

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції
(10-11 травня 2023 року)

м. Запоріжжя
2023

УДК 334.72+339+336.7
С 83

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(Протокол №10 від 19.06.2023 р.)*

С83

Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції, 10-11 травня 2023 року. [Електронний ресурс] / За заг. редак. проф. Ткаченко А.М. Електрон. дані. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 373 с. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

ISBN 978-617-529-421-5

Збірник містить стислий виклад доповідей і повідомлень учасників IV Міжнародної науково-практичної конференція «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», спрямованих на пошук шляхів розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформаційних змін в економіці України.

334.72+339+336.7

ISBN 978-617-529-421-5

© НУ «Запорізька політехніка», 2023

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні учасники IV-ї Міжнародної науково-практичної конференції! Радий вітати вас в Національному університеті «Запорізька політехніка»! Тема конференції «СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» особливо актуальна зараз для нашої країни, економіка якої зазнає кардинальних змін через війну, коли міжнародна спільнота надає всебічну фінансову підтримку для розвитку підприємництва та бізнесу. Економіка України потребує системних економічних реформ, які виведуть країну з фінансової та економічної кризи, забезпечать сталий економічний розвиток та кардинальне поліпшення добробуту нашого народу.

Наш регіон з потужним промисловим, науковим та інтелектуальним потенціалом, незламними людьми має стати найбільш привабливим інвестиційним майданчиком для вітчизняних та зарубіжних партнерів. Плідне обговорення учасниками конференції ключових проблем вітчизняної економіки, презентація зарубіжного досвіду надасть потужний стимул для відбудови та розбудови України. Синергія провідних науковців, представників бізнесу і влади уможливить досягнення конкретних результатів, підписання нових контрактів, реалізацію успішних проєктів і досягнення поставленої мети – впровадження інновацій, залучення інвестицій, реалізації найкращих ініціатив задля добробуту народу України.

Сьогоднішнє поважне зібрання засвідчує сталі наукові традиції університету, тісні творчі контакти з багатьма у вітчизняними та зарубіжними установами та представниками бізнесу. Участь у такому поважному заході дає широкі можливості для апробування власних наукових результатів, представлення індивідуальних та колективних наукових і творчих здобутків, обговорення актуальних питань шляхів вирішення нагальних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформації економіки країни. Упевнений, що професійна дискусія та обмін досвідом дадуть новий імпульс подальшому розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в Україні. Тож зичу усім учасникам міжнародної конференції натхнення та творчих успіхів!

Бажаю наснаги і гарних результатів. Від вас, вашого професіоналізму, вірності обов'язку й активної громадянської значною мірою залежить майбутнє нашої держави.

З найкращими побажаннями і сподіваннями
Ректор Національного університету
«Запорізька політехніка», професор

Віктор ГРЕШТА

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГОЛОВА КОМІТЕТУ:

Грешта В.Л., ректор НУ «Запорізька політехніка», к.т.н., професор.

СПІВГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

Шаломєєв В.А., проректор з наукової роботи НУ «Запорізька політехніка», д.т.н., професор.

Ткаченко А.М., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», д.е.н., професор

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

Захарчук В.М.	Заступник директора Департаменту освіти і науки Запорізької обласної державної адміністрації
Матвіїшина О.Є.	Директор Департаменту економічного розвитку і торгівлі Запорізької обласної державної адміністрації
Абуселідзе Г., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Батумського державного університету ім. Шота Руставелі, (Грузія)
Андрющенко К.А., д.е.н., проф.	Професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного економічного університету
Богаєвська Я. доктор, проф.	Берлінський університет економіки і права (Німеччина)
Варава Л.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Криворізького національного університету
Вежбік-Стронська М.	Проректор Сілезької академії (Польща)
Іванова М.І., д.е.н., доц.	Професор кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка»
Карпенко А.В., д.е.н., проф.	Професор кафедри економіки та митної справи НУ «Запорізька політехніка»
Кійко С.Г., д.т.н	Голова правління ПрАТ «Дніпроспецсталь»
Козик В.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства та інвестицій НУ «Львівська політехніка»
Левченко Н. М., д. держ. упр.,	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка»

проф. Мікос П.	Начальник відділу маркетингу та ІТ Сілезької академії (Польща)
Несторенко Т.П., к.е.н., професор AS	Сілезька академія (Польща), Бердянський державний педагогічний університет
Окуян К., доктор, проф. Остенда А., професор AS	Професор Університету Балікесір, (Туреччина) Ректор Сілезької академії (Польща)
Перезовова І.В., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
Пожуєва Т.О., д.е.н., проф. Покагаєва О.В., д.е.н., д.ю.н., проф.	Професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка» Перший проректор Класичного приватного університету, (м. Запоріжжя)
Севастьянов Р.В., к.е.н., доц Сейдахметов М.К., к.е.н., доц.	Доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка» Декан вищої школи "Управління і бізнесу" Південно-Казахстанського державного університету ім. М. Ауєзова, (Казахстан)
Филюк Г.М., д.е.н., проф.	Завідувач кафедри економіки підприємства Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Фролова Л. В., д.е.н., проф. Чуприна Н.М., д.е.н., доц.	Завідувач кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка» Декан економічного факультету ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», (м. Дніпро)
Шафалюк О.К. д.е.н., проф.	Декан факультету маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРИВАННЯ	15
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Koniakhin A. V. ENERGY EFFICIENCY IN THE CONDITIONS OF WAR AND PRIORITIES FOR THE FUTURE	15
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Pliasov S. V. GUIDELINES FOR RESTORING THE POWER SYSTEM TOWARDS SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT	17
Sevastyanov R.V. HYDROGEN PRODUCTION AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE	18
Крайнік О.М., Філатова А.С. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ У БУДІВЕЛЬНОМУ СЕКТОРІ НІМЕЧЧИНИ	20
Левченко Н.М., Філатова А.С. «ОЗЕЛЕНЕННЯ» ВУГІЛЬНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ	22
Лівощко Т.В., Магдич Р.І. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ – ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ	24
Лівощко Т.В., Жукова А.Д. ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ УКРАЇНИ	28
Лівощко Т.В., Неалова Є.О. ПРОБЛЕМА ЕНЕРГОВИРОБНИЦТВА ТА ДОСВІД ДАНІЙ	31
Лівощко Т.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	35
Лівощко Т.В. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ В УКРАЇНІ	37
Мельникова М.В. ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРОМИСЛОВИХ ТА КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТЕПЛОПОСТАЧАННІ МІСТА	41
Севастьянов Р.В., Філатова А.С. СТРУКТУРА РИНКУ СФЕРИ ПОСТАЧАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ В УКРАЇНІ ЗА 2022 РІК	43
Севастьянов Р.В., Фісюк Є.С. СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ	46
Сердюк Є.М., Соловей Д.В., Тюгаєв М.К. ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ УСТАНОВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ	48
Шапран Є.М., Петрухнов О.В. ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ	

СТРУКТУРАМИ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА	50
СЕКЦІЯ 2. МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	53
Metelenko N. G., Ogloblina V. O., Netyaga A. V. ADAPTABILITY OF UKRAINIAN SMB IN THE DIRECTION OF RECONSTRUCTION	53
Варяниченко О.В., Іванова О.О., Моїсеєнко Р.О. АГРОІННОВАЦІЇ ТА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА	55
Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Андрюкайтене Р. КУЛЬТУРА БЕЗПЕКИ ЯК СКЛАДНА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ТА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНА ПРОБЛЕМА	57
Коркушко О.Н. РЕАЛІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	61
Крамський С.О. ОЦІНКА РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИХ ЗАСОБІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ІТ-ПРОЄКТАМИ	63
Круглікова В.В., Некрасова О.О. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ, ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ	65
Левченко Н.М., Магдич Р.І. ПОЗИТИВНА РЕПУТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ – ЗАПОРУКА ЗАХИЩЕНОСТІ ЇХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ	68
Левченко С.А. МЕХАНІЗМ ПЕРЕХІДНОЇ ОПЛАТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКОНВАЛЕСЦЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕС/ТЕЦ	70
Левченко Н.М., Фісюк Є.С. АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН КЛІМАТУ – ЗАПОРУКА ЇХ САМОЗБЕРЕЖЕННЯ	72
Литвиненко А. О., Іпполітов Є. М. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	74
Маренко В.Ю. БЕЗПЕКА ДАНИХ В ЕПОХУ ВЕЛИКИХ ДАНИХ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС КРАЇНИ	76
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г., Череп А.В. КОНЦЕПЦІЯ КУЛЬТУРИ БЕЗПЕКИ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (СВ) ОРГАНІЗАЦІЙ	80
Онешко С.В., Суха А.С. СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	84
Островська О. А., Ковіня О. О. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	86
Сергієнко Т.І. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	88

Ханенко А.В., Глухов В.А. ЦЕНТРАЛЬНИЙ БАНК ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ	91
Ханенко А. В., Жадан М.О. ВІЙНА І ДЕРЖАВНІФІНАНСИ: ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ ТА ВІЙСЬКОВО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	93
СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ	95
Тkachenko A.M.:Loza D.Y. STARTUP ECOSYSTEM AND IT'S PROBLEMS IN UKRAINE	95
Ангелко І. В. РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СТАНОВЛЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	97
Архіпов В.О., Мороз О.С. ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	99
Ащеулова О. М., Чернобаєв В.В. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	103
Бобко Н.А. АНАЛІЗ РЕЙТИНГУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ЗА ПОКАЗНИКАМИ GLOBAL INNOVATION INDEX	105
Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Череп А.В. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	108
Балахонова О.В., Варварчук Г.В. РОЗВИТОК СПРИЙНЯТТЯ ПОНЯТТЯ «ЯКІСТЬ»	111
Євсєєв О.А., Перерва П.Г. МІЖНАРОДНИЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ	113
Завадських Г.М. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ	115
Захарченко В.І., Бершадська О.А. ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ НАДІЙНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ	117
Захарченко В.І., Єрмак С.О., Бершадська О.А. ПЕРСПЕКТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СКЛАДІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ	119
Захарченко В.І., Онешко С.В. ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ КАПІТАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ	122
Климентова_М.В., Кобелева Т.О. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ	123
Кобелева А.В. ВИМОГИ ДО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	125
Копиця А.С., Крамської О.Ю., Перерва П.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	127

Крайнік О.М., Плинокос Д.Д. УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНИХ ПРОСКТАХ І ПРОГРАМАХ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ	129
Красножон С. В., Валько Я. І. СТАРТАП ЕКОСИСТЕМА В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	132
Красножон С. В., Латушко О.Д. СТАН СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	134
Красножон С. В., Марчук Д.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	136
Кригульська Т.Б. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ: ПОГЛЯДИ ВЧЕНИХ	138
Крупа А.А. ЧАТ-БОТИ ЯК ЧИННИКИ УПРАВЛІННЯ ІТ-ПОСЛУГАМИ, ПЕРЕХОДУ ДО САМООБСЛУГОВУВАННЯ ТА АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ	140
Лаушкін А.М., Перерва П.Г., Мехович С.А. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	145
Лепський Р.С., Перерва П.Г. МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ	147
Лисак О.І. РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВ	149
Маркова С. В., Головань О.О. ТЕНДЕНЦІЇ БІЗНЕС-РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	151
Мартинова Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО ПОЛЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	153
Марченко С.М. МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ	155
Маслак М.В. ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	157
Мельнік М.А. МЕХАНІЗМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	159
Нагі Саболяч, Перерва П.Г. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ	161
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г. КОНЦЕПЦІЯ РОЗУМНОГО ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	163

Пономарьов В.Д., Кобелева Т.О. СФЕРИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ РОЗРАХУНКІВ	168
Потапов Ф.В., Перерва П.Г., Мехович С.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНСТРУЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНІКИ	170
Саннікова С.Ф., Кедич А.С. ФАКТОРИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	172
Слюсарь М.Ю. МЕРЕЖЕВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	174
Тебенко В.М. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ	178
Трашков В.Д., Нікітенко В.О. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СФЕРУ МЕДИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА УСТАНОВ	181
Труш Є.В., Перерва П.Г., Мехович С.А. МЕХАНІЗМ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	185
Тюфанов Г.Л., Перерва П.Г., Мехович С.А. БІЗНЕС-ПРОЦЕС НА ОСНОВІ РЕІНЖІНІРИНГУ	187
Хоменко І.О., Сорока А.В. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	190
Цвілий С.М. АНІМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ СТРУКТУР	192
Шапуров О. О. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ГАЛУЗІ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ 4.0	194
СЕКЦІЯ 4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	197
Horiashchenko Y. BUSINESS COOPERATION OF UKRAINE IN WARTIME	197
İsmayilov V.İ. THE ROLE OF FOREIGN COMPANIES IN THE DEVELOPMENT OF AZERBAIJAN'S OIL AND GAS SECTOR	199
Voronin A.V., Lebedev S.S. STRUCTURAL INSTABILITY OF THE INNOVATION PROCESS: MATHEMATICAL MODEL	205
Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. РОЗУМНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	207
Грамчук М.О. РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІСТ	212
Григор'єва О.В. «КЛІМАТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ» АДАПТАЦІЇ БІЗНЕСУ ДО ЗМІН КЛІМАТУ	216
Захарченко В.І., Варварчук Г.В. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ВИХІДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	218
Іванова М.І., Варяничекно О.В., Бутенко В.В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКЕ	

ФУНКЦІОНУЄ У НЕПЕРЕДБАЧУВАНИХ УМОВАХ	220
Іпполітова І. Я., Близно І.Д. ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ	223
Іпполітова І. Я., Ларчікова Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	225
Іпполітова І. Я., Лохненко А.В. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИЩОГО ПОРЯДКУ	228
Іпполітова І. Я., Тищенко Р. С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	230
Клименко Т. А., Глущенко В. В. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС	232
Котик О.В., Окач С. О. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	234
Круглікова В.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК КРУГООБІГУ ОБОРОТНИХ КОШТІВ	236
Круглікова В.В., Герцог Є.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ МАШИНОБУДУВАННЯ	239
Круглікова В.В., Гринькова Т.Ю. ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	241
Кучкова О.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	243
Линенко А. В., Білобородько Я. П., Солоненко І. Р. ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РОЗРІЗІ КРИЗИ ВОЄННОГО СТАНУ	245
Линенко А. В., Дяченко О. А. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	247
Линенко А. В., Тихонова К. К. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РИТЕЙЛІ	249
Литвиненко А.О., Леонтєва В.С. ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	251
Литвиненко А.О., Синицька Д.О. РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: ДІАГНОСТИКА СТАНУ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 2023 РОКУ	253
Лобань С.І. ПРОМИСЛОВЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК СУБ'ЄКТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	255

Лоза С.П., Магдич Р.І. ФОРМУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ В ПРОЦЕСІ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ	258
Лоза С.П., Неалова Є.О. СИНЕРГІЯ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ ПРОЯВИ У СФЕРІ КРЕДИТУВАННЯ	260
Лоза С.П. МОЖЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗПОДІЛУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	262
Оскома О.В., Маланіна А. ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	264
Марченко С.М., Данильченко Н.О. ІМІДЖ-РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	266
Насипайко Д.С., Ножнова А.В. РОЛЬ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	268
Нехай В.В., Волкова С.О. СТРАТЕГІЧНІ ЗОНИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	270
Оглобліна В.С., Михайлуца О.М. ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОЇ РОЗРОБКИ ВЕБ САЙТУ	272
Оглобліна В.О. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	274
Онешко С.В., Селівестрова А.А. СУЧАСНІ УМОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	276
Піддубний В.А., Кокша Д. О. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	278
Пожуєва Т.О., Глухов В.А. РОЛЬ ТА СУТНІСТЬ ВЕКСЕЛЬНОЇ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ	280
Пожуєва Т.О. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ У ПОБУДОВІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	282
Разумова Г.В., Падалка А.В. РОЛЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	284
Севастьянов Р.В., Донченко О.М. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, РІШЕННЯ	286
Сергієнко О.А., Соколова Н.О. ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ	287
Сорока Л.М., Шпаченко Г.С. МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ФАКТОР	

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	289
Струк Н.Р. ЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ СПОЖИВАЧА В МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ	292
Татар Л.В. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	294
Ткаченко А.М., Камишан І.С. РОЛЬ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	296
Ткаченко А.М., Кругліков Є.В. КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ НА ШЛЯХУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	298
Тохтамиш Т.О. ЕКСПОРТ ЯК СПОСІБ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК	301
Чернишева О.М., Гасанов Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 5.0	303
Чернишева О.М. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	305
СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ	307
Krasnozhon S. V., Lypko D. PERSONNEL MANAGEMENT OF ENTERPRISES FOR STAKEHOLDER APPROACH	307
Ostenda A., Nestorenko T.P. THE ROLE OF STUDENTS AND SCIENTISTS' MOBILITY IN THE HIGHER EDUCATION INTERNATIONALIZATION	309
Бобко Н.А., Неалова Є.О. ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	311
Костенко С.В. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ЛЮДИНООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І ЦИФРОВІЗАЦІЇ	313
Кравцова Є.О., Мельнік М.А., Гаркуша Г. ФОРМИ ПРОЯВУ ЛІДЕРСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	317
Крайнік О.М. Донченко О.М. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	319
Лівощко Т.В., Добродій М.А. СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	321
Лоза С.П., Лизя О.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ	323
Мартінова Л.В., Буркацька Л.В., Гаркуша Г. РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	325
Мороз О. С. ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРСЬКОГО ПІДХОДУ НА	

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	327
Ніколаєнко С.А. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ	329
Оглобліна В.О., Павелко О.Д. СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ	331
Савків У. С., Сидор Г. В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЯКОСТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРА	333
Сергієнко Т.І., Свічкарь О.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	337
Тkachenko A.M., Sevastyanov R.V. DEVELOPMENT OF ELECTRONIC SERVICES OF THE SMART CITY	339
Федорова Ю., Мікуш Ю., Голієнка М. РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЄКТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	341
Чернова І.В., Оліхова О.А. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА	343
СЕКЦІЯ 6. ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ESG-ІНТЕГРАЦІЇ	347
Лівощко Т.В. ЗВІТ ПРО ПРИБУТКИ І ЗБИТКИ КОМПАНІЇ КРАЇН ЄВРОСОЮЗУ ЗА НОРМАМИ ДИРЕКТИВИ 2013/34/ЄС	347
Нечепоренко Д.А., Перерва П.Г. ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІСКАЛЬНИХ ВІДНОСИН В БІЗНЕСІ	349
Шейн Є.С., Перерва П.Г. РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ	351
СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ В АРХІТЕКТУРІ ТА БУДІВНИЦТВІ ЗА ПРИНЦИПАМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	354
КРАСНОЖОН С.В., НАУМЧУК В. В. «ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІДНОВЛЕННІ ЗЕЛЕНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ»	354
Круглікова В.В., Колесник А.Д. ЦІНОУТВОРЕННЯ В БУДІВНИЦТВІ ТА ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ	357
Левченко Н.М. Василенко А.І. УНІФІКАЦІЯ КАТЕГОРІЙНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ З КОШТОРИСНОЇ СПРАВИ У БУДІВНИЦТВІ	360
Левченко Н.М., Василенко Б.І. МОДИФІКАЦІЯ НАСТАНОВИ З ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ БУДІВНИЦТВА	362
Тарпіньянц В.В., Круглікова В.В. ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ - МАЙБУТНЄ БУДІВНИЦТВА	364
Карпенко А.В., Карпенко Н.М. ЛІДЕРСТВО В ОСВІТНІЙ І БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ	365

СЕКЦІЯ 1. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Metelenko N. G.¹, Ogloblina V. O.², Koniakhin A. V.³

¹ doctor of economic sciences, professor, director

of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

²PhD. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

³ Postgraduate student of speciality 073 "Management" of the Department of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

ENERGY EFFICIENCY IN THE CONDITIONS OF WAR AND PRIORITIES FOR THE FUTURE

Russia's full-scale invasion of Ukraine in the first year resulted in unprecedented economic losses for our country. As of February 2023, the amount of damage caused to Ukraine's infrastructure due to the full-scale invasion increased by another \$6 billion to \$143.8 billion [1]. As a result of Russia's energy terror, Ukraine's GDP decline deepened in the fourth quarter of 2022 (up to 35% year-on-year). Trade and service companies adapted to the power outages rather quickly. The impact on the agricultural sector was also limited. Instead, industry, particularly metallurgy, suffered significant output losses. At the same time, thanks to the better results of the third quarter and the rapid adaptation of some businesses and households to the new conditions, the estimate of the real GDP decline in 2022 has been improved to 30.3% [2]. By shelling the energy infrastructure, the enemy used winter as a weapon and method of pressure on Ukrainians.

One of the most affected sectors of the Ukrainian economy this year was the energy sector - more than 40% of the energy grid was destroyed or critically damaged as a result of enemy attacks on critical infrastructure. This caused widespread and emergency power outages across the country, some of which lasted for weeks, which in turn negatively impacted the country's economic situation. For the vast majority of Ukrainian towns and villages, spring began without the rolling blackouts that began the winter.

Since 10 October 2022, the Ukrainian power grid has suffered more than 2.5 hundred blackouts. Of these, a dozen and a half were massive missile attacks, and almost two dozen more were carried out by Russians using drones. As a result of Russian strikes, there is not a single thermal power plant or hydroelectric power plant in Ukraine that has not been damaged. Overall, during the war, Ukraine lost more than 90% of its wind generation, three quarters of its thermal generation, almost half of its nuclear generation (due to the Russian-controlled Zaporizhzhya

NPP), a third of its solar generation and block power plants. All this created a deficit in the integrated power system and led to blackouts - scheduled and unscheduled. As of today, we have a surplus in the power system and this gives us the feeling that we have really won this energy battle [3].

Against the backdrop of the war, energy conservation and energy efficiency in both the short and long term come to the fore. We need to develop a culture of resource consumption, which will take a lot of time. But Ukraine will be helped by the introduction of European practices. And it is important to think about this at the design stage of both civil and industrial infrastructure, as energy prices continue to rise. Energy efficient facilities will eventually become not only a trend but also a necessity.

Energy efficiency is one of the key aspects of construction in Europe. It helps to save energy and resources, as well as to understand and develop the best modernisation options for existing networks and equipment [4]. Ukraine needs to develop and implement a systemic culture of resource consumption, because we do not have one. It is necessary to develop conscious use at the national level. The government and local authorities can not only encourage people and entrepreneurs to save, but also teach them how to do so. Certain rules and guidelines should be developed to help reduce the consumption of water, gas, heat and electricity.

Thus, safety and energy efficiency will be the top priority in the post-war rebuilding of the energy infrastructure. In times of war, we will be able to move towards a consumption culture with a much lower GDP than most countries have experienced in the past.

REFERENCES

1.Рік повномасштабної війни: РФ завдала збитків інфраструктурі України на \$144 мільярда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/03/23/698344/> (дата звернення 24.04.2023).

2.Інфляційний звіт. Січень 2023 року. НБУ. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q1.pdf?v=4 (дата звернення 24.04.2023).

3.Як вдалося повернути світло після руйнування Росією енергетики України і чи це надовго. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64820897> (дата звернення 24.04.2023).

4.Енергоефективність: режим самообмеження чи культура споживання ресурсів. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/15/695015/> (дата звернення 24.04.2023).

Metelenko N. G.¹, Ogloblina V. O.², Pliasov S. V.³

¹ doctor of economic sciences, professor, director

of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

²PhD. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

³Postgraduate student of speciality 073 "Management" of the Department of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

GUIDELINES FOR RESTORING THE POWER SYSTEM TOWARDS SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

On 16 March 2022, Ukraine became a member of the Energy Community, ENTSO-E. ENTSO-E is a European network of electricity transmission system operators, which includes operators from 39 countries. ENTSO-E ensures the reliable and coordinated operation of the European electricity system, the largest interconnected power grid in the world. As a result, Ukraine will be able to receive electricity and preserve the power system even in the event of further damage to our energy infrastructure by the aggressor. The synchronisation of our energy systems lays a solid foundation on which further European integration processes will be built.

Numerous massive missile attacks by Russian troops on energy facilities have damaged and destroyed more than 60% of Ukraine's electricity infrastructure. These include thermal and hydroelectric power plants, combined heat and power plants, trunk and distribution power grids, hundreds of substations of various voltage classes, heating stations and many other energy infrastructure facilities. Nuclear power plants are operating in very difficult conditions. All seven basic safety components of its operation have been violated at the occupied Zaporizhzhia NPP. Ukraine has lost a huge amount of generation capacity [1]. The heroic and highly professional actions of power engineers prevented a blackout of the power system. The power supply to all regions of the country was preserved and restored with the use of blackout schedules for a certain period to replace the damaged equipment and carry out restoration and repair work. We believe that today we need to carefully consider the state of affairs in the electricity sector and identify ways to restore it. The advanced development of the energy sector is not sufficient, but it is a prerequisite for the sustainable functioning of the economy, raising the living standards of citizens to high European standards, and developing the country of Ukraine as a whole. It is necessary to develop a comprehensive approach, including not only technical aspects, but also optimisation of the organisational structure, improvement of financial relations between industry players and intersectoral relations in the Ukrainian economic system. It is necessary to take into account the experience of developed countries (Poland, Germany, France), which

shows that each country is determined individually, ensuring a balance of energy capacities, depending on the availability of primary energy resources in the country.

At the state level, there are already guidelines for restoring the energy system, which include: repair, rebuilding, construction, reconstruction, protection, along with modernisation, both in terms of generation and distribution; decentralisation of the energy system (integration with the EU; development of clean green generation; Ukrainian gas production; energy efficiency; development of small generation, increase in gas turbine and gas piston installations, encouragement of Ukrainians to install solar panels along with individual energy storage installations, use of technology, and so on).

Thus, it is necessary to solve the following issues: achieve a balance of energy capacities, find out the possible volumes of oil and gas production; assess the potential of the coal industry, hydro resources, renewable energy, bioenergy; establish uranium ore reserves in the nuclear industry; determine the optimal structure by type of generation ("nuclear - thermal - renewable - bio-thermal"); technical issues such as examination of main and distribution power grids, oil and gas pipelines, substations, voltage classes need to be managed in terms of compliance with European standards; all obligations to European partners, including at the legislative level, must be taken into account.

REFERENCES

Проведення II Всеукраїнського Енергетичного з'їзду – шлях до відновлення та розвитку енергетичної галузі України. URL: https://lb.ua/blog/ivan_plachkov/550605_provedennya_ii_vseukrainskogo.html (дата звернення 29.04.2023).

Прем'єр-міністр назвав сім основних завдань комплексної реформи енергетичного сектору. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/premier-ministr-nazvav-sim-osnovnykh-zavdan-kompleksnoi-reformy-enerhetychnoho-sektoru> (дата звернення 29.04.2023).

Sevastyanov R.V.¹

¹PhD in economics, associate professor, National University “Zaporizhzhia Polytechnic”, Ukraine

HYDROGEN PRODUCTION AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

The war on the territory of Ukraine, the loss of industrial and energy capacities, business relocation and migration have all contributed to a decline in the economic potential of the state. A factor in economic development is the transition from technically worn-out and environmentally polluting thermal power plants to

hydrogen production. The relevance of developing hydrogen power generation in Ukraine in the context of cooperation with the EU countries is confirmed in the current environment. This development is driven by such problems as dependence on fuel imports, deterioration of production facilities, and lack of homogeneity in the distribution of energy production and consumption among regions.

Hydrogen plays a special role in the modern economy. It can balance the ever-increasing energy consumption with the reduction of CO₂ emissions. Modern hydrogen energy technologies include hydrogen production, storage, transportation and use. The most efficient way to produce hydrogen for energy needs is to use the electrolytic water decomposition method; modern electrolysis plants have high technical characteristics and are easy to maintain. As a primary source of electricity, both surplus electricity from renewable energy sources and peak energy from traditional power plants can be used. The use of renewable wind and solar energy to power entire sectors of the economy poses insurmountable challenges if not supplemented by hydrogen.

Hydrogen production technology involves the electrolytic decomposition of water. The source of electricity can be either surplus electricity from renewable energy sources or peak energy from nuclear, thermal and hydroelectric power plants. The use of solar and wind energy to supply entire sectors of the economy is not always sufficient. That is why the development of hydrogen energy is a relevant factor.

Ukraine has the potential to use the possibilities of transporting mixtures of natural gas and hydrogen through main and distribution pipelines.

Ukraine has been an associate member of the EU since 2014. International cooperation is an important part of the EU's hydrogen strategy. The EU intends to develop cooperation on green hydrogen production with neighbouring countries and regions to facilitate their transition to clean energy and their sustainable development. Ukraine has an Association Agreement with the EU and is a party to the Energy Community Treaty. In 2019, the European Commission presented a programme to transform the European Union into a carbon-neutral continent - the European Green Deal [1]. This project is supposed to reduce CO₂ emissions by 50-55% in 2030. The overall goal of the European Green Deal programme is to completely decarbonise the energy sector by abandoning the use of fossil fuels (coal, oil and natural gas) and replacing them with renewable energy sources. Ukraine is an energy partner of the EU. In the future, Ukraine may become a partner of the EU in the production, transportation and storage of greener gases on the basis of the existing infrastructure.

International cooperation is an important part of the EU's hydrogen strategy. The EU intends to develop cooperation on green hydrogen production with neighbouring countries and regions to facilitate their transition to clean energy and their sustainable development. Ukraine has an Association Agreement with the

EU and is a party to the Energy Community Treaty. In 2019, the European Commission presented a programme to transform the European Union into a carbon-neutral continent - the European Green Deal. The project aims to reduce CO2 emissions by 50-55% by 2030. The Kherson, Odesa, Mykolaiv and Zaporizhzhia regions of Ukraine are capable of meeting half of the EU's electricity needs.

Thus, the benefits of developing hydrogen technologies in Ukraine include

- additional investments from the EU countries;
- new opportunities for Ukrainian business;
- additional jobs;
- improvement of the environmental component;
- active participation in measures to combat climate change.

REFERENCES

1. Official site of European Comission. - URL.-
[https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en]
2. Energy Strategy of Ukraine until 2035.- URL.-
[<https://zakon.rada.gov.ua/laws/file/text/58/f469391n10.pdf>]

Крайнік О.М.¹, Філатова А.С.²

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ У БУДІВЕЛЬНОМУ СЕКТОРІ НІМЕЧЧИНИ

Проблема енергозбереження актуальна для усього світу в XXI столітті. Кожна країна намагається розробити та впровадити нові технології, що будуть більш економічно використовувати ресурси та без втрати ефективності працювати більше часу.

Будівлі мають великий потенціал для енергозбереження, оскільки на них припадає близько 35 відсотків загального кінцевого споживання енергії в Німеччині - для гарячого водопостачання, опалення й охолодження, вентиляції й освітлення. Завжди значна частина тепла в приміщенні втрачається через стіни, вікна, дах, двері чи підлогу, тому у новобудовах почали використовувати принципи «пасивного будинку» або «ефективного будинку» і «будівлі з майже нульовим споживанням енергії» (NZEB — Nearly-Zero-Energy-Building).

Компанія GEZE вже довгі роки пропонує своїм клієнтам великий асортимент продуктів: двері, вікна, технології безпеки, де головним пріоритетом є будівництво цифрових мереж автоматизації будівлі. Одними з їх задумок було:

- Природне провітрювання приміщень. Завдяки контрольованому відкриванню та закриванню фасадних і мансардних вікон за допомогою «інтелектуальних» приводів та систем управління від GEZE забезпечується енергоощадне й екологічно чисте приточне та витяжне провітрювання, що дає змогу відмовитися від масивного та енергозатратного механічно-машинного приладдя.
- Сенсорне та швидке реагування на різні ситуації. Сенсори температури та CO₂, вимикачі з годинниковим механізмом, а також датчики дощу і вітру, диму та тепловідведення забезпечують автоматичне відчинення та зачинення вікон, що дозволяє швидко реагувати при зміні погоди та при пожежі
- Системи різних перегородок та дверей, що вписуються до дизайну приміщень та мають широкий функціонал. Компанія GEZE пропонує різного виду двері з автоматичним механізмом для закривання та відкривання, а демпфування надійно та безпечно ловить двері та уповільнює їх закривання, що дозволяє зберегти стіни та меблі без дефектів, уникнути проблем з затиснутими пальцями та зберегти беззвучність у приміщенні. А за допомогою перегородок з'явилася можливість розділити житлове чи офісне приміщення на секції без великої втрати площі приміщення та зберегти освітлення на усіх ділянках.

Ще одна енергетична компанія RWE поставила амбітні цілі щодо скорочення викидів для власної діяльності та для всього ланцюжка створення вартості.

З 2012 по 2021 рік компанія скоротила викиди CO₂ майже на 100 мільйонів тонн – скорочення склало понад 55%. Велике розширення використання відновлюваних джерел енергії є центром стратегії скорочення CO₂. Це супроводжується послідовним і відповідальним відходом від викопного палива. Для підвищення енергоефективності тут модернізують парк електростанцій і виводять з експлуатації старі установки.

Таким чином зменшуються викиди CO₂ на одиницю виробленої електроенергії або тепла і водночас зменшується споживання ресурсів, витрати на паливо та потребу в CO₂

Крім того, тут вже здійснюються проекти з виробництва «зеленого» водню за допомогою електролізу з відновлюваною електроенергією та досліджуються технології зберігання.

- Усі три кар'єри Німеччини (Інден, Хамбах, Гарцвайлер) будуть закриті до 2030 року.

- Виробництво електроенергії з бурого вугілля також поступово припиниться до 2030 року.

- У Німеччині та Великій Британії RWE вже закрила всі власні електростанції, що працюють на кам'яному вугіллі.

- У Нідерландах існує політичне бажання припинити виробництво електроенергії на вугіллі до 2030 року. До того часу RWE більше не буде викидати CO₂ від спалювання там кам'яного вугілля. RWE перебуває в процесі переведення двох заводів у Нідерландах на біомасу, а потім працюватиме на них лише з цим джерелом енергії, наскільки це політично та економічно можливо.

Щоб контролювати основну екологічну діяльність, вони запровадили систему управління навколишнім середовищем у тих компаніях Групи, які, наприклад, мають виробничі потужності. Ступінь охоплення екологічним менеджментом становить 100%. Тут дотримуються міжнародного екологічного стандарту ISO 14001, враховуючи вимоги законодавства відповідної країни.

Екологічні аудитори регулярно оцінюють екологічну ефективність, визначають пов'язані ризики та можливості та використовують ці результати для ініціювання систематичних покращень. Мета полягає в тому, щоб перевірити 100% систем екологічного менеджменту шляхом зовнішньої або внутрішньої сертифікації.

Таким чином, досвід Німеччини допоможе зменшити втрати енергоресурсів на українському ринку будівельної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України Про енергетичну ефективність від 21 жовтня 2021 року № 1818-IX. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1818-20#Text>
2. Енергоефективність в будівельному секторі. Connecting expertise - building solutions. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.geze.ua/uk/cikavi-novini/temi/energoefektivnist>

Левченко Н.М., Філатова А.С.²

¹ д. держ.упр., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувачка вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», Україна

«ОЗЕЛЕНЕННЯ» ВУГІЛЬНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ

Труднощі, пов'язані з погіршенням стану довкілля та зміною клімату, в останні роки стрімко виринули на поверхню, викликаючи серйозне занепокоєння. Тож, на останньому саміті ООН - COP27 (Conference of the Parties) з питань екологічного регулювання та зміни клімату країни, що ратифікували РКЗК ООН, прийняли рішення щодо досягнення чистого нульового рівня викидів вуглекислого газу, і насамперед, завдяки скороченню електростанцій, які працюють на викопному паливі. Осторонь не лишилась і Україна. Урядом терміново був розроблений Національний план скорочення

викидів від великих спалювальних установок (далі - НПСВ) [1]. Втім, реалізувати НПСВ в заплановані терміни за відсутності масштабних інвестицій, вбачається надзвичайно складним завданням.

Загальний обсяг капітальних інвестицій на реалізацію вимог НПСВ, відповідно до результатів проведених розрахунків, може сягнути 4,130 млрд євро за весь період дії НПСВ до 2034 року. Найбільші обсяги витрат очікуються в 2024-2025 роках: 544 та 636 млн євро відповідно. Загалом, 3,4 млрд євро капітальних інвестицій (82% від загального обсягу) має бути здійснено впродовж 2021-2027 років [2, с.11].

Таблиця 1. Обсяги капітальних витрат на реконструкцію чи модернізацію електростанцій, необхідні для виконання НПСВ [6, с.11].

Роки	Десульфуризація	Денітрифікація	Пилоочищення	Сума
2020	97	42	15	154
2021	396	18	87	501
2022	193	18	135	346
2023	171	18	56	245
2024	135	185	75	395
2025	158	307	57	522
2026	138	102	51	291
2027	153	88	36	277
2028	203	78	31	312
2029	170	46	-	216
2030	156	69	-	225
2031	170	108	-	278
2032	143	114	-	257
2033	26	86	-	112
Разом	2311	1 276	543	4130

Як свідчать дані табл.1, графік реалізації НПСВ вимагає імплементації значної кількості проектів впродовж досить короткого часу – семи років (2021-2027 років). Такий підхід означає високу концентрацію інвестицій, що досить складно забезпечити у повоєнні роки. Зарадити цьому може не тільки зміщення строків імплементації заходів із десульфуризації димових газів, але й рівномірний річний розподіл таких проектів впродовж дії НПСВ та рекапіталізація постраждалих від війни підприємств енергетики через спрямування коштів Фонду відновлення на:

компенсації сум прямих збитків на безповоротній основі у грошовій формі або у формі спеціально випущених ОВДП (для великих підприємств) з відшкодуванням у майбутньому за рахунок репарацій з країни-агресора;

часткове покриття непрямих збитків унаслідок скорочення (або згорання) ділової активності на тимчасово окупованих територіях і територіях, на яких велися активні бойові дії;

надання гарантій під банківські кредити для реалізації інвестиційних проектів (придбання обладнання, технологій, управлінських ноу-хау), які б

забезпечували інтеграцію українського енергетичного бізнесу до ланцюжків доданої вартості на європейських ринках у повоєнний період [3, с.96].

Не менш значимим є й перегляд переліку неефективних енергоблоків теплової генерації, які доцільно вивести з експлуатації. Такий крок дасть змогу в разі зменшити обсяги необхідних інвестицій та забезпечити їх ефективність [2, с.150].

Запровадження на практиці поданих пропозицій дозволить: визначити більш реалістичну вартість будівництва та будівельних робіт, а також забезпечити жорсткий контроль за цільовим використання коштів, спрямованих на фінансування об'єктів будівництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про Національний план скорочення викидів від великих спалювальних установок, Розпорядження КМУ від 08.11.2017 р. за №796-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/796-2017-%D1%80#Text>

2. Звіт «Економічно-обґрунтований підхід до запровадження Національного плану скорочення викидів в Україні на підставі досвіду скорочення викидів у повітря шкідливих забруднюючих речовин великими спалювальними установками в Європі». ІЕПр НАНУ.К. 2020. 178 с.

3. Юрчишин В., Зимовець В., Міщенко М., Пашков М., Пищуліна О., Сунгуровський М., Чекунова С. Політичні, економічні і структурні наслідки російської агресії для України і світової спільноти. завдання економічного відновлення України у повоєнний період з врахуванням євроінтеграційних пріоритетів. Центр Разумкова. К. 2023. -120 с.

Лівощко Т.В.¹, Магдич Р.І.²

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ – ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Фактор енергозбереження є одним із визначальних для енергетичної стратегії України. В цілому тут фокусуються проблеми як ефективності паливно-енергетичного комплексу, так і здатності останнього у повному обсязі забезпечити ресурсами функціонування національної економіки. Енерговитрати залишаються критично значними в промисловості та житлово-комунальному господарстві, що є однією із причин низької конкурентоспроможності регіонів й суттєвим бар'єром на шляху їх ефективної інтеграції до світового господарства. Ще однією системною проблемою є низька ефективність використання паливно-енергетичних

ресурсів. На забезпечення раціонального й економного витрачання енергоресурсів давно звертається значна увага в Україні. Проте це завдання у науковому плані вперше було сформульовано в Радянському Союзі на початку 30-х рр. XX ст., раніше, ніж ними почали ґрунтовно займатися у Західній Європі. У 50-70-ті роки минулого століття вченими була розроблена теоретична та законодавчо-нормативна база для вирішення основних завдань енергозбереження. Сьогодні наукові розробки запроваджуються на загальнодержавному рівні, зокрема державні програми з енергозбереження; диференційовані тарифи на електроенергію, що стимулюють енергозбереження; концепції, технічні вимоги та методи вирішення проблем щодо побудови автоматизованих систем обліку енергетичних ресурсів в умовах функціонування світового енергоринку. Науково-дослідні інститути та енергетичні організації працюють над розробкою і впровадженням нових видів енергії та уникнення проблем сучасної енергетики, а також виробленням заходів із енергозбереження в Україні, реалізація яких неможлива без створення належної нормативної бази [1,84].

Енергоефективність - невід'ємний компонент енергетичної безпеки держави, а також її сталою інноваційного розвитку. На тлі сьогоднішніх подій на глобальній енергетичній арені, коли росія чинить енергетичний шантаж цивілізованого світу, питання зменшення залежності від імпорту традиційних енергоресурсів стали актуальними як ніколи як для України, так і для ЄС.

У цьому контексті питання енергоефективності вчергове доводять своє стратегічне значення не лише для низьковуглецевого розвитку і надійного енергозабезпечення, а й безпосередньо - для суверенітету та незалежності держави. Держенергоефективність є центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів, енергозбереження, альтернативних видів палива. Реалізація державної політики здійснюється в контексті євроінтеграції України та забезпечення виконання міжнародних зобов'язань України щодо підвищення енергоефективності та декарбонізації економіки відповідно до Угоди про асоціацію з ЄС, Паризької угоди, Договору про заснування Енергетичного Співтовариства, Європейського зеленого курсу, низки директив ЄС.

Україна досягла значного прогресу у виконанні державою зобов'язань за Угодою про асоціацію з ЄС щодо імплементації європейського законодавства з енергоефективності. За останні роки розроблено та прийнято законодавчу базу, спрямовану на реформування енергоефективності, зокрема:

1. Закон України «Про енергоефективність», яким передбачається встановлення правових, економічних та організаційних засад діяльності у сфері забезпечення енергетичної ефективності, забезпечення здійснення енергоефективних заходів, які проводитимуться під час виробництва,

транспортування, передачі, розподілу, постачання та споживання енергії;

2. Закон України «Про впровадження нових інвестиційних можливостей, гарантування прав та законних інтересів підприємців для масштабної модернізації енергетики» (зі змінами);

3. Закон України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо запровадження нових інвестиційних можливостей, гарантування прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності для масштабної модернізації енергетики»;

4. Закон України «Про комерційний облік теплової енергії та водопостачання».

Драйвером реформ у сфері енергоефективності став Закон України “Про енергетичну ефективність”. Завдяки цьому закону Україна повністю відмовилася від застарілих адміністративних інструментів енергозбереження і переходить до сучасних європейських практик реалізації політики енергоефективності. Україна вже працює над впровадженням енергоаудиту та систем енергетичного менеджменту, запровадженням національної системи моніторингу енергоефективності, розвитком енергосервісу, впровадженням екодизайну та енергомаркування до енергоспоживчої продукції, розвитком місцевого енергетичного планування, забезпеченням сталого підвищення енергоефективності кінцевого споживання енергії з встановленням цільового показника щорічного скорочення споживання енергії, розробкою державних цільових програм підтримки енергоефективності у різних секторах та ін.

Відповідно до Закону України “Про енергетичну ефективність” особлива увага приділяється впровадженню системи енергоменеджменту в органах державної влади, місцевого самоврядування та в бюджетній сфері, а саме:

1) визначення базового рівня енергетичної ефективності таких будівель;

2) ведення реєстру суб'єктів господарювання, що отримали сертифікати систем енергоменеджменту та/або екологічного менеджменту;

3) ведення реєстру органів державної влади та органів місцевого самоврядування, в яких запроваджено систему енергоменеджменту [2].

Впровадження системи енергоменеджменту – це один із сучасних інструментів підвищення енергоефективності, до впровадження якого перейшла Україна завдяки Закону України «Про енергетичну ефективність», відмовившись від застарілих методів державного контролю. Енергетичний менеджмент – це найкращий інструмент для підвищення рівня енергоефективності компаній, бо він дає змогу постійно поліпшувати стан підприємства, зменшувати енерговитрати, покращувати його конкурентоздатність.

Так, Законом України «Про енергетичну ефективність» визначено,

що енергоаудит для суб'єктів великого підприємництва має обов'язково проводитися кожні 4 роки. Перший енергоаудит має бути проведений до листопада 2024 року.

Водночас ті великі підприємства, які впровадять сертифіковану систему енергетичного або екологічного менеджменту, звільняються від обов'язку проводити енергоаудит. У такому випадку компанії отримають навіть більше зиску, аніж від енергоаудиту.

Серед переваг систем енергоменеджменту: постійний контроль за споживанням енергії; аналіз енерговтрат; проведення заходів із зменшення частки енергоносіїв у собівартості продукції; верифікація результативності впроваджених енергоефективних заходів; постійна робота над підвищенням рівня енергоефективності.

Впроваджувати енергоменеджмент варто не лише великим підприємствам, а усім суб'єктам господарювання [3].

Повертаючись до впровадження європейських стандартів та інструментів у сфері енергоефективності, то це одна зі складових повноцінної інтеграції України до ЄС. Сьогодні енергоефективність набула критичного значення як для декарбонізації, так і для енергетичної безпеки України та Європи. Незважаючи на всі існуючі виклики, ми продовжуємо імплементувати європейські директиви в національне законодавство для досягнення національних цілей у цій сфері. Енергетичне співтовариство – наш надійний партнер на шляху євроінтеграції та дороговказ до реформ. Також Україна працює над стимулюванням ЕСКО-механізму для модернізації громадських будівель. Агентство зараз створює інформаційні бази ЕСКО-компаній та потенційних об'єктів. Крім того, спільно з ПРООН, банками та партнерами обговорюється створення додаткових програм для здешевлення кредитів для компаній, які займатимуться реконструкцією громадських будівель.

Таким чином, важливо створити умови для впровадження високоєфективних установок для виробництва тепла та електроенергії. Це допоможе підвищити ефективність використання палива, зменшити споживання енергії та викиди CO₂. Наразі орган держенергоефективності розробляє проекти нормативно-правових актів, що передбачають створення Національної системи моніторингу енергоефективності, встановлення та оцінку досягнення цільового показника щорічного скорочення споживання енергії. Відновлення України має базуватися на сучасних принципах енергоефективності та декарбонізації не лише в будівлях, а й у всіх галузях економіки. Таким чином зможемо відновити регіональну економіку та життя громад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Назаров М.І. Енергоефективність та енергозбереження як

ефективні інструменти підвищення конкурентоспроможності регіону // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – С. 84.

2. Енергоефективність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <https://www.sae.gov.ua/uk/content/energy-efficiency>.

3. Держенергоефективність: Енергетичний менеджмент дасть підприємствам найбільший ефект у підготовці до викликів енергобезпеки та стабільної роботи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <https://www.kmu.gov.ua/news/derzhenerhoefektyvnosti-enerhetychnyi-menedzhment-dast-pidpriemstvam-naibilshyi-efekt-u-pidhotovtsi-do-vykykiv-enerhobezpeky-ta-stabilnoi-roboty>.

Лівощко Т.В.¹, Жукова А.Д.²

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ВІДНОВЛЕННЯ РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Війна, розв'язана в Україні російським агресором поглибила фінансову кризу в енергетичному секторі країни. Відсутність достатніх коштів для продовження діяльності — стала нагальною проблемою, з якою наразі стикаються всі сектори української енергетичної системи. Проте особливо болюче це позначилось на секторі відновлюваної енергетики. Перед національним сектором відновлюваної енергетики постало питання виживання всередині держави. В першу чергу, це можна пояснити тим фактом, що у перші дні війни, зусилля держави були направлені на забезпечення стабільного функціонування генерації базового навантаження та на надійну роботу української енергосистеми в ізолюваному режимі, яка була від'єднана від мереж росії та білорусі 24 лютого 2022 року. Відповідно, вирішення деяких проблемних питань відновлюваної енергетики не стало одним із пріоритетних завдань.

З початку військової агресії росії в Україні кожен громадянин або суб'єкт підприємницької діяльності відчув на собі результати пошкодження енергетичних об'єктів що призвело до недостатності енергетичних ресурсів.

З даними Української вітроенергетичної асоціації, з початку широкомасштабної війни в Україні зупинено понад 3/4 вітроенергетичних потужностей, тобто з загальних 1 673 МВт, наразі не працює близько 1 462 МВт українських ВЕС, а 5 вітрових турбін в Херсонській області, що встановлені на Мирненській, Сиваській та Новотроїцькій вітроелектростанціях, сьогодні є знищеними. Через пошкодження 330 кВт лінії електропередачі в Мелітополі не працюють також майже 600 МВт вітроенергетичних потужностей у Запорізькій області. Варто наголосити, що даний показник пошкоджень може бути більшим, оскільки на сьогоднішній

день точно невідомо рівень пошкоджень на тих станціях, які знаходяться під окупацією російських терористів без можливості фізичного доступу до них. Проте достеменно відомо, що в зоні активних бойових дій перебувають активи відновлювальних джерел енергетики (далі - ВДЕ) вартістю у понад 5,6 млрд доларів США, а в регіонах, сусідніх до областей, де ведуться активні бойові дії — понад 3,6 млрд доларів США [1].

Окупація Запорізької АЕС та прагнення окупантів відключити її від загальної енергомережі, окупація понад 60% українських вугільних та 20% газових родовищ, а також перманентний газовий і нафтовий шантаж російською федерацією усієї Європи та світу, чітко свідчать про те, що прийшов час відмовитись від викопного палива, яке робить країни вразливими і взаємозалежними, та перейти до масштабного розвитку відновлюваних джерел енергії. Ця війна продемонструвала усьому світу якою є і може бути ціна традиційної енергетики.

Крім цього, сьогодні українська енергетика зустрілася з переліком нових, ще більш загрозливих викликів, як то ядерний тероризм із захопленням АЕС, численні пошкодження критичної інфраструктури – електричних і газових мереж, критичне зниження попиту на енергетичні продукти у зв'язку з виїздом населення і припиненням бізнесу. Ще більш критичне зниження рівня оплат в енергетичній системі тому рішення, не дивлячись на бойові дії по всій території країни, продовжувати синхронізацію енергетичної системи України з енергосистемою Континентальної Європи. Отримання Україною статусу кандидата на вступ до ЄС ставить додаткові виклики для енергетики та регулювання цієї галузі на майбутнє.

В довгостроковій (післявоєнній) перспективі широкомасштабний розвиток «зеленої» генерації та створення нової моделі енергетичного сектору України буде можливим за умови:

1. Прийняття чітких Національних стратегій із розвитку ВДЕ, виробництва відновлюваного водню та розвитку офшорної вітроенергетики. Перегляд Енергетичної стратегії до 2035 року з врахуванням заміщення вибуваючих потужностей генерації новими із суміжним нарощенням обсягів накопичувальних потужностей (energy storage). Прийняття Енергетичної стратегії України до 2050 року;
2. Встановлення амбітних цілей із розвитку ВДЕ, що відповідатимуть сучасній енергетичній політиці ЄС, а саме щодо досягнення щонайменше 50% частки ВДЕ у електроенергетичному балансі України до 2030 року (з врахуванням ГЕС великої потужності) та досягнення безвуглецевої економіки до 2050 року;
3. Проведення міжнародних комунікаційних кампаній для заохочення входу на ринок ВДЕ України міжнародних стратегічних та фінансових інвесторів;
4. Впровадження нових ринкових механізмів стимулювання розвитку ВДЕ,

включно з «зеленими» аукціонами, корпоративними PPA, контрактами на різницю, тощо;

5. Збільшення використання біомаси у генерації електро- та теплоенергії;

6. Забезпечення розвитку ринку відновлюваного водню, а саме:

- Надати гарантії походження водню, переглянути вуглецевий податок та підвищити його;

- Перевірити та технічно обґрунтувати можливість використання української ГТС, локалізувати проекти з виробництва водню, приєднати їх до ГТС;

- Забезпечити імплементацію національних водневих проектів;

- Розбудувати надійну інфраструктуру з виробництва, споживання та експорту відновлюваного водню;

- Стимулювати наукові організації на дослідження в сфері водневих технологій;

7. Дослідження потенціалу та розроблення відповідної законодавчої бази для будівництва гібридних електростанцій з ВДЕ;

8. Сприяння розвитку місцевих енергетичних ініціатив, зокрема, енергетичних кооперативів, малого та середнього підприємництва в енергетичній сфері, генерації та постачання електроенергії з урахуванням регіональних особливостей, розвитку розподіленої генерації;

9. Стимулювання національного виробництва обладнання та комплектуючих для об'єктів ВДЕ, включно з вітровими турбінами.

10. Застосування кращих практик з охорони навколишнього природного середовища;

11. Розроблення законодавства в частині запровадження схеми торгівлі квотами на викидами парникових газів та інших ринкових та неринкових інструментів скорочення викидів парникових газів;

12. Збільшення частки встановлених автоматизованих систем обліку електричної енергії;

13. Забезпечення надійного функціонування енергетичної інфраструктури, проведення необхідних заходів із модернізації, зниження поломок та аварійності.

Без сумніву, розвиток відновлюваної енергетики України великою мірою визначатиме якість та динаміку розвитку економіки України, сталість соціально-економічного розвитку та національної безпеки нашої держави [2].

Комплексне вжиття інвестиційних, інноваційних та організаційних заходів під час повоєнної відбудови дасть змогу Україні вийти на новий рівень ефективності у всіх галузях народного господарства. Це збільшить конкурентоспроможність як продукції окремих підприємств, так і нашої економіки в цілому. <https://razumkov.org.ua/statti/sekto-vidnovlyuvanoyi-energetyky-ukrayiny-do-pid-chas-ta-pislya-viyny> Однак важливо правильно визначити і зафіксувати стратегічні пріоритети, а також їх фінансово-

економічні спроможності та джерела, щоб розвиток нормативного регулювання енергетики був максимально прогнозованим та прозорим для усіх учасників енергетичних ринків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сектор відновлюваної енергетики України до, під час та після війни. Електронний ресурс. Режим доступу:
2. Яким має бути розвиток ВДЕ України — Національний план дій до 2030 року. Електронний ресурс. Режим доступу:
<https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/21/697267/>

Лівощко Т.В.¹, Неалова Є.О.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ПРОБЛЕМА ЕНЕРГОВИРОБНИЦТВА ТА ДОСВІД ДАНІЙ

Споживання енергії пов'язане майже з усіма видами господарської діяльності людини, а саме з опаленням будинків, приготуванням їжі, транспортом, промисловістю та сільськогосподарським виробництвом. Зараз люди дуже залежні від енергії. Ми не замислюємося про те, звідки береться енергія, допоки у нас не відключать світло або опалення. Якщо ж це трапляється, ми не можемо повноцінно жити чи працювати.

Як би ми не хотіли на це звертати увагу, проте виробництво енергії істотно впливає на стан довкілля. Спалювання викопного твердого та рідкого палива супроводжується виділенням сірчистого, вуглекислого і чадного газів, а також оксидів нітрогену, пилу, сажі та інших забруднюючих довкілля речовин. Видобуток вугілля ведуть до зміни природних ландшафтів, а іноді, й до їх руйнування. Розливи нафти і нафтопродуктів при видобутку і транспортуванні здатні знищити все живе на величезних територіях (акваторіях). Дуже погано позначається на ландшафтах, рослинному і тваринному світі створення інфраструктури, необхідної для вугле, нафто та газовидобутку. Будівництво та експлуатація великих гідроелектростанцій приводить до: відселення людей із зони затоплення, знищення цінних видів риб, для яких греблі стають нездоланими перешкодами на шляху до нерестовища, втрати лісів і високородючих земель, збільшення ризику виникнення руйнівних землетрусів у передгірних і гірських районах, підвищення ризику катастрофічних повеней у місцевостях, що знаходяться нижче за течією, зміни ландшафтів і їх руйнування.

Атомна енергетика є небезпечною через можливі аварії на енергоустановках, що супроводжуються викидом у довкілля радіоактивних матеріалів. Окрім того, викликають проблеми переробки ядерних відходів та

їх захоронення, що обходиться дуже дорого і не має надійного інженерного рішення. Таким чином, уже сьогодні людям треба замислитись над енергозбереженням та енергоефективністю.

Енергозбереження стосується зменшення споживання енергії шляхом використання меншої кількості енергетичних послуг (саме це ми відчули на власному досвіді через військову агресію росії). А що таке енергоефективність? Як приклад можна привести витрати на утримання автомобіля. Якщо менше користуватись авто то буде заощадження енергії. Людина може пересісти на авто з меншою витратою палива, або на електромобіль та отримає енергоефективність. Тобто енергоощадність і енергоефективність є методами зменшення використання енергії.

Розвиток економіки України значною мірою залежить від вирішення завдання забезпечення енергоносіями. Недостатній обсяг власних енергоносіїв змушує українську владу приймати рішення щодо значного їх імпорту [1]. В умовах скорочення світових запасів вуглеводнів та зростання на них цін, вирішення енергетичних проблем лише за допомогою імпорту є недостатнім. Сьогодні світ намагається вирішувати проблему енергоносіїв на основі нових підходів, в основі яких є: по-перше, покращення технологічного процесу з точки зору енергомісткості виробництва; по-друге, розвиток енергозбереження; по-третє, розширення виробництва енергії за рахунок поновлюючих джерел.

В економічно розвинених країнах частка енергії, виробленої на поновлюючих джерелах зростає. Найскладнішою щодо ефективності використання енергії залишається ситуація у житлово-комунальному комплексі, де зношені теплові та водопостачальні станції працюють з низьким ККД і здійснюють постачання через такі ж зношені мережі. Внаслідок цього втрати енергії сягають 45-50 %. Для порівняння скористаємося такими даними. Якщо в Україні ККД ТЭС із паровими турбінами складає 35 % (а на деяких станціях навіть 25 %), то у світі активно впроваджуються парогазові установки (ПГУ) з ККД 50–60 % [2].

Не слід забувати про значні енерговитрати в промисловому виробництві, особливо таких його галузях як металургія, хімічна і нафтопереробна промисловість. Випуск продукції дуже енергоємний. Тому виготовлений в Україні товар матиме значно вищу собівартість порівняно з аналогічним зарубіжним зразком. Зараз Україна зробила певні кроки на шляху енергозбереження але цього не достатньо. Можна порівняти рівень організації енергозбереження в Данії. Так, в Данії на першому етапі було розроблено енергетичний план, введений у дію у 1976 році. Головне завдання цього плану полягало у забезпеченні надійного енергопостачання. Реалізація завдання передбачала виконання заходів із диверсифікації енергопостачання, створення законодавчо-правової бази енергопостачання, введення

енергетичних податків, складення карт і схем енергопостачання окремих районів країни.

У 1981 р. вводиться у дію другий енергетичний план, направлений на закріплення досягнутих результатів та подальший розвиток енергозбереження. Враховуючи високі ціни на нафту, державні органи послідовно скорочують її частку у паливному балансі країни, збільшуючи споживання біогазу, соломи, дерев'яної тирси, побутового і промислового сміття, побічного тепла промислових підприємств.

Практика засвідчила, що найбільш ефективним з економічної точки зору виявилось комбіноване виробництво тепла і електроенергії, а також використання централізованого тепlopостачання мережами із високотехнологічною теплоізоляцією. За часткою центрального опалення Данія сьогодні займає одне із провідних місць у світі. Майже усі міста мають центральне опалення, що охоплює більше 50 % будинків Данії.

У 1990 р. приймається третій енергетичний план, який був продовженням попередніх етапів впровадження енергозбереження та з урахуванням загострення глобальних екологічних проблем. Оскільки на цей час структура тепlopостачання країни була досить розвиненою, то основні зусилля зосереджувалися на зменшенні викидів вуглецю в зовнішню атмосферу. Це завдання також вирішується в рамках країн Європейського Союзу.

Особливістю тепlopостачання Данії є те, що власниками тепlopостачальної компанії через муніципалітет є усі споживачі, які підключені і користуються цією системою. Завдяки цьому населення зацікавлене у підвищенні ефективності і надійності теплокомунікацій, а також у зниженні ціни за надання послуг на теплову енергію. Законами Данії встановлено, що тепlopостачальні компанії повинні мати у загальнорічному балансі рівність прибутків і видатків. Якщо компанія за підсумками року отримала прибуток, то у її бюджет наступного року вводять корективи таким чином, щоб поновити баланс за рахунок зниження ціни на тепло. Якщо ж має місце дефіцит, то ціна на тепло підвищується.

Важливо також зазначити, що підприємства – виробники теплової енергії технологічно мають можливість в залежності від кон'юнктури ринку переходити від споживання одного виду енергії до іншого. Це забезпечує гнучкість у роботі системи, її надійність та економічність. Окрім цього, наявність у системі тепlopостачання „пікових” котельних дає можливість у разі аварій чи будь-яких серйозних неполадок переключатися на запасне джерело енергії без порушення графіку постачання.

Данія ефективно формує свій паливно-енергетичний баланс, в якому нафта складає – 43 %, газ – 24 %, вугілля –21 %, поновлюючі джерела енергії – 12 %. Із поновлюючих джерел енергії використання дерев'яної тирси

складає – 44 %, енергії вітру – 27 %, спалювання соломи – 27 %, вироблення біогазу – 6 %. Окрім цього, використовуються геотермальні установки та енергія, отримана від спалювання сміття.

Ефективному використанню електроенергії сприяє діюча в галузі енергетики різноманітна система власності. Електростанції та інфраструктура знаходяться під контролем компаній, які володіють лініями електропередач, а також крупних компаній E2 і „Elsam”. Компанії, які розподіляють електроенергію контролюються крупними і малими групами споживачів, муніципалітетами, в окремих випадках приватними інвесторами. Розвиток малих і середніх станцій потужністю до 100 МВт спричинив появу на енергоринку країни деяких незалежних виробників таких як IPP – Independent Power Producers. Вітровими установками володіють в більшості випадків фермери чи кооперативи.

Державою уміло регулюється видобуток нафтопродуктів. Так, безпосередньо видобуток і перероблення нафти здійснюється приватними компаніями, однак транспортна система знаходиться у державній власності. Про успіхи Данії у сфері енергозбереження говорить той факт, що маючи з 1970 року 50 % приросту промислового виробництва, країна не збільшила споживання енергії за цей період ні на один відсоток.

Враховуючи загострення екологічної ситуації, а також тенденції на світовому енергетичному ринку, Міністерство транспорту і енергетики Данії у 2005 р. розробили довгострокову стратегію енергетичного розвитку країни на період до 2025 року. Ця стратегія покликана забезпечити баланс між економічним розвитком держави, екологічними аспектами її розвитку і питаннями енергетичної безпеки. Основними її цілями є забезпечення енергетичної безпеки на довгострокову перспективу, підтримання умов для стійкого економічного розвитку країни в умовах високих і нестабільних світових цін; урахування і дотримання національних екологічних пріоритетів, розроблення і впровадження нових енергетичних технологій; створення стабільного лібералізованого ринку газу і електрики, що забезпечать вільний вибір постачальників енергії, а також рівні умови для конкуренції підприємств у рамках ЄС, подальший розвиток перспективних технологій, їх трансформація у зростання енерговиробництва і збільшення кількості робочих місць з одночасним створенням високоефективного екологічно чистого енергетичного сектору економіки; розширення і нарощування потужностей електромереж.

За останні двадцять років у Європейському Союзі було видано більше трьохсот законів, директив і рішень, пов'язаних із захистом навколишнього середовища та зменшення використання енергоресурсів. Україна теж покращує законодавчі нормативи щодо збереження навколишнього середовища, розробляє та запроваджує довгострокові

програми енергоефективності та енергозбереження у всіх сферах діяльності суб'єктів господарювання та населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України "Про енергозбереження" від 01.07.94 р. № 74/94–ВР, зі змінами та доповненнями. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Всеукраїнський Форум «Енергоменеджерів в громадах» 8-9 жовтня 2020 року. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/12833>

Лівощко Т.В.¹

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проблеми енергозбереження є однією з найважливіших проблем усіх країн, так як традиційні енергоресурси використовуються вкрай неефективно. Енергополітика є одним з елементів у всій структурі організації енергоменеджменту, вона відображає загальні цілі та перспективні напрямки діяльності підприємства щодо енергозбереження.

Основою енергозбереження на підприємстві є створення системи енергетичного менеджменту, яка забезпечує ефективну систему управління енергоресурсами. Сьогодні без організації енергоменеджменту неможливо говорити про системні зниженні витрат на енергоресурси і про впровадження будь-яких енергозберігаючих технологій на підприємстві. Введення на підприємстві системи енергетичного менеджменту дозволяє знайти і дотримати баланс оптимального споживання енергетичних ресурсів при заданому графіку виробництва.

Енергетичний менеджмент - це постійно діюча на підприємстві система управління енергоспоживанням, що дозволяє прогнозувати і контролювати процеси вироблення, транспортування та використання необхідної кількості енергоресурсів для забезпечення ефективної господарської діяльності підприємства. Таким чином, енергоменеджмент являє собою управлінський процес, який передбачає циклічність, послідовне виконання, координацію планування і створення на підприємстві адекватних структур управління та механізмів стимулювання і контролю над раціональним витрачанням паливно-енергетичних ресурсів.

Закон України «Про енергетичну ефективність» [1] розкриває підхід до широкого застосування поняття «енергія». У п.10 енергія - усі види палива та енергії, які використовуються в національній економіці, у тому числі природний газ, вугілля, нафта, нафтопродукти, скраплений газ, відновлювані

джерела енергії, тепла енергія, електрична енергія та будь-які інші форми енергії, визначені у нормативних актах про статистику в галузі енергетики;

Окремо виділено, що енергоефективні заходи - це дії технічного, організаційного, економічного, інформаційного характеру або їх сукупність, результатом реалізації яких є підвищення енергетичної ефективності (зниження питомих витрат), яке можна виміряти або розрахувати.

Тому енергетичний менеджмент доцільно розглядати як сукупність управлінських методів підвищення енергоефективності, на відміну від інженерних, технічних, технологічних та інших. Виділяючи тільки управлінські (організаційні, адміністративні) способи впливу на енергетичну ефективність, слід розуміти певну умовність такого розподілу. Застосування в сукупності різних заходів та інструментів - як управлінських, так і наступних за ними технічних, які індивідуально підібрані для кожного конкретного випадку приведуть до оптимального результату.

Необхідність проведення та постійного розвитку політики енергозбереження диктується цілим рядом обставин:

- обмеженість невідновлюваних джерел енергії, насамперед запасів природного газу, нафти і навіть вугілля, на використанні яких в основному будується сьогоденна система енергозабезпечення. В даний час споживання первинної енергії в світі становить 10 млрд. тонн умовного палива. Незважаючи на деяке уповільнення, темпи приросту енергоспоживання залишаються досить високими, і найоптимістичніші прогнози в частині забезпеченості людей органічним паливом дають всього кілька десятків років щодо «безбідного» енергозабезпечення суспільства. Заходи енергозбереження зможуть «розтягнути» період адаптації світового співтовариства до нового режиму використання енергії. Період часу коли на зміну зникаючих запасів органічного палива на передній план будуть виходити інші джерела енергії.

Одним з обставин, які зумовлюють необхідність впровадження заходів енергозбереження, є те, що енергетика це один з головних забруднювачів біосфери планети. Об'єкти енергетики забруднюють атмосферу, землю і воду шкідливими викидами димових газів і стічними водами електростанцій, скидами великої кількості теплоти. Кожного року, витрачаючи значну кількість водних і земельних ресурсів, піддаючи біосферу шкідливому впливу радіації, пов'язаної з експлуатацією атомних електростанцій, електромагнітних полів ліній електропередачі людина втрачає контроль над традиційними ресурсами.

Основні об'єкти впливу на навколишнє середовище - електростанції. Вони розрізняються споживанням первинних енергоресурсів, від характеристик яких істотно залежать умови і форма впливу станцій на навколишнє середовище. Принципово різні в екологічному відношенні такі види первинних джерел енергії, як органічне паливо, ядерне паливо,

гідроенергія, сонячна енергія, енергія вітру, припливів, хвиль, геотермальна енергія. У цих умовах створення ефективного енергоменеджменту забезпечить можливість маневрування структурою та кількістю використання енергії, її розміщенням в цілях зниження негативного впливу енергетики на навколишнє середовище з урахуванням стану природи та екологічних характеристик регіональних ринків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України Про енергетичну ефективність від 21 жовтня 2021 року № 1818-IX. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https:// zakon.rada. gov.ua/ laws/show/1818-20#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1818-20#Text)
2. С. В. Іщенко, М. В. Малиш. Методичні підходи до оцінки ефективності управління енергозабезпеченням підприємства. Ефективна економіка. №2, 2016. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4786>

Лівощко Т.В.¹

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Енергоефективність є ключовим елементом розвитку економіки цивілізованої держави. Енергоефективність - це невід'ємний компонент енергетичної безпеки держави, а також її сталого інноваційного розвитку. На тлі сьогоденних подій на глобальній енергетичній арені, коли росія чинить енергетичний шантаж цивілізованого світу, питання зменшення залежності від імпорту традиційних енергоресурсів стали актуальними як ніколи, як для України, так і для Європейського Союзу.

Тому ми всі розуміємо, що реформа енергоефективності – це шлях до енергетично незалежної, зеленої України та створення комфортного життя кожного українця.

Програма «Енергоефективність громадських будівель в Україні» є одним із ключових інструментів досягнення енергонезалежності України. Сьогодні дуже важливою є отримана допомога від Європейського інвестиційного банку, Європейського Союзу (далі - ЄС) за прийнятими Програмами розвитку ООН та іншими міжнародними партнерами щодо проведення плідної співпраці у різних напрямках запровадження енергоефективності в Україні.

Запроваджені проекти надають змогу підвищити енергоефективність близько 1000 громадських будівель, зокрема шкіл, культурних центрів, дитячих садків і лікарень, знизити використання енергії та викиди CO². У цих проектах можуть брати участь центральні органи влади, місцеві державні

адміністрації, органи місцевого самоврядування, а також державні та комунальні підприємства (крім приватних) з усіх регіонів України. Прийняті інвестиційні програми дозволяють знизити загальні витрати енергоресурсів та покращити екологічну систему України.

Відповідно до пункту (i) Рішення № 466/2014/ЄС, опублікованого в офіційному Віснику Європейського Союзу № L 135 від 08 травня 2014 року, зі змінами, внесеними Рішенням № 2018/412/ЄС, Європейський Парламент та Рада Європейського Союзу прийняли рішення надати Банку гарантію від збитків за операціями фінансування на підтримку інвестиційних проектів поза межами Європейського Союзу, а також (ii) відповідно до угоди, укладеної між Європейським Союзом, в особі Європейської Комісії, та Банком на виконання такого рішення, у випадку несплати Європейський Союз за гарантією відшкодовує платежі, що не були отримані Банком та які підлягають сплаті на користь Банку у зв'язку з фінансовими операціями Банку, які здійснюються, серед інших осіб, з Позичальником (надалі - "Гарантія ЄС"). Станом на дату укладення цієї Угоди Україна є стороною Конвенції про визнання і виконання іноземних арбітражних рішень, укладеної в м. Нью-Йорку в 1958 року [2].

Україна наразі вже працює над:

- впровадженням енергоаудиту та систем енергетичного менеджменту;
- запровадженням національної системи моніторингу енергоефективності;
- розвитком енергосервісу;
- впровадженням екодизайну та енергомаркування до енергоспоживчої продукції;
- розвитком місцевого енергетичного планування;
- забезпеченням сталого підвищення енергоефективності кінцевого споживання енергії з встановленням цільового показника щорічного скорочення споживання енергії;
- розробкою державних цільових програм підтримки енергоефективності у різних секторах та ін.

Незважаючи на складну ситуацію в Україні, завдяки спільним зусиллям всіх заінтересованих сторін, оголошення першого конкурсу заявок на участь у Програмі «Енергоефективність громадських будівель в Україні» для органів місцевого самоврядування вже розпочато в 2023 році. Сьогодні обговорюються умови отримання Грантів від фонду Східноєвропейського партнерства з енергоефективності та довкілля (E5P) та Інвестиційної платформи сусідства ЄС (NIP) для органів місцевого самоврядування на підтримку реалізації Програми «Енергоефективність громадських будівель в Україні» загальною сумою 2 млн. євро. Співпраця з європейськими країнами розширюється. Так, можна відмітити широкий спектр співпраці з сусідніми

країнами.

Україна має успішний досвід співробітництва з Польщею в енергетичній сфері, є бачення стосовно спільної реконструкції та будівництва низки об'єктів енергетичної інфраструктури, зруйнованих у ході військовій агресії росії [1].

Зараз одним із проєктів є зменшення викидів парникових газів. Проєкт орієнтований на малі та середні міста і передбачає створення єдиної загальнодержавної бази даних енергоспоживання, а також інформаційної системи енергоменеджменту. Це можна досягти шляхом створення сприятливого правового, нормативного і ринкового середовища та розвитку інституційного, адміністративного та технічного потенціалу, що сприятиме запровадженню енергоефективних заходів у громадських будівлях. До таких установ належать лікарні, школи та вищі навчальні заклади, державні установи, дитсадки, сиротинці, аптеки, центри зайнятості, бібліотеки та музеї, в яких планується запровадити модель ЕСКО (енергосервісна або енергозберігаюча компанія) – це комерційний або некомерційний вид бізнесу, що надає широкий спектр енергетичних послуг, зокрема розробку та реалізацію проєктів з енергоощадного споживання, комплексну термомодернізацію, енергозберігаючі заходи такі як енергетичний аутсорсинг, а також виробництво електроенергії, енергопостачання й контроль ризиків.

З початку роботи Проєкт вже імплементував 25 пілотних проєктів з енергозбереження, які стали прикладами найкращої практики й призвели до 28 реплікацій у різних містах України. Пілотні проєкти допомогли скоротити викиди CO₂ на 14 263 19 тонн і заощадити 19 473 МВт-год енергії. Проєкт також активно залучає жінок та сприяє гендерній рівності в енергетичному секторі, де традиційно домінують чоловіки. У той час як втрати та руйнування від війни продовжують зростати, питання енергоефективності та енергозбереження набули ще більшого значення. Діяльність Проєкту відповідає на виклики сьогодення. Співпрацюючи з національними та місцевими органами влади, Проєкт активно працює над підвищенням енергоефективності громадських будівель та допомагає у сталому відновленні критичної інфраструктури в Україні.

В січні 2023 року відбулася цікава та корисна для енергоменеджерів зустріч у рамках Програми «Енергоефективність громадських будівель в Україні», що фінансується Європейським інвестиційним банком за підтримки Європейського Союзу, виконується Міністерством розвитку громад, територій та інфраструктури України, Міністерством фінансів України за технічної підтримки «Угоди мерів» та Програми розвитку ООН і має високий інвестиційний потенціал.

Державними органами вже підготовлено концепцію нової державної цільової програми з енергоефективності на 2022-2026 роки. Обсяг

прогнозованого фінансування програми на 5 років – 10 млрд гривень. Програма передбачатиме державну підтримку у вигляді компенсації за кредитами не лише для населення, а й для підприємств, організацій бюджетної сфери, транспорту, біоенергетики. Дослідження ефективності впровадження програм показали що якщо за "теплыми кредитами" мультиплікатор інвестицій в економіку становить 2,7, то за новою програмою, розрахованою на 5 років, більше – 4. Мультиплікатор інвестицій відображає те, як приріст початкових витрат, запускаючи в дію подальші процеси споживання та інвестування, збільшує доходи на величину, більшу, ніж початкові витрати. Це звучить як вагомий аргумент на користь збільшення витрат для боротьби із зменшенням попиту. При цьому практично беззаперечним фактом є те, що величина мультиплікатора збільшується в моменти стагнацій, коли економіці бракує сукупного попиту.

Україна не зупиняє пошук ефективних інвестиційних рішень. Навіть у період військового стану, попередньо, вже оголошено конкурс на участь у цільовій програмі енергоефективності, яку планують на кінець лютого - березня 2023 року. Від початку конкурсу, місцеві територіальні громади будуть мати 2 місяці на підготовку і подачу заявок. Ці проекти можуть покривати як заходи з термомодернізації так і відбудови пошкоджених об'єктів в ході війни. Проте щонайменше 50% бюджету мають спрямовувати на заходи з термомодернізації у таких об'єктах. Очікуване скорочення споживання енергії, яке мають досягти у проекті, має складати не менше 55%.

Орієнтовний термін реалізації 9 - 12 місяців. Кредит видають на 20 років, перші п'ять – пільгові. Кредитна ставка буде наближена до рівня EURIBOR (Європейська міжбанківська ставка пропозиції). Така програма забезпечить прозорість виконання інвестиційної програми та створення додаткового ринку енергоресурсів. Загальний обсяг фінансування, доступний для громад на першому етапі, складає 100 млн. євро, може бути розширений до 300 млн. євро, якщо перша частина буде використана. Крім цього, з метою повного виконання Україною зобов'язань за Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом та Договору про заснування Енергетичного Співтовариства, Україна впроваджує систему енергетичного маркування та встановлення вимог до екодизайну енергоспоживчої продукції в Україні, відповідно до оновленого законодавства ЄС.

На сьогодні прийнято 28 технічних регламентів щодо вимог до екодизайну та 16 технічних регламентів щодо енергетичного маркування енергоспоживчої продукції. До 2023 року запланована розробка та прийняття ще 18 технічних регламентів.

Для забезпечення функціонування системи енергетичного маркування енергоспоживчої продукції до кінця 2023 року, буде створено базу даних енергоспоживчої продукції та синхронізовано її з базою ЄС.

Таким чином, енергоефективність залишається важливим питанням для українців, особливо через значні пошкодження енергетичних об'єктів під час війни. Саме тому наш університет буде продовжувати підготовку енергоаудиторів та енергоменеджерів, які зможуть впроваджувати нові енергоефективні рішення і проєкти для відновлення нашої країни [2].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Україна зацікавлена у реалізації спільних енергетичних проєктів з Польщею. Урядовий портал. Доступ: <https://www.kmu.gov.ua/news/herman-halushchenko-ukraina-zatsikavlena-u-realizatsii-spilnykh-enerhetychnykh-proektiv-z-polshcheiu>
Програма «Енергоефективність громадських будівель в Україні». Доступ: <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/14902/>

Мельникова М.В.¹

¹д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу, Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна

ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРОМИСЛОВИХ ТА КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТЕПЛОПОСТАЧАННІ МІСТА

Звертання уваги до проблем енергозбереження та підвищення енергоефективності в сфері теплопостачання є актуальним як в довоєнний період, так і в умовах повоєнного відновлення економіки міста. Це пов'язано з незадовільним фінансовим станом теплопостачальних підприємств, високим рівнем витрат на первинні енергетичні ресурси, що в свою чергу викликає високе навантаження на місцевий бюджет.

Вирішенню проблем енергозбереження та енергоефективності теплопостачальних підприємств сприяє використання нетрадиційних джерел енергії, зокрема побічної енергії промислових виробництв та вторинних енергетичних ресурсів (ВЕР). Це потребує комплексного врахування дії трьох груп чинників - техніко-технологічних, організаційно-управлінських та соціально-економічних, які розглянуто в роботі Н.М.Матвєєвої та В.О. Єсіної [1], при організації взаємодії промислових та комунальних підприємств щодо використання ВЕР. Крім того доцільно враховувати особливості вторинних енергетичних ресурсів як об'єкта техніко-технологічної та організаційно-економічної взаємодії промислових та комунальних підприємств. Для вирішення цього завдання звернемося до статті В.В. Джеджули [2] та монографії А.В. Прокіп, В.С. Дудюк, Р.Б. Колісник [3], в яких обговорюються питання використання ВЕР в різних галузях економіки, включаючи теплопостачання. Спираючись зазначені публікації та власні дослідження, розглянемо переваги та особливості ВЕР, які необхідно враховувати при

організації техніко-технологічної та організаційно-економічної взаємодії промислових та комунальних підприємств в сфері теплопостачання.

Вторинні енергетичні ресурси є паливно-енергетичними ресурсами, що утворюються як побічні продукти (скиди та викиди) технологічного процесу (гарячі гази, що відходять від апаратів, відпрацьована водяна пара, тепло вентиляційних викидів), а також відходи виробництва, які можуть використовуватися в якості палива. Тому можна представити три напрями споживання ВПР: по-перше, використання електричної чи механічної енергії, яка генерується за допомогою ВЕР; по-друге, застосування теплоти ВЕР; по-третє, відходи виробництва як паливо. Другий напрям – застосування теплоти ВЕР вважається найбільш раціональним шляхом їх використання, тому що в цьому випадку капітальні вкладення в модернізацію обладнання є прийнятними для реалізації проектних рішень на практиці, а також невисока складність технологій дозволяє знизити обсяг витрат, необхідних для реконструкції та модернізації виробництва [3]. Рішення про проведення модернізації обладнання з метою економії енергетичних ресурсів приймаються після аналізу потенціалу енергозбереження, який дозволить зменшити потреби енергетичних ресурсів на випуск продукції (або надання послуги) відповідної якості завдяки впровадженню цих технологій. Як свідчить досвід реалізації проектів щодо використання ВЕР, витрати на проектування, розміщення та монтаж утилізаційного устаткування мають достатню окупність та є менш коштовними щодо отримання рівноцінної кількості енергії, враховуючи тенденцію зростання цін на невідновлювані природні копалини (первинні енергетичні ресурси).

Таким чином, за рахунок використання ВЕР знижується рівень енергетичних витрат підприємства, збільшується енергоефективність виробництва, вирішується комплексне завдання економії природних ресурсів та захисту навколишнього середовища від забруднень. Внаслідок чого керівникам промислових підприємств доцільно звернути увагу на подібні технології в контексті можливості покращення техніко-економічних показників та отримання екологічного ефекту, оскільки зниження кількості викидів шкідливих речовин, що потрапляють в атмосферу, дозволить зменшити обсяги штрафів за порушення екологічного законодавства, а також нівелювати техногенне навантаження на довкілля в місті.

Розглянуті переваги та особливості ВЕР доцільно враховувати при організації енергоефективної взаємодії промислових та комунальних підприємств на засадах енергозбереження (за рахунок економії первинних енергоресурсів та заміни їх вторинними), підтримки екологічної безпеки та задоволення потреб населення міста в послугах теплопостачання відповідної кількості, якості та вартості. Це дозволить отримувати різні ефекти, ідентифікація яких повинна стати предметом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Матвєєва Н.М., Єсіна В.О. Формування напрямів енергоефективності у теплостачанні. Комунальне господарство міст. 2013. № 1. С. 23-32.

2. Джеджула В.В. Використання вторинних енергетичних ресурсів виробництва як напрямок підвищення енергоефективності машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. №3. Том 1. С.42-47

3. Прокіп А.В., Дудюк В.С., Колісник Р.Б. Організаційні та еколого-економічні засади використання відновлюваних енергоресурсів: монографія. Львів: ЗУКЦ, 2015. 337 с.

Севастьянов Р.В.¹, Філатова А.С.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

СТРУКТУРА РИНКУ СФЕРИ

ПОСТАЧАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ В УКРАЇНІ ЗА 2022 РІК

Кількість активних підприємств, що здійснюють діяльність з виробництва, постачання, розподілу, торгівлі енергоресурсами, а також будівництва у 2022 році в Україні зменшилася на 9% – до 9369. Ринок розподілено по таких складових.

Аналіз показав що за минулий рік збільшилась кількість підприємств лише у секторі "торгівля електроенергією". У 2022 році число суб'єктів тут зросло на 6,9% – до 450.

На рівні попереднього року залишилась кількість підприємств, що займаються розподілом газоподібного палива через місцеві (локальні) трубопроводи. У 2022 році, як і у 2021-му, налічувалось 82 таких суб'єкти.

Стабільним також залишився сектор "виробництво газу". У 2022 році, як і у попередньому, тут працювало 12 суб'єктів.

В інших 10 секторах енергетичної галузі кількість активних підприємств протягом року зменшувалась.

Найбільше скоротився сектор "передача електроенергії" – на 22,2%. Число підприємств, зайнятих будівництвом трубопроводів зменшилось на 17,4%. Сектор "будівництво споруд електропостачання та телекомунікацій" скоротився на 12,8%.

Найбільший інтерес серед даних Energy Map становить інформація щодо роботи електричної та газової мереж: виробництво; імпорт та експорт; перетоки електроенергії; надходження газу від видобувників та з суміжних ГТС; транзит; запаси у газосховищах. Серед найпопулярніших даних,

незмінно: інформація щодо торгівлі на організованих сегментах ринку електроенергії (РДН- ринок «на добу наперед», ВДР - внутрішньодобовий ринок); результати біржової торгівлі енергоресурсами. Крім того, інтерес серед користувачів викликає загальна інформація про тарифи на передачу та розподіл ресурсів, “зелені” тарифи, споживання та втрати електроенергії та тепла [1].

Через ракетний терор енергетичної інфраструктури України, інтерес до даних досліджень Energy Map у світі збільшився.

Серед зареєстрованих користувачів англомовної версії сервісу – юзери із США, Німеччини, Франції, Великобританії, Польщі, Італії, ОАЕ, Нідерландів, Ірландії, Румунії, Іспанії, Японії, Туреччини, Литви, а також представники Європейської Комісії та ЄС.

Серед корпоративних українських користувачів порталу:

- учасники ринків електроенергії та природного газу ("Укренерго", НКРЕКП, "Оператор ринку", "Енергоатом", ДТЕК, "Нафтогаз України", "Укргазвидобування", "Донбасенерго", виробники з ВДЕ – відновлювальної енергетики України, постачальники електроенергії та природного газу, оператори систем розподілу);

- асоціації, консалтингові та аналітичні центри (Асоціація постачальників енергоресурсів, Центр екологічних ініціатив “Екодія”, SaveDnipro, Інститут проблем моделювання в енергетиці, BRDO, UkraineInvest);

- медіа ("Слово і Діло", ExPro, Ecosap);

- банківські установи (Таскомбанк, Сенс-банк, ПУМБ);

- освітні інституції (Kyiv School of Economics, КНУ ім. Т.Шевченка, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Національний університет водного господарства та природокористування).

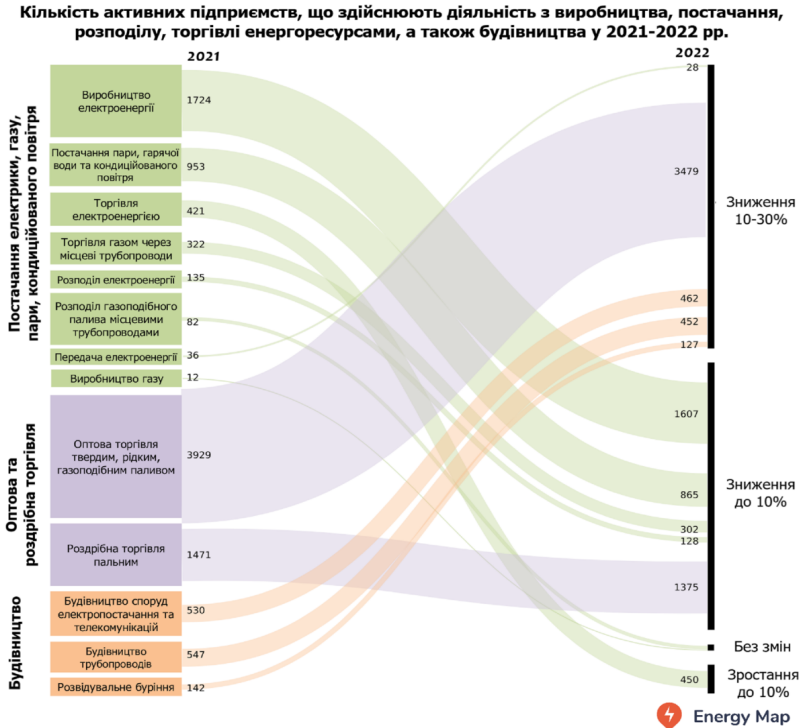


Рис. Кількість активних підприємств, що здійснюють діяльність з виробництва, постачання, розподілу, торгівлі енергоресурсами, а також будівництва у 2021-2022 рр.

Серед корпоративних іноземних користувачів:

- учасники ринків електроенергії та природного газу (Polskie Sieci Elektroenergetyczne, виробники електроенергії, видобувники природного газу та нафти, постачальники електроенергії та природного газу);
- асоціації та аналітичні центри (Japan International Cooperation Agency, International Energy Agency, Ember, Forum Energii, Polish Institute of International Affairs, Another-day);
- медіа (Sky News, Agence France-Presse, DPG Media Group, Le Grand Continent);
- банківські установи (ING, Narodowy Bank Polski);
- освітні та дослідницькі інституції (Munich University of Applied Sciences, National Renewable Energy Laboratory, Pacific Northwest National Laboratory).

Росіяни напередодні зимового опалювального сезону почали

енергетичний терор, маючи чіткі цілі. Крім намірів знищити економічний потенціал країни, росія хотіла викликати масові невдоволення серед населення та спровокувати масштабні акції протесту проти влади. Але цей процес не відбувся. Додаткові надходження учасників ринку енергії від аукціонів за доступ до міждержавних програм дали змогу направити отримані кошти на ремонти мереж і швидше повернули забезпечення споживачів до нормативів використання напередодні введення військового стану. Також зменшення фінансового дисбалансу на ринку і направлення грошей на розрахунки з виробниками "зеленої" електроенергії допомогло розширити функціонування ринку альтернативної енергетики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. ТОП від Energy Map за 2022 рік. Стаття 25 січня 2023. [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ua-energy.org/uk/posts/top-vid-energy-map-za-2022-rik>.
2. Україна готова відновити експорт електроенергії в ЄС, але є ризик. Газета Економічна правда. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/17/698138/>

Севастьянов Р.В., Фісюк Є.С.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ

Враховуючи кліматичні особливості території України та наявності потужних підприємств (у т. ч. виробників напівпровідникових матеріалів, а також мікроелектронних та електротехнічних пристроїв, що дає можливість отримувати додатковий прибуток при виробництві електроенергії з використанням фотоелектричних технологій), перетворення сонячної енергії на виробництво електроенергії з використанням фотоелектричних пристроїв є одним із перспективних напрямів розвитку відновлювальної енергетики України.

Фотоелектричне обладнання може ефективно експлуатуватися протягом усього року, проте найбільш ефективно – протягом семи місяців на рік (з квітня по жовтень) в південних регіонах України та п'яти місяців на рік – у північних (з травня по вересень).

Розміщення об'єктів СЕС обумовлене сприятливими умовами за сонячною інсоляцією, наявністю вільних територій, можливістю підключення в існуючу інфраструктуру мережі тощо

Останні декілька років в загальній структурі виробництва

електричної енергії відбувається впевнене зростання частки енергії, виробленої з відновлювальних джерел. Серед «зелених» джерел енергії найбільш розповсюдженими є сонячні електростанції (СЕС), (близько 60% від загальної генерації), з яких близько 300 одиниць підключені у розподільну мережу напругою 6-35 кВ [1].

Найбільша кількість розміщено СЕС в 5-ти областях нашої країни: Одеській, Миколаївській, Херсонській, Дніпропетровській та Запорізькій зосереджено 66 % від загальної потужності СЕС [2]

Середньозважена собівартість виробництва електроенергії (LCOE, англ. Levelized Cost of Electricity) для СЕС визначається відношенням сумарних приведених витрат протягом життєвого циклу до загального обсягу виробленої електроенергії за весь період експлуатації з урахуванням дисконту. До основних витрат СЕС входять інвестиційні витрати на впровадження СЕС (проектування, витрати на закупівлю обладнання, будівництво, логістику), витрати на експлуатацію та технічне обслуговування тощо [3].

Обсяг виробленої електроенергії СЕС протягом її життєвого циклу поступово знижується у зв'язку з деградацією фотоелементів. Тому у розрахунках щорічного обсягу виробленої електроенергії СЕС протягом її експлуатації враховувалися втрати через відповідну деградацію сонячних панелей.

Щоб підвищити життєвий цикл сонячної електростанції треба у розрахунках враховувати додаткові витрати на збільшення потужності DC (придбання додаткового обладнання з відповідним збільшенням площі електростанції за рахунок оренди додаткових ділянок тощо). Це підвищить собівартість виробленої енергії але збільшить період роботи фотоелементів.

Основним заходом щодо збільшення обсягів та покращення прогнозованості виробництва електроенергії на СЕС є збільшення сумарної потужності DC при збереженні потужності AC, тобто збільшення коефіцієнта перевантаження (DC/AC overloading).

Таким чином, застосування коефіцієнта перевантаження дозволить збільшити потенціал роботи СЕС, що вплине на виробіток енергії за рахунок альтернативних джерел та допоможе розвинути енергетичну галузь через зменшення витрат в усіх галузях економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Статистика сонячних батарей в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://greentechtrade.com.ua/statystyka-sonyachnyh-batarej>
2. Енергоефективність та «зелена» енергетика України: здобутки 5 останніх років та наступні цілі [Електронний ресурс] –Режим доступу: <https://sae.gov.ua/uk/documents/3229>

3. Capital Cost and Performance Characteristic Estimates for Utility Scale Electric Power Generating Technologies. U.S. Energy Information Administration. EIA – 2020

Сердюк Є.М.¹, Соловей Д.В.², Тюгаєв М.К.³

¹ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

³здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ УСТАНОВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ

Саме поняття «енергозбереження» передбачає наукову, практичну та організаційну діяльність підприємства, спрямовану на раціональне використання та економне витрачання первинної та перетвореної енергії, природних енергетичних ресурсів.

Енергозбереження — це комплексна, багатогранна програма, яка включає в себе модернізацію технічного господарства на основі впровадження передових європейських енергозберігаючих технологій, вирішення проблем енергозбереження у співпраці та через залучення провідних європейських виробників інвестиційних проектів, широкого використання альтернативних видів палива із дотриманням екологічних вимог, застосування комбінованого виробництва теплової та електричної енергії (когенерація), тощо. Власне увесь цей комплекс напрямків взятий за цілісну стратегічну лінію діяльності, розвитку і розбудови підприємства «Івано-Франківськтеплокомуненерго».

Постало доленосне питання — раціонального використання енергоносіїв. Саме тому наприкінці 90-х років взяло початок здійснення заміни багатокілометрових теплових мереж на попередньоізольовані труби, що залишається актуальним і донині. Попередня ізоляція труб здійснюється на підприємстві на спеціалізованій дільниці, що дає значну економію коштів. А втрати тепла при його транспортуванні по таких трубах зменшуються, як мінімум, втричі.

Одним з пріоритетних напрямків енергетичної стратегії України до 2030 року визнано запровадження на теплогенеруючих підприємствах когенераційних установок [1]. Тобто перетворення котелень на когенераційні електростанції. У вересні 2003 року на підприємстві «Івано-Франківськтеплокомуненерго» було введено в експлуатацію першу на Прикарпатті когенераційну установку фірми «Caterpillar» на базі газопоршневого двигуна G3516TA електричною потужністю 1 МВт (1,2 МВт теплової потужності) в котельні, яка забезпечила цілодобовим гарячим водопостачанням обласну клінічну лікарню та прилеглі житлові будинки.

Собівартість електроенергії, яку виробляє когенераційна установка – вдвічі дешевша.

Саме задля зменшення споживання електричної енергії та компенсації її реактивної складової на підприємстві «Івано-Франківськтеплокомуненерго» проводяться роботи по встановленню конденсаторної установки в котельні.

Як відомо, реактивна потужність разом з активною враховується постачальником електроенергії, а отже, підлягає оплаті по тарифах, що нині діють, тому і складає значну частину рахунку за електроенергію.

Реактивна енергія витрачається на створення магнітних полів в обмотках електродвигунів і трансформаторів. Отже, основними виробниками реактивної потужності є асинхронні електродвигуни, які споживають до 40% всієї потужності, трансформатори всіх ступенів трансформації — 35%; лінії електропередачі — 7%.

Найбільш дієвим і ефективним способом зниження споживаної з мережі реактивної потужності є застосування установок компенсації реактивної потужності за допомогою конденсаторних батарей. За рахунок приєднання до мережі компенсуючого пристрою зменшуються втрати потужності і напруги. На практиці коефіцієнт потужності після компенсації знаходиться в межах від 0,93 до 0,99. Чим значення коефіцієнту менше, тим втрати більші.

Нині в модернізованій котельні здійснюються роботи по встановленню нової конденсаторної установки з автоматичним регулюванням. Це покращить роботу схеми електропостачання теплогенеруючого об'єкта в цілому, призведе до зменшення перетікання реактивної електричної енергії, розвантажить силові лінії та трансформатори, покращить роботу електрообладнання і сприятиме стабілізації напруги в мережі, що в свою чергу зменшить фінансові затрати при розрахунках з електропостачальною організацією.

У 2019 р. встановили ще один новий сучасний газовий котлоагрегат потужністю 9 МВт із допоміжним обладнанням, який змонтувала французька компанія «ENERTEX» (м. Марсель). Кожен рік старі агрегати замінюються на більш продуктивну техніку із значно більшим коефіцієнтом корисної дії.

Відповідно до проекту в котельні у 2020р. було встановлено стальний водогрійний жаротрубний газовий котел потужністю 9 МВт (виробник ICI Caldaie S.p.A.(Італія) з повністю автоматизованим газовими пальником (виробник Німеччина WeisHaupt) та автоматизованою системою захисту.

Також було встановлено котел-утилізатор димових газів для 9 МВт нового газового котла. Виконано заміну чотирьох мережних насосів для роботи з існуючими частотними перетворювачами, та змонтовано автоматизовану систему хімоводопідготовки (Grunbeck Delta-p) та автоматичну хімічну деаераційну установку. Також було виконано ремонт фасаду та приміщення котельні.

Загальний економічний ефект після впровадження проекту складає 4 875 тис. грн. в перший рік повноцінної роботи. Зменшено споживання природного газу на 708 тис. м³ в рік. Економія коштів за рахунок зменшення споживання газу 4487 тис. грн. Зменшення споживання електроенергії складе 109 тис. кВт/год в рік. Економія коштів за рахунок зменшення споживання електричної енергії 388 тис. грн. Зменшення викидів CO₂, складе 0,186 тон в рік. Зменшення викидів складе Nox 0,466 тон в рік. Термін окупності: 4,1 роки.

Це черговий крок з оновлення технологічного парку та застосування на Прикарпатті передової європейської техніки. Продукцію німецьких фірм відрізняє якість, висока технологічна надійність, просте технічне обслуговування без відокремлення напірних та всмоктуючих трубопроводів. Все автоматизовано. А застосування сучасних частотних перетворювачів надає можливості у здійсненні енергоощадного використання енергетичних ресурсів, що в кінцевому рахунку спрямовано на зменшення цінового навантаження на наших абонентів теплової енергії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»: Розпорядження Кабінету міністрів України від 18.08.2017 р. № 605-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80> (дата звернення: 31.05.2018).
2. Про енергозбереження: Закон України від 01.07.1994 р. № 74/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/94>
3. Докуніна К.І. Теоретичні аспекти формування економічного механізму енергозбереження. Комунальне господарство міст. Харків, 2012. № 106. С. 341 – 350.

Шапран Є.М.¹ Петрухнов О.В.²

¹д.т.н., професор, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Харків, Україна

²аспірант, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Харків, Україна

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Анотація: досліджено принципи державно-приватного партнерства у розрізі забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-енергетичної галузі.

Ключові слова: паливно-енергетична галузь, державно-приватне партнерство, модель.

Державно-приватне партнерство в Україні на сучасному етапі тільки

формується. Згідно Закону України «Про державно-приватне партнерство», державно-приватне партнерство розглядається як система відносин між державними та приватними партнерами, побудована на принципах рівності партнерів та узгодженості їх інтересів [1].

Державно-приватне партнерство є короткострокове та довгострокове, залежно від цілей, масштабів та складності проблем, які потрібно вирішити. Якість відносин залежить від рівня нормативної бази, компетенції персоналу та взаємних переваг учасників, інших ресурсів, які використовуються для спільної діяльності. Державні органи при реалізації партнерства виступають ініціаторами програм, фінансуючою стороною, державним замовником [1].

Основні принципи державно-приватного партнерства України у розрізі забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-енергетичної галузі [1] подано на рис. 1:



Рис. 1 Основні принципи державно-приватного партнерства України у розрізі забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-енергетичної галузі

Важливого значення державно-приватне партнерство набуває у розрізі забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-енергетичної галузі. Державно-приватне партнерство дозволить розділити функції щодо забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-

енергетичної галузі між державою та підприємством [2].

Отже, в роботі розглянуто поняття державно-приватного партнерства, досліджено та агреговано основні принципи у розрізі забезпечення розвитку підприємницьких структур паливно-енергетичної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Law of Ukraine "On Public-Private Partnership" dated July 1, 2010 No. 2404-VI, available at: <http://www.nau.ua/druk.php?name=332930-01072010-0.txt>, (Accessed 24 Nov 2018).

1. Renda A. (2005), Public-Private Partnerships: Models and Trends in the European Union [Text] / A. Renda, L. Schrefler. – The European Parliament, pp. 65-67.

2. Worldbank Retrieved, from available at: <http://ppi.worldbank.org/>, (Accessed 29 Nov 2018).

СЕКЦІЯ 2. «МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

Metelenko N. G.¹, Ogloblina V. O.², Netyaga A. V.³

¹ doctor of economic sciences, professor, director of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

² Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

³ Postgraduate student of speciality 073 "Management" of the Department of the Department of Information Economics, Entrepreneurship and Finance of the Engineering Institute of Zaporizhzhia National University, Ukraine

ADAPTABILITY OF UKRAINIAN SMB IN THE DIRECTION OF RECONSTRUCTION

The absence of an electricity shortage in Ukraine led to a revival of economic activity in February 2023. From the beginning of February, the electricity deficit began to decline and virtually disappeared in the second half of the month due to imports, warming and repairs, increased hydroelectric generation due to flooding, and renewable generation due to increased daylight hours and clear weather. As a result, there were almost no electricity imports at the end of February. This helped to increase the utilisation of metallurgical and pipe plants and, together with an improvement in the external price environment, helped to restart operations of mining and processing plants; chemical companies increased production of mineral fertilisers ahead of the spring sowing season; and a number of large food processing plants resumed operations. The impact of the energy crisis on the dairy and meat processing industries eased, although in February 2023, the industry experienced a seasonal slowdown in activity [1].

The course of the war remains a key factor in Ukraine's economic growth in both the short and medium term. This is evidenced by the fact that the baseline scenario of the macroeconomic forecast, on which the recently approved IMF Extended Fund Facility programme is based, envisages real GDP growth in Ukraine in 2023 in the range of -3% to +1%, while the negative scenario (the main assumptions of which are a longer and more destructive war) envisages a 10% decline in real GDP in 2023 and another 2% in 2024 [2]. A 1% percentage point increase in potential GDP (from 3.75% to 4.75% under the optimistic medium-term scenario) would require many assumptions to be met. These assumptions are, on the one hand, under Ukraine's direct influence (completion of structural reforms, revival of exports), and on the other hand, require external coordination (the scope of the post-war reconstruction programme).

According to the report [3], Ukraine's losses for a year of full-scale war are estimated at over USD 135 billion. Economic losses, including disruption of

economic flows, production and additional costs associated with the war, reach USD 290 billion. According to the report, Ukraine's reconstruction and rehabilitation needs are estimated at around USD 411 billion. Despite Russia's ongoing terrorist campaign to destroy the energy infrastructure, the Ukrainian energy sector, SMEs and business in general demonstrate a high level of adaptability.

The high level of adaptability of Ukrainian SMEs is evidenced by regular surveys during the war year. For example, in March 2022 [4], a survey showed that at that time 42% of enterprises did not work, 30% worked partially, and only 13% were able to work in full. However, already in October 2022, the number of non-operating enterprises decreased to 11%, and the number of operating enterprises increased accordingly, namely 50% - partially and 39% - in full. Even Russian attacks on Ukraine's energy system did not stop the trend towards resumption of business activity. Only 8% of entrepreneurs stopped working completely due to the outage, while another 20% suspended their work temporarily. Most entrepreneurs are adapting. Thus, 45% of entrepreneurs are changing their work schedule, working night shifts and/or changing the volume of production or services.

We are confident that the obstacles will be easier to overcome if business, government and the international community work together and build ambitious plans for the future.

REFERENCES

НБУ. Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2023-03.pdf?v=4 (дата звернення 29.04.2023).

Перспективи відновлення: ситуації в економіці та на фінансових ринках України. Економічна ситуація. URL: https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/551057_perspektivi_vidnovlennya_situatsii.html (дата звернення 29.04.2023).

Уряд України, Світовий банк, Європейська Комісія та ООН презентували звіт щодо збитків України, завданих РФ за рік війни. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/the_government_of_ukraine_the_world_bank_the_european_commission_and_the_un_presented_a_report_on_the_damage_caused_to_ukraine_by_russia_during_the_year_of_war-3902 (дата звернення 29.04.2023).

На другому році повномасштабної війни: які настрої та плани у малого бізнесу? URL: <https://eba.com.ua/na-drugomu-rotsi-povnomasshtabnoyi-vijnny-yaki-nastroyi-ta-planu-u-malogo-biznesu/> (дата звернення 29.04.2023).

Варяниченко О.В.¹, Іванова О.О.², Моїсеєнко Р.О.³

¹ канд. екон. наук., доц. НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

² здобувач вищої освіти, «НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

³ здобувач вищої освіти «НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

АГРОІННОВАЦІЇ ТА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА

Агресія росії проти нашої держави негативно вплинула на аграрний сектор України і під загрозу потрапила продовольча безпека в усьому світі, адже від поставок зерна з України залежать понад 400 мільйонів людей. Незважаючи на війну, продукція сільського господарства продовжує бути головним джерелом надходження валютної виручки в Україну - наша країна є одним з найбільших експортерів зерна у світі. Але в наступному сезоні 2022/23 рр. можливе зниження частки України в загальному виробництві основних зернових культур через скорочення посівних площ внаслідок активних бойових дій на деяких територіях, що унеможливило проведення повноцінної посівної кампанії. Однак прогнозується, що Україна все ще увійде до ТОП-10 світових виробників основних зернових культур [1].

Як зазначили Осецький В.Л., Куліш В.А. [2], у науковій літературі існує безліч підходів до визначення категорії «інновації в агропромисловому комплексі». Також у сучасній науковій термінології часто вживається поняття «агроінновація» - тобто інновація, що реалізована в аграрній сфері. Узагальнивши існуючі підходи до визначення поняття, автори стверджують, що агроінновація (або інновації в агропромисловому комплексі) – це вид інновацій, який полягає у впровадженні в агропромислову сферу діяльності результатів науково-дослідної роботи, нової техніки та технологій, що приводить до забезпечення високої конкурентоспроможності продукції агропромислового комплексу на внутрішніх і зовнішніх ринках [2]. При цьому в процесі виробництва сільськогосподарської продукції створюється певний ефект від освоєння інновацій, який виражається у додатковому виході продукції з одиниці площі, скороченні витрат на одиницю продукції та отриманні додаткового доходу.

Приклади основних інновацій, які застосовують в агропромисловому комплексі як в Україні, так і в світі демонструє рисунок 1. Наприклад, використання дронів стало важливою частиною великомасштабних операцій точного землеробства, що дозволяє збільшити врожайність до 7%.

За прогнозами індустрія дронів у сільськогосподарському секторі зросте з 3,2 млрд. дол. США у 2022 році до 4,8 млрд. дол. США у 2024 році. Усі дані, отримані дронами на сільськогосподарських угіддях, здебільшого використовуються для покращення агротехнічних рішень, що робить такі інноваційні підходи частиною сектору «точного землеробства» [3].



Рисунок 1 - Приклади основних інновацій, які застосовують в агропромисловому комплексі (побудовано на основі [2])

Інновації будуть ключовими факторами майбутнього в аграрному секторі України, а управління інноваціями - підґрунтям забезпечення конкурентоспроможності продукції, подолання існуючих або потенційних криз і економічних спадів в агропромисловому комплексі взагалі та продовольчої безпеки людства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Побоченко Л. М., Татаренко Н. О., Прокоп'єва А. А. Сучасні тренди розвитку світового ринку зерна в умовах війни в Україні.. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-29>
2. Осецький В.Л., Куліш В.А. Інноваційна індустріалізація в агропромисловому комплексі України. *Економіка АПК*. 2020. № 4. С. 54–65. URL:http://eaprk.org.ua/sites/default/files/eaprk/2020/04/ekonomikaaprk_2020_4_p_54_65.pdf
3. Скористайтеся перевагами застосування безпілотних технологій для сільського господарства. URL: <https://drone.ua/resheniya-dlya-apk/>

Воронкова В.Г.¹, Нікітенко В.О.², Андрюкайтене Р.³

¹доктор філософських наук, професор, в.о. зав. кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

²доктор філософських наук, професор кафедри управління та адміністрування Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

³доктор PhD соціальних наук (менеджмент), доцент, зав. кафедри бізнесу та економіки, Марьямпольський університет прикладних наук, м. Марьямполье, м. Каунас, Литва

КУЛЬТУРА БЕЗПЕКИ ЯК СКЛАДНА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ТА МОРАЛЬНО-ЕТИЧНА ПРОБЛЕМА

Культура безпеки - це загальний термін для концепції безпеки, поінформованості про безпеку та різних видів поведінки, в основному включаючи концепцію безпеки, безпеку поведінки, безпеку системи, безпеку процесу та її значення особливо помітно в енергетиці, електроенергетиці, хімічній та інших галузях промисловості.

Конкретні об'єкти дослідження культури безпеки поділяються на чотири категорії:

- 1) культура концепції безпеки;
- 2) культура безпечної поведінки;
- 3) культура управління безпекою;
- 4) культура фізичного стану безпеки.

Безпека висувається з точки зору фізичних і психічних потреб людей, спрямована на людей і речі, прямо чи опосередковано пов'язана з фізичними і психічними потребами людей. Культура безпеки застосовується до високотехнологічних і високоризикових операційних підприємств, шляхом культивування цінностей безпеки та норм безпеки поведінки, визнаних працівниками, самодисципліни, самоуправління та управління командою, які створюються на підприємстві. Культурна атмосфера - мета постійного покращення показників безпеки та створення довгострокового механізму безпечного виробництва. Культура безпеки полягає в процесі виживання, відтворення та розвитку людини, у всіх сферах виробництва, життя та практики, щоб забезпечити фізичну та психічну безпеку людини (включаючи здоров'я) і дозволити їй брати участь у всіх видах діяльності безпечно, комфортно та ефективно. Культура безпеки необхідна для того, щоб запобігти, уникнути, контролювати та ліквідувати аварії та катастрофи (природні, техногенні чи природні катастрофи); створити безпечне, надійне, гармонійне та скоординоване середовище та систему безпеки для відповідних операцій; зробити людей безпечнішими. Культура безпеки має широке та вузьке значення, але з точки зору її виникнення та процесу розвитку, глибоке

значення культури безпеки все ще належить до категорії «освіти безпеки», «культивування безпеки» або «якості безпеки». Культура безпеки головним чином культивує людей з емоціями безпеки, цінностями безпеки та безпечною поведінкою, яких вимагає сучасне суспільство. Мета культури безпеки полягає в тому, щоб люди жили і працювали безпечніше і здоровіше за існуючих технологій і умов господарювання. Реалізація безпеки та гігієни невіддільна від уважного ставлення людей до безпеки та гігієни, кожен крок повинен відповідати вимогам кодексу поведінки у сфері безпеки та гігієни. Шляхом виховання та виховання культури безпеки на виробництві та в життєдіяльності люди постійно підвищують якість власної безпеки, запобігають нещасним випадкам, забезпечують якість життя. У цьому дехто вважає сутність культури безпеки. На практиці безпечного виробництва встановлено, що для запобігання нещасним випадкам недостатньо лише технічних засобів безпеки та засобів управління безпекою. Хоча управління безпекою відіграє певну роль, ефективність управління безпекою залежить від нагляду та зворотного зв'язку з суб'єктами і об'єктами безпеки. З точки зору людських і матеріальних ресурсів, менеджерам практично неможливо ретельно контролювати дотримання кожним працівником або громадянином правил і норм безпеки. Це неминуче призведе до упущень в управлінні охороною праці. Заради деяких інтересів або вигод, таких як економія часу, економія робочої сили, заробіток, керований ігноруватиме правила та норми безпеки та прийматиме небезпечну поведінку «ризиковано» за відсутності нагляду з боку керівництва. Однак не будь-яка небезпечна поведінка призведе до нещасного випадку, який ще більше посилить цю небезпечну поведінку та може «заразити» інших. Небезпечна поведінка є важливою причиною нещасних випадків, а результатом великої кількості небезпечної поведінки мають бути нещасні випадки. Використання засобів культури безпеки призначене лише для компенсації внутрішнього недоліку, що засоби управління безпекою не можуть повністю змінити небезпечну поведінку людей. Роль культури безпеки полягає в тому, щоб постійно підвищувати якість безпеки людей шляхом зміцнення гуманістичних факторів, таких як людські концепції, мораль, етика, ставлення, емоції та поведінка, а також за допомогою лідерства, освіти, публічності, винагород і покарань, створення атмосфери. По суті безпека є різновидом культури, важливою її частиною. Це важлива гарантія захисту та розвитку продуктивності, важливий символ соціальної цивілізації та національної всеосяжної сили; це основний критерій сучасного науково-технічного розвитку та соціального розвитку, втілення соціальної ефективності [1]. Культура безпеки розглядається у контексті гуманістичної етики, культури та освіти; це символ естетики та антропології, які є основою культивування людської природи, норм поведінки, моральних понять, цінностей і поглядів на життя. Це теоретичне і практичне керівництво

для захисту фізичного та психічного здоров'я людей і здійснення безпечної, комфортної та ефективної діяльності; це міжнародна норма та стандарт правил для всіх людей щодо досягнення високого рівня матеріальної та духовної цивілізації. Культура безпеки була вперше висунута після аварії на Чорнобильській АЕС, щоб вирішити проблеми ядерної безпеки, тому історія розвитку культури безпеки є історією розвитку теорії причин аварії. На початку 20-го століття, з початком промислової революції, промислове обладнання почало застосовуватися у великих масштабах. Конструкція ранніх машин не враховувала безпеку експлуатації, тому було більше нещасних випадків на виробництві. Поява літаків під час Другої світової війни сприяла дослідженню ергономіки в галузі промислової безпеки. Люди висунули нові теорії про причини аварій: теорію перетину траєкторій і теорію аварійних зустрічей, так що в центрі уваги попередження аварій. починається з людей Починається передача на речі (обладнання). Пізніше народилося більш складне обладнання, процеси та продукти. У процесі розробки, використання та обслуговування складних систем виникла основна ідея безпеки системи. Основна відповідальність за запобігання нещасним випадкам лежить на розробнику продукту, а не на операторі чи самому обладнанні. Згодом почала зростати теорія невдалого менеджменту: основна відповідальність за запобігання нещасним випадкам на виробництві лежить на керівництві. Культура безпеки базується на принципах управління безпекою, і подальший розвиток концепцій культури безпеки більше не обмежується сферою ядерної безпеки. У сфері промислової безпеки в процесі розвитку культури безпеки усвідомлюється, що запобігання нещасним випадкам на виробництві має зміцнити побудову культури безпеки підприємства. Метод управління підприємством увійшов в епоху управління культурою підприємства від простого системного управління, тобто уніфікації операційної та управлінської поведінки підприємства із загальним характером операційної культури підприємства.

Культура безпеки є частиною загальної культури підприємства та однією з основних характеристик модернізації системи управління безпекою виробництва підприємства. Можна побачити, що традиційне управління безпекою, яке спирається виключно на адміністративні методи, не може адаптуватися до розвитку ринкової економіки індустріального суспільства Побудова культури безпеки, яка об'єднує цінність виробництва та реалізації людей, є основою для побудови підприємствами сучасного механізму управління безпекою. З розвитком соціальної економіки культура безпеки все більше і більше проникає в найтонші аспекти життя, особливо з розвитком мережових технологій, культура безпеки включає мережеву безпеку та конфіденційність, тому відповідні національні закони також повинні слідувати розвитку безпеки культури. EESCS - це набір практичних і

здійснення організаційних установок безпеки, поведінки в галузі безпеки та індивідуальних установок щодо безпеки та методів управління поведінкою в сфері безпеки, спрямованих на людей та їхню надійність. Культура ядерної безпеки є джерелом культури безпеки [2]. Після аварії на Чорнобильській АЕС, яка виникла через витік води, Міжнародна консультативна група з ядерної безпеки (INSAG) Міжнародного агентства з атомної енергії (МАГАТЕ) запропонувала концепцію культури безпеки в 1986 році та опублікувала її в 1991 році як звіт «Культура безпеки». Було визначено поняття культури безпеки, і це визначення було прийнято багатьма галузями промисловості в багатьох країнах світу та широко визнано.

МАГАТЕ поділяє розвиток культури безпеки на три фази, кожна з яких має різні характеристики:

- 1) саморегуляції: безпека, заснована на правилах і нормах;
- 2) усвідомлений етап: хороші показники безпеки стають метою організації;
- 3) ефективність безпеки завжди можна покращити.

Безпека повинна стати основною умовою для всієї роботи в компанії. Будучи важливим способом підвищення рівня управління безпекою на підприємстві та реалізації внутрішньої безпеки підприємств, побудова культури безпеки є проектом, який приносить користь життю, здоров'ю та безпеці працівників. Підприємства та організації повинні посилити будівництво культури безпеки підприємства, просувати демонстраційний проект будівництва культури безпеки, посилити будівництво позицій культури безпеки, інноваційні форми, збагачувати зміст, формувати рушійні сили.

Побудова культури безпеки - це команда та група, яка служить основою безпеки підприємства. Необхідно побудувати систему побудови культури безпеки для колективів підприємств. Ключем до побудови культури безпеки компанії є зосередження на «будівництві», яке гарантується сильним організаційним керівництвом, упорядкованим робочим механізмом та ефективними заходами просування. Заходи захисту: відповідно до характеру та характеристик різних підрозділів, направляти підрозділи для створення відповідних моделей побудови культури безпеки, створити систему створення стандартизації виробництва безпеки, покращити систему оцінки якості навчання з безпеки; посилити інвестиції в побудову культури безпеки, рекомендувати команди з організації культури безпеки. Необхідно повністю відводити провідну роль внутрішнім опорним підрозділам культури безпеки компанії та відділам освіти та навчання, заохочувати урядові та робочі групи компанії до проведення заходів з культури безпеки та формувати багатосторонній рівень культури безпеки за участю всіх працівників. Побудова культури безпеки культивує своєрідну соціальну мораль. Його

кінцева роль полягає в довгостроковому проникненні та накопиченні культури, щоб керівники підприємства та всі працівники сформували усвідомлення «безпека перш за все», моральні цінності «життя понад усе», мислення дотримання законів і стандартів, дотримання правил і положень. Звичні способи та свідомі дії; змушують кожен підрозділ формувати орієнтоване на людей почуття відповідальності, покладатися на наукову та технологічну підтримку для забезпечення необхідної безпеки наукового бачення.

Мета дослідження культури безпеки полягає в тому, щоб захистити фізичну та психічну безпеку та здоров'я людей і забезпечити їм безпеку, здоров'я, комфорт та ефективну участь у всіх видах діяльності, попередження, запобігання, контроль та ліквідацію аварій і катастроф (викликані катастрофами та стихійними лихами) і ризики, створені безпечним матеріальним багатством і безпечним духовним багатством. Дослідження та розвиток культури безпеки людини спрямовані на реалізацію підтримки та захисту права людей на виживання, працю та життя шляхом встановлення концепції безпеки «орієнтованої на людей».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маренко В.Ю. Інформаційна безпека як умова вирішення глобальних проблем міжнародного простору. С.120-125. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2022. С.17-22.
2. Нікітенко В.О., Васильчук Г.М., & Мержинський Є.К. Мережева економіка як чинник підвищення ефективності цифровізації у контексті розвитку цифрового суспільства від 1G до 5G. HUMANITIES STUDIES : Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2022. 10 (87). С. 112-121.

Коркушко О.Н.¹

¹к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім. С.Юрія НРЗВО, «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна

РЕАЛІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

У лютому 2022 року росія здійснила повномасштабне вторгнення на територію України, що в свою чергу нанесло значні втрати українській економіці. Ключовими викликами для нинішньої економіки України є падіння виробництва, ріст числа безробітних, послаблення стійкості державних фінансів, загрози валютній стабільності. Війна вплину на можливість бізнесу функціонувати повноцінно. Значна кількість підприємств повністю або майже повністю припинили свою роботу.

Частина суб'єктів господарювання були релоковані зі Сходу та

Півдня України в ряд західних областей держави. Скорочення обсягів роботи вплинуло і на зайнятість: відбулись скорочення працівників на підприємствах малого та середнього бізнесу, ряд працівників були відправлені у відпустку без збереження заробітної плати.

Ті підприємства, що були релоковані, стикнулись з питаннями пошуку виробничих та складських приміщень, пошуку житла для співробітників та фінансової підтримки для покриття оборотних коштів та закупівлі обладнання. Територіальні громади, до яких перемістились такі підприємства, відгукнулись на ці проблеми, а саме долучились до допомоги у пошуку приміщень і житла, запровадили програми надання безповоротної фінансової підтримки. Таким чином, поступово розпочався етап відновлення вітчизняного бізнесу.

Однак, наявність ресурсів, передусім, фінансових, залишаються основною потребою бізнесу. Більшість суб'єктів господарювання вважають, що основними перешкодами для розвитку бізнесу є:

- відсутність чітких прогнозів щодо розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку;
- брак достатнього капіталу;
- непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу;
- зменшення кількості платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку;
- недоступність кредитних коштів;
- руйнування ланцюгів постачання;
- неефективна, довга і дорога логістика.

Для підтримки економіки та ведення бізнесу в умовах війни уряд України прийняв низку змін і доповнень до законодавства, що регламентують трудові відносини, ведення бізнесу, податкову політику державу тощо. Прийнятий 15.03.2022 р. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» [1], що був опублікований і набрав чинності 17 березня, здебільшого має у фокусі уваги оподаткування суб'єктів господарювання, що цілком логічно, адже створення сприятливого податкового режиму – це запорука для збереження функціонування суб'єктів господарювання та робочих місць [2].

Значну роль у підтримці підприємців в умовах війни надають державні органи. Уряд затвердив низку програм фінансової підтримки бізнесу. Серед них: «Робота – урядова грантова програма підтримки бізнесу; кредитування під 0% в рамках програми «5-7-9»; фінансова підтримка ветеранського бізнесу тощо.

Варто зазначити, що певна частина українців розпочали ведення власного бізнесу якраз у період війни. Тому, окрім загальних проблем

розвитку вітчизняного діючого бізнесу, важливо виокремити основні проблеми і потреби тих, які започаткували або планують започаткувати власну справу в Україні, особливо для тих, хто переїхав з тимчасово окупованих територій України. В першу чергу, це брак навичок та практичного досвіду; невпевненість у успіху бізнесу та страх перед невдачею; брак знань щодо підготовки бізнес-планів; брак консультативної підтримки та поради; складність оцінки потреб ринку; відсутність довгострокових прогнозів щодо ситуації в країні тощо.

Отже, до основних напрямків підтримки вітчизняного бізнесу належать: пошук нових клієнтів (нові ринки збуту продукції); скорочення витрат; пошук джерел фінансування; запуск нових напрямів бізнесу; антикризове управління; пошук партнерів на зовнішніх ринках; розвиток експорту тощо. Сукупність цих напрямків підтримки бізнесу та перемога нашої держави над ворогом стане початком розбудови сучасної України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15 березня 2022 року № 2120-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>

2. Масловська С., Коркушко О. Особливості оподаткування суб'єктів спрощеної системи в період воєнного стану. Фінансово-економічна діяльність суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану. Міжнародний науково-практичний форум. Кам'янець-Подільський: НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут». 2022. С.123-124.

Крамський С.О.¹

¹ канд. техн. наук, доц., доцент кафедри «Менеджменту та економіки» Одеський інститут «Міжрегіональної академії управління персоналом», м. Одеса, Україна

ОЦІНКА РИЗИК-ОРІЄНТОВАНИХ ЗАСОБІВ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМИ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Контекстний інноваційний формат з управління проектами – галузь ІТ-менеджменту, яка з кожним роком привертає все більше уваги, як бізнес-структур, так і органів публічного управління, які запроваджують принципи проектного менеджменту у роботу підприємств особливо у воєнний та повоєнний час. Ефективне управління проектами дозволяє ІТ-організаціям вірно планувати, оптимізувати витрати часових, фінансових і людських ресурсів у воєнний період реалізації проектів, але при цьому не відхилятися від запланованої якості кінцевого продукту проекту. Проектний підхід, як основа управління ризиками, девіаціями, змінами, орієнтує будь-яку

діяльність на проактивні тобто з упередженням подій, засади управління системою "проект проектна команда технології турбулентне оточення військове середовище". Проекти у галузі інформаційних технологій, надалі - ІТ обладують специфічними параметрами, в силу яких ефективно управління даними ризиками стає життєво важливим для їхнього успіху. При забезпеченні безпеки технічних систем ні теорія абсолютної надійності, ні імовірнісний підхід до аналізу ризиків не дозволяють отримати задовільні відповіді відносно можливих аварій і відмов, оскільки частенько "слабкою" ланкою системи є людина [1]. Сьогодні виникає проблема комплексної оцінки ризику у соціальних системах управління ризиком проектів. Як правило, підвищення рівня безпеки здійснюють в наступних трьох напрямках: а) вдосконалення технічних систем і об'єктів; б) підготовка персоналу; в) попередження надзвичайних ситуацій. Для їх визначення необхідний спеціальний аналіз конкретних даних і умов. Знайти керівника ІТ-проекту, планувальника та інженера з управління ризиками, які мають достатню кваліфікацію і готові працювати у проекті, незважаючи на загальне скорочення кількості проектів, в сучасній економічній ситуації все ще досить складно. Шкода від ризику втрати ІТ-команди дуже значна. Формування нової професійної команди ІТ-проекту у воєних умовах вкрай важко [2].

Невизначеність, непередбачуваність і нестабільність зовнішнього середовища обумовлюють об'єктивний характер виникнення ризик факторів, які ускладнюють процес адаптації бізнес структур до змін, що відбуваються. На першому етапі контролінгу інновацій необхідно вирішити задачу вибору варіанта реалізації ІТ-проекту [3]. Вибір між варіаціями очевидний, якщо один з варіантів кращий за інший за всіма показниками. У реальних ситуаціях вибору варіанти зазвичай непорівнянні - перший краще за одними показниками, другий - за іншими. Етапи контролінгу інновацій ІТ-проекту включають в себе: оцінку можливості бути реалізованим проектом; інформаційну підтримку планування розробки інноваційного проекту; інформаційну підтримку контролю над здійсненням комплексного проекту; інформаційну підтримку функцій аналізу проекту підприємства [4].

Сучасна якісна інноваційна підготовка компетентних ІТ-фахівців, менеджерів обізнаних у питаннях ефективного застосування до визначення рівня ІТ-ризиків їхньої кількісної оцінки для подальшої мінімізації та усунення на базі ризик-орієнтованого підходу в організаціях. На етапі формування ІТ-команди проекту важливо усвідомлювати, що існує стандартний ризик просто не знайти персонал для проекту у воєний час, що володіє професійними знаннями і досвідом. Таким чином, навіть зумівши на початкових етапах проекту залучити досвідчених людей в ІТ-команду, пізніше можна їх втратити. Підхід до оцінки ризиків, пов'язаних з персоналом, повинен бути таким же, як і підхід до оцінки інших (виробничих, фінансових,

економічних, технічних) ризиків проекту. У цьому комплементарному процесі, керівнику IT-проекту повинні допомагати інженер з управління ризиками і фахівець з управління персоналом підприємства, щодо попередження та протидії різноманітним ризикам [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Крамской С.А. Метод оценки компетенций ролевого состава специалистов для комплектации IT-компании с использованием нечёткой логики. *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА. 2016. Вип. 28. 81-89.
 2. Нікольський В.В. Циклічно-генетична методологія управління проектами організації системи інтермодального хабу в умовах невизначеності. *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА. 2020. №43. 40 – 46. <https://dx.doi.org/10.32347/2412-9933.2020.43.40-46>.
 3. Kramskiy S.O., Matolikov D.P. Business technologies and processes of IT-project management on the platform of simulation "Management of Development of Complex Systems". Kyiv: KNUCA. 2018. 35. 6-12.
 4. Рудніченко М.Д. Концептуальна модель управління людським капіталом у виробничій IT-організації на платформі нечітких множин. *Управління розвитком складних систем*. Київ: КНУБА. 2017. Вип. 32. 32-41.
- Danchuk V.D., Alkema V.G., Sevostianova A.V., Bakulich O.O. Wheel working system in a team: relationship between different personnel in a marine project. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2020. 4(35)277-286. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222093>.

Круглікова В.В.¹, Некрасова О.О.²

¹ канд. екон. наук., доц. НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ, ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Економіка любого рівня розвивається нерівномірно, має періоди зростання та спаду, кількісні та якісні зміни в економіці, позитивні та негативні тенденції. Дослідження циклічного характеру економіки, виявлення особливостей динаміки зростання на різних етапах економічного циклу постійно перебувають у центрі уваги економістів і політиків, адже залежно від якості тих чи інших оцінок та ступеня їх відповідності реальній економічній ситуації визначається ґрунтовність стратегічних рішень на макро- та мікрорівні.

Дослідження теорій циклічності є актуальними і цінним для обґрунтування головних тенденцій та закономірностей розвитку реального економічного процесу, а також із метою обґрунтування теоретичних

узагальнень та рекомендацій щодо вирішення практичних проблем суспільства.

Цей феномен вивчали такі видатні дослідники, як А.Шпітгоф, М.Туган-Барановський, К.Маркс, Т.Веблен, І.Мітчелл, Дж.Хікс, Дж.М.Кейнс, Й.Шумпетер і І. Шумпетер, який висунув ідею про трициклічну схему, тобто про коливальні процеси в економіці, що здійснюються, так би мовити, на трьох рівнях. Він назвав ці цикли іменами Н.Д. Кондратьєва, К. Жупіра та Дж. Кітчін – вчених, що відкрили цикли тривалістю відповідно в п'ятдесят п'ять років, десять років і три роки 4 місяці.

Економічні цикли (цикли ділової активності) означають коливання економічної активності, рух виробництва від початку попереднього до початку чергового кризового спаду. Кожен з економічних циклів унікальний, але водночас усім їм притаманні певні загальні риси, передусім однакова послідовність фаз циклу: піднесення; спад або криза (рецесія); депресія; поживлення.

На початку 2020 року світ потрясла хвиля епідемій COVID-19, яка торкнулася всіх сфер життя, спровокувала параліч та реструктуризацію багатьох сфер через карантин та локдауни. На прикінці року за оцінками Міжнародного валютного фонду обвал в Євросоюзі сягнув -7%, в США -6%, Японія -5%, а Китай уникнув падіння +1,2% річного ВВП. В 2021 році в світова економіка почала оговтуватися, падіння економіки призупинилося та почало повертатися до допандемічного стану, але з приходом другої та наступних хвиль пандемії цей процес майже зупинився. У світі спостерігається процес рецесії. Пандемія спричинила ефект «сніжного кому», закриття підприємств на карантин спричинило закриття малого та середнього бізнесу, а отже скорочення платоспроможності попиту, що спричинило подальше банкрутство малих підприємств, великий рівень безробіття, інфляцію.

Збої в ланцюжках поставок відіграли ключову роль у уповільненні щогорічного економічного зростання. Проблеми з перевезеннями, брак контейнерів та різке зростання попиту після зняття пандемійних обмежень призвели до нестачі компонентів та сировини. Нестача сировини та компонентів у сукупності з високими цінами на енергоносії призвела до того, що інфляція у євросоні оновила багаторічні максимуми. Це стривожило глобальних інвесторів, які побоюються, що центральні банки будуть змушені передчасно підвищити відсоткові ставки, щоб стримати зростання цін.

Європейський центральний банк (ЄЦБ) стверджує, що зростання цін викликане тимчасовими факторами, такими як недостатній обсяг постачання, зростання цін на енергію та ефект бази. Як очікують в ЄЦБ, інфляція знизиться, щойно буде згладжено наслідки глобального дисбалансу між попитом і пропозицією. Оскільки збої в ланцюжках постачань триватимуть

довше, ніж передбачалося раніше, інфляція, як очікується, продовжить зростати в Європі протягом більшої частини 2022 року.

Великим ризиком для світової економіки залишиться й бажання Пекіна дотримуватися політики "нульової терпимості" до COVID-19, яка понад рік утримувала країну в ізоляції та передбачає введення жорстких обмежень навіть після виявлення хоча б одного випадку зараження.

Вплив глобальної кризи на українську економіку має подвійну економіко-політичну основу. За оцінками Світового банку, війна Росії проти України та санкції, запроваджені щодо РФ, завдають удару по країнах у всьому світі, а в регіоні Європи та Центральної Азії (ЄЦА) найбільше постраждають країни з перехідною економікою та країни, що розвиваються.

Відповідно до прогнозів, економіка України скоротиться на 45,1%, хоча, як зазначається, масштаби цього скорочення залежатимуть від тривалості та інтенсивності війни оскільки спричинені війною економічні потрясіння поєднуються із тривалим впливом пандемії COVID-19.

Це буде друге скорочення економіки за останні роки, і вдвічі більшим, ніж спричинене пандемією.

Трансформаційні зміни, які відбуваються у сучасній світовій економіці, здійснюють визна- чальний вплив на структуру ринкової кон'юнктури, що зумовлює необхідність перегляду попередніх концепцій циклічних коливань та пошуків нових наукових підходів до вирішення проблеми структурних, фінансових та системних криз суспільного виробництва. Зміни, в першу чергу, полягатимуть в збільшенні темпів цифровізації економіки та зростанні кількості наукових проривів у сфері охорони здоров'я, біоінженерії, робототехніки, нанотехнологій.

Уряди в регіоні повинні посилити свої макроекономічні резерви та ефективність своїх політик, щоб зменшити ризики та впоратися з можливим руйнуванням каналів торгівлі та інвестицій; посилити свої системи соціального забезпечення для захисту найбільш вразливих верств населення, включаючи біженців; та надалі зосередитися на енергоефективності задля сталого майбутнього. Спричинене війною зростання світових цін на нафту також спонукає до забезпечення енергетичної безпеки за рахунок збільшення енергопостачання з відновлюваних джерел та розширення розробки та впровадження широкомасштабних заходів із забезпечення енергоефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Інтернет сайт. Режим доступу: <https://minfin.com.ua/invest/>

Левченко Н.М.¹, Магдич Р.І.²

¹ д. держ.упр., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

¹ здобувач вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», Україна

ПОЗИТИВНА РЕПУТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ – ЗАПОРУКА ЗАЩИЩЕНОСТІ ЇХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

Вміння управляти репутацією – це шлях до процвітання підприємства. На відміну від стихійно сформованої репутації, яка не може надовго залишатися стабільною, цілеспрямовано сформована репутація є свідомством того, що підприємство володіє унікальними перевагами та здібностями, що дозволяє йому протягом довгострокового періоду успішно вести конкурентну боротьбу та зберігати позиції як на внутрішньому, так і на світовому ринку [1, с.62].

Як свідчить практика, репутація є своєрідним кредитом довіри, джерелом ставлення споживачів продукції (послуг) до підприємств-виробників. Адже інтереси, вимоги сучасного споживача не обмежуються лише якістю, функціональною надійністю або ціною товару (послуги). Вони стосуються також суспільного визнання та соціального обличчя підприємства. Тому ТОП-менеджерам не варто ігнорувати репутаційного підходу при управлінні конкурентоспроможністю підприємств, бо наразі репутація є визначальним чинником успіху бізнесу, підвищенням його капіталізації та підсиленням конкурентних переваг [2, с.248].

Виходячи з вищенаведеного, важливість управління репутацією у загальній системі управління конкурентоспроможністю підприємств є очевидною. Відстежувати зміни репутації, динаміку досягнення стратегічних завдань, ефективність PR-заходів і комунікаційних програм, поведінку конкурентів можна різними методами і метриками. Проте найбільш ефективним серед них варто визнати репутаційний аудит.

Поняття «репутаційний аудит» далеко не нове, проте єдиної думки щодо його сутності до тепер не сформовано. У цьому контексті, з методичної точки зору цікавим є підхід до аудиту репутації фірми, запропонований професором Австралійської вищої школи менеджменту Р. Даулінгом [3]. Він надає процесу оцінки репутації первинне значення, оскільки вважає, що всі подальші дії (формування, управління, піднесення, корегування і так далі) відносно репутації неможливі без системного оцінювання. Зокрема, Г. Даулінг пропонує комплексну систему параметрів оцінки іміджу і репутації та виділяє наступні етапи даної процедури: ретельну оцінку іміджу і репутації, що склалася в різних груп аудиторії; аналогічна оцінка репутації конкуруючих організацій; визначення характеристики ідеальної організації в даній галузі [3].

При остаточному оцінюванні репутації підприємства варто

скористатись стандартизованими інструментами її вимірювання. Зокрема:

моделлю RepTrak™, розроблену Інститутом репутації, що базується на вимірі 27 критеріїв, чотири з яких мають відношення до емоційних складових сприйняття (повага, симпатія, довіра та захоплення) і 23 раціональні індикатори, які згруповані за сімома факторами: результативність, продукти/послуги, інновації, умови праці, корпоративне управління, соціальна відповідальність, лідерство [1, с.60];

моделлю Winning Brands (ACNielsen), що передбачає проведення багатомірного аналізу ставлення споживачів до певного суб'єкта репутації за напрямками: обізнаність щодо бренду, можливість здійснення покупки та асоціації з брендом (якість сервісу, пропонованого асортименту, його широта, зручність місцезнаходження тощо).

моделлю Equity Engine, спрямовану на вивчення сприйняття споживачами бренду;

моделлю Brand Value, що передбачає визначення цінності, сили та якості бренду;

моделлю WorkRep™ Pulse (розроблену Reputation Capital Group) чи ін.

Оцінювання репутації підприємства слід здійснювати за інтегральним показником репутації та виражати у числовому значенні від 0 до 100.

Прийнято вважати у разі якщо інтегральний показник репутації:

- 80 та вище балів – підприємство має сильну репутацію чи іншими словами має вагомий репутаційний капіталом;
- 60-79 – підприємство має посередню репутацію;
- 40-59 – підприємство має слабку репутацію;
- менше 40 – підприємство має незадовільну репутацію.

Бальне оцінювання репутації підприємства дозволить сформувати його репутаційний профіль та визначитись з превентивними заходами мінімізації впливу репутаційних ризиків на конкурентоспроможність підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коваленко Є. Ділова репутація менеджменту як ключовий чинник стратегії розвитку підприємств соціально-культурного сервісу. *Економіка і менеджмент культури*. 2015. №1. С. 59-65.
2. Ботьотенко І.В. Репутація як ключовий чинник впливу на інтерфейсну складову економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2013. Випуск 34. С. 247-255.
3. Даулінг Г. Репутація фірми: создание, управление и оценка эффективности. Инфра-М, 2008. – 368 с.

Левченко С.А.¹

¹ Головний державний інспектор відділу супроводження інформаційних систем Управління інформаційних технологій ГУ ДПС у Запорізькій області, м. Запоріжжя, Україна

МЕХАНІЗМ ПЕРЕХІДНОЇ ОПЛАТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКОНВАЛЕСЦЕНЦІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕС/ТЕЦ

3-поміж механізмів, що застосовувалися та продовжують застосовуватись для вугільної генерації електроенергії, найбільш значимими за обсягами фінансування є механізм перехідної оплати, який до тепер застосовується в Польщі, Німеччині, Португалії, Чехії, Греції, Італії та та контракти на різницю, що до нині використовуються в Австрії, Данії, Нідерландах, Великобританії та ін. країнах [1, с.88]. Тож, механізм перехідної оплати саме і рекомендовано застосувати в Україні в якості механізму фінансування екологічної модернізації ТЕС/ТЕЦ [1, с.89], бо за умови скасування інвестиційної складової в тарифі на електроенергію та постійного зниження цін на оптовому ринку, він є найбільш раціональним інструментом фінансування реконструкції та техпереоснащення теплових електростанцій [1, с.150].

Наразі Інститутом економіки та прогнозування НАН України (далі – ІЕПр НАНУ) наведено розрахунки обсягів перехідної оплати для трьох варіантів розподілу стягнень між побутовими та непобутовими споживачами:

варіант 30/70, за якого 30% обсягу перехідної оплати стягується з побутових споживачів, 70% – із непобутових;

варіант 50/50, за якого 50% обсягу перехідної оплати стягується з побутових споживачів, 50% – із непобутових;

варіант 70/30, за якого 70% обсягу перехідної оплати стягується з побутових споживачів, 30% – із не побутових [1, с.156].

Результати, здійснених ІЕПр НАНУ розрахунків узагальнено в табл.1. Таблиця 1. Розрахунки обсягів перехідної оплати для трьох варіантів розподілу стягнень між побутовими та непобутовими споживачами [1, с.156-164]

Роки	Побутові споживачі (постійна оплата на місяць, грн.)			Непобутові споживачі (ставка перехідної оплати на 1 кВт, грн.)		
	Альтернативні варіанти стягнення перехідної плати					
	30/70	50/50	70/30	30/70	50/50	70/30
1	0,662006	1,103343	1,544680	0,003704	0,002645	0,001587
2	2,871502	4,785837	6,700171	0,016065	0,011475	0,006885
3	4,828002	8,046671	11,265339	0,027010	0,019293	0,011576
4	6,873052	11,455086	16,037120	0,038451	0,027465	0,016479
5	9,166880	15,278133	21,389386	0,051284	0,036632	0,021979
6	11,848635	19,747725	27,646815	0,066287	0,047348	0,028409
7	13,404559	22,340931	31,277304	0,074992	0,053566	0,032139

8	14,964699	24,941166	34,917632	0,083720	0,059800	0,035880
9	15,635138	26,058564	36,481989	0,087471	0,062479	0,037488
10	15,829102	26,381836	36,934570	0,088556	0,063254	0,037953
11	15,458041	25,763402	36,068763	0,086480	0,061772	0,037063
12	13,703937	22,839895	31,975853	0,076667	0,054762	0,032857
13	12,228129	20,380214	28,532300	0,068410	0,048865	0,029319
14	10,545707	17,576178	24,606649	0,058998	0,042141	0,025285
15	8,251878	13,753131	19,254383	0,046165	0,032975	0,019785
16	5,570123	9,283539	12,996955	0,031162	0,022259	0,013355
17	4,014199	6,690332	9,366465	0,022457	0,016041	0,009625
18	2,454059	4,090098	5,726137	0,013729	0,009807	0,005884
19	1,783620	2,972700	4,161780	0,009978	0,007127	0,004276
20	1,589657	2,649428	3,709199	0,008893	0,006352	0,003811
21	1,298712	2,164519	3,030327	0,007266	0,005190	0,003114
22	0,843319	1,405532	1,967745	0,004718	0,003370	0,002022
23	0,362627	0,604379	0,846130	0,002029	0,001449	0,000869

Механізм перехідної оплати за змістом передбачає фінансування погашення тепловими електростанціями кредитних зобов'язань, взятих на впровадження екологічних проєктів, тому строк його функціонування має встановлюватись на термін сплати кредитів, отриманих операторами установок на реалізацію природоохоронних проєктів відповідно до вимог НПСВ [1, с.150].

Механізм перехідної оплати протягом років застосування безумовно довів свою ефективність, проте це не означає, що країни Європейського Союзу для компенсації витрат установок на адаптацію до нових, амбітних екологічних нормативів скористались лише надходженнями від перехідної оплати. Більшість країн фінансували природоохоронні заходи з усіх можливих джерел: із фондів Європейського Союзу (наприклад, Польща та Чехія), повернення плати за забруднення (приміром, Швеція та Франція) тощо. Україні також необхідно розробити комплекс інструментів державної підтримки ТЕС/ТЕЦ, що дозволить динамічно та ефективно досягнути європейських екологічних нормативів на вугільних електростанціях, при цьому гарантувавши економічну безпеку

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Звіт «Економічно-обґрунтований підхід до запровадження Національного плану скорочення викидів в Україні на підставі досвіду скорочення викидів у повітря шкідливих забруднюючих речовин великими спалювальними установками в Європі». ІЕПр НАНУ.К. 2020. URL: https://vse.energy/docs/Report_NP%20.pdf

Левченко Н.М.¹, Фисюк Є.С.²

¹ д. держ.упр., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувачка вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», Україна

АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН КЛІМАТУ – ЗАПОРУКА ЇХ САМОЗБЕРЕЖЕННЯ

Ключем, здатним захистити бізнес від наслідків очікуваної кліматичної кризи або пом'якшити її наслідки, служать процеси усвідомлення суспільством його цілісності з природою, яка є тим замком, всередині котрого і формуватиметься обмеженість згубності взаємодії бізнесу і природи. Саме в цьому сутність пошуку комплементарної взаємодії бізнесу і довкілля на шляху до органічної цілісності, а отже, і адаптаційної стратегії підприємства - сукупності можливих варіантів дій, поведінки та готовності до змін зовнішнього середовища. Оскільки ефективне протистояння змінам клімату можливе лише за умов здійснення випереджувальних заходів, спрямованих на збереження його життєздатності та конкурентоспроможності, тобто за умов розробки кількох сценаріїв майбутнього.

Розгляд дефініції поняття «адаптація» надав підстави констатувати, що сама категорія «адаптація» має статус загальнонаукової категорії, яка застосовується у різних галузях знань, таких як економіка, менеджмент, філософія, інформаційні технології, екологія та ін. Натомість, як зазначає С. Кауфман «...про що б ми не говорили – про живі організми або про економіку, – процеси адаптації підпорядковуються схожим ознакам» [1, с. 23]:

по-перше, адаптація – це процес активного відображення, що забезпечує самозбереження системи у процесі її розвитку;

по-друге, адаптація проявляється по відношенню як до зовнішніх, так і до внутрішніх впливів;

по-третє, адаптація проявляється як тенденція до встановлення визначеної межі гармонії системи із зовнішнім та внутрішнім середовищем [1, с.24].

Перелічені ознаки пов'язують адаптацію зі спроможністю та готовністю об'єктів дослідження до змін у зовнішньому середовищі. Однак, різні види адаптації мають свою конкретну форму прояву, а отже, коли мова йде про адаптаційну стратегію підприємств, то не може йти мова про типову адаптаційну стратегію й тактику адаптації підприємств до зовнішнього середовища, оскільки кожне підприємство має справу з різними проявами впливу зовнішніх факторів, має своє унікальне середовище функціонування й унікальні можливості та ресурси, тобто свій унікальний адаптаційний потенціал. Тож, стратегія адаптації, як і механізм стратегічного планування, має бути унікальним для кожного з підприємств [2, с.249].

Натомість, одним з основних критеріїв вибору адаптаційної стратегії

має бути часовий аспект, який дозволяє встановити тривалість, швидкість та послідовність адаптаційної поведінки. Час відіграє одну з найбільш суттєвих ролей у процесах адаптації, з ним пов'язані такі феномени як швидкість реакції на зміни, глибина часової перспективи, що формується в процесі прийняття відповідних адаптаційних рішень тощо [3, с.126].

Не поступається своєю значимістю при виборі адаптаційної стратегії і такий критерій як набутий досвід. Якщо дану змістовну конструкцію перевести на мову стратегічного менеджменту, то організаційний досвід є основою формування знань, що відбувається внаслідок його синтезу із узагальненням інформації. Саме це дозволяє будувати власне розуміння зовнішнього світу, бачення майбутнього та формулювання задач, які призводять до розуміння адаптаційних елементів [3, с.127].

Маючи конкретні національні цілі, визначені пріоритети в усіх сферах, Угоду про асоціацію можна використовувати як своєрідний орієнтир, “контрольний перелік”, з яким потрібно звірятись при проведенні реформ у тій чи іншій сфері. Наприклад, Програма діяльності КМУ однією з цілей визначає, що українці менше страждають від накопичення відходів, а одним із заходів для досягнення такої цілі є прийняття відповідних законодавства. Розробляючи та приймаючи закони у сфері поводження з відходами, ми намагаємось забезпечити, щоб норми відповідали законодавству ЄС у сфері відходів (директиви Додатку ХХХ Угоди про асоціацію), а також принципам та іншим положенням Угоди у сфері довкілля. Але якщо дивитись у майбутнє, відповідь на питання про роль Угоди про асоціацію в проведенні національних реформ має стати предметом публічної дискусії за участі усіх стейкхолдерів. Це дозволить зрозуміти можливі шляхи ефективної імплементації Угоди, що, з одного боку, підвищить результативність та дотримання термінів імплементації, з іншого боку, забезпечить, синергію з трендами європейської екологічної й кліматичної політики, ефективну відповідність європейським нормам законодавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гросул В.А., Аскеров Т.Т. Сутність та ключові аспекти адаптації підприємств роздрібної торгівлі. Інтелект ХХІ. 2019.№2. С.22-26
2. Лепейко Т.І., Кривобок К.В. Адаптаційний потенціал підприємства в конкурентному середовищі. Економічний аналіз. 2015. Том 20. С.245-250.
3. Вишневська К.В. Моделі адаптації підприємства у постіндустріальних умовах господарювання. Фінансовий простір. 2017. №1(25). С. 125-130.

Литвиненко А. О.¹, Іпполітов Є. М.²

¹к.е.н., доц. кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

² здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Економічна безпека – це стан і здатність економічної системи протистояти небезпеці руйнування її оргструктури і статусу, а також перешкодам у досягненні мети розвитку. Її можна окреслити як стан підприємства в межах граничних значень і здатність протидіяти загрозам та забезпечувати реалізацію економічних інтересів [1]. Організацією забезпечення безпеки переставлених об'єктів економічної безпеки займаються окремі особи, підрозділи, служби, органи, відомства та установи – суб'єкти безпеки. На думку Іванюти Т.М., всіх суб'єктів економічної безпеки підприємства можна виокремити в дві групи [2]:

Перша група суб'єктів складається зі структури самого підприємства, на яку покладено забезпечення його безпеки. Друга група – суб'єкти, які знаходяться за межами підприємства та не підпорядковуються його керівництву. Це передусім державні органи, що створюють умови забезпечення безпеки підприємства.

Для управління економічною безпекою підприємства важливим аспектом є визначення основних її складових. Складові економічної безпеки підприємства – це сукупність основних напрямів його економічної безпеки, істотно відмінних один від одного за своїм змістом. Під час дослідження складових економічної безпеки, що виокремлюються різними науковцями, авторами було їх узагальнено та надано сутнісну характеристику [3,4]: фінансова – демонструє стан найбільш ефективного використання фінансових ресурсів; техніко-технологічна – характеризує рівень технології, що використовується суб'єктом підприємництва; кадрово-інтелектуальна – полягає у збереженні та розвитку кадрового й інтелектуального потенціалу підприємства, політико-правова – стосується дотримання підприємством і його співробітниками всіх аспектів діючого законодавства; екологічна – дотримання екологічних норм технології і випуску продукції; інтерфейсна – характеризує надійність взаємодії з економічними контрагентами; інформаційна – захист комерційної таємниці й конфіденційної інформації; комп'ютерна безпека. З розвитком цифровізації бізнесу, запровадження суб'єктами підприємництва електронної комерції, зростає необхідність в захисті як персональних даних клієнтів так і фінансових документів, клієнтської бази та інших важливих складових безпечної діяльності. Тому,

необхідно здійснювати захист інформації на таких засадах: захист інформації має організувати і проводити власник інформації або уповноважені ним особи; захистом інформації власник зможе охороняти свої права на володіння і розпорядження інформацією, прагне захистити її від незаконного заволодіння і використання на шкоду його інтересам; захист інформації здійснюється шляхом обмеження доступу та створення умов, що виключають або суттєво ускладнюють несанкціонований, незаконний доступ до інформації та її носіїв.

Захист інформації представляє собою діяльність власника інформації або уповноваженої ним особи з: забезпечення своїх прав на володіння, розпорядження і управління захищеною інформацією; запобігання витоку і втрати інформації; збереження повноти, вірогідності, цілісності захищеної інформації, її масивів і програм обробки; збереження конфіденційності або таємності захищеної інформації, відповідно до правил, установлених законодавчими й іншими нормативними актами.

Отже, в умовах нестабільності зовнішнього середовища формування надійної системи економічної безпеки підприємства можливе лише за системного підходу до її організації. Завдяки цій системі має бути забезпечено можливість оцінювання перспектив розвитку та зростання суб'єкта підприємництва, розроблення тактики і стратегії його розвитку, зменшення наслідків впливу зовнішнього середовища, а також попередження можливостей виникнення нових загроз та небезпек. Так як сучасних умовах інформаційна безпека є невід'ємною складовою системи економічної безпеки господарюючого суб'єкта, то надійне забезпечення інформаційної безпеки стає атрибутом формування клієнтської довіри. Тому, в процесі створення та функціонування бізнесу, задля стійкого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності, суб'єктам підприємництва необхідно створити ефективну під систему управління інформаційною безпекою в складі загальної системи управління економічною безпекою підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кавун С. В. Економічна та інформаційна безпека підприємств у системі консолідованої інформації : навч. посіб. / С. В. Кавун, А. А. Пилипенко, Д. О. Ріпка. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. – 364 с.
2. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
3. Кузенко Т. Б. Фінансова безпека підприємства: навч. посіб. / Т. Б. Кузенко, Л. С. Мартюшева, О. В. Грачов, О. Ю. Литовченко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 304 с.
4. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Отенко І. П., Іващенко Г. А., Воронков Д. К.– Харків : Вид. ХНЕУ, 2012 – 251 с.

Маренко В.Ю.¹

¹ аспірантка спеціальності 073 «Менеджмент» кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

БЕЗПЕКА ДАНИХ В ЕПОХУ ВЕЛИКИХ ДАНИХ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС КРАЇНИ

В еру великих даних усі продукти, програми та послуги постійно генерують дані, які створюють безмежні можливості для інновацій і сприяють неймовірним революційним змінам у всіх аспектах суспільства. Великі дані мають безмежний потенціал у сферах охорони здоров'я, фінансового бізнесу, логістики та експрес-доставки, міського управління, соціального управління, виробництва. Дані, відомі як «золото» або «нафта» нової ери, стають основним активом підприємств, ключовим джерелом інновацій і стратегічним ресурсом країни. Існує все більше сценаріїв для застосування великих даних, які стають все глибшими. Наприклад, на основі ключових інфраструктурних даних, великомасштабних базових даних конкретних галузей або даних про виробництво можна проаналізувати важливі стратегічні дані країни, які безпосередньо пов'язані з національною безпекою. У всьому світі виникла низка інцидентів, пов'язаних із безпекою даних, зокрема пряма крадіжка даних для перепродажу, використання даних для створення точних шахрайських дій і навіть шифрування даних користувачів і вимагання викупу. Безпека даних стає гострою проблемою безпеки в усьому світі. Судячи зі стадії розвитку людського суспільства сьогодні, якщо питання безпеки даних вийдуть з-під контролю, це вплине на долю всього суспільства до цифрової економіки та завадить прогресу людського суспільства.

Тому суспільство надає великого значення безпеці даних. Однак ми також повинні бути пильними, щоб не впасти в іншу крайність «паніки даних». Компанії чи установи з великими даними використовуватимуть дані в їхніх руках, щоб стежити за кожним їхнім кроком, проникати в їхнє приватне життя. Науковці приділяють все більше уваги безпеці даних у таких сферах, як заборона збору, використання чи потоку даних, і почали формулювати суворі стандарти або закони та правила для їх обмеження. Безпека та розвиток нероздільні. Цінність безпеки полягає в забезпеченні сталого розвитку. Компанії надають великого значення безпеці даних і методам захисту даних з хорошою еталонною цінністю. Ми не можемо скотитись у прірву, спричинену «панікою даних», ми можемо лише знайти, вдосконалити та просувати більш наукові методи технології захисту великих даних, управління та навіть регуляторного управління, а також знайти найкращий баланс між безпекою та розвитком. Ключем до досягнення цієї мети є покращення можливостей безпеки даних кожної організації та

покращення стану безпеки даних у всій галузі. Менеджери повинні практично захищати безпеку своїх даних і користувачів, щоб захистити довгостроковий розвиток підприємств, або державні службовці зобов'язані керувати серйозними проблемами, такими як неправильне використання та витік даних. Ця інформаційна система, очевидно, не є «системою великих даних», і ці дані не належать до «великих даних», тому така крадіжка даних не вважається «безпекою великих даних».

Велика кількість розкритих випадків також знаходяться в подібних ситуаціях. Справжня проблема, яку необхідно вирішити, полягає в тому, як захистити безпеку даних у сучасному середовищі великих даних. У порівнянні з традиційною безпекою даних, як-от захист статичних файлів або баз даних, «безпека даних у середовищі великих даних» має свою особливість. Наразі вона стикається з багатьма новими викликами та проблемами у сфері безпеки даних. Минулі інструменти, методи та стандарти Обидва потребують поліпшення. З точки зору користувача, у сучасному середовищі великих даних, де все інтелектуально і все пов'язано, користувачі генерують різноманітні дані майже весь час у своїй роботі та житті та використовують різними продуктами та послугами в різних формах.

Інформація облікового запису користувача, особиста інформація та інші дані пов'язані з багатьма бізнес-платформами чи службами. У цьому процесі новим викликом є те, як забезпечити конфіденційність, права та безпеку користувачів. Багато експертів визнають, що особиста приватність сьогодні неможлива, багато в чому з цієї причини. Навіть якщо продукт або організація, яка володіє даними користувачів, добре захищає конфіденційні дані користувачів, для цілеспрямованого зловмисника різні дані завжди можна отримати через різні інші канали, а потім зіставити, узагальнити та відновити. З точки зору самих даних, у сучасному середовищі великих даних процес генерації, потоку та обробки даних набагато багатший і складніший, ніж раніше. Дані вбудовані в бізнес-процеси не можуть бути відокремлені від бізнесу, тоді як бізнес-середовище є більш відкритим, бізнес-екологія надзвичайно складна, немає чітких системних, бізнесових чи організаційних меж. У багатьох сценаріях існують високі вимоги до ефективності обробки даних, що робить багато оригінальних технологій безпеки нездатними адаптуватися. Крім того, програми, пов'язані з даними, персонал та інші зв'язки характеризуються швидкими змінами. Цикл оновлення Інтернет-додатків дуже короткий, бізнес і коди змінюються часто, а зв'язок між кодами або додатками складний, що також ускладнює контроль ризиків безпеки на рівні системи [1].

Загалом безпеку можна розділити на чотири рівні:

- 1) фізична безпека;
- 2) безпека системи;

- 3) безпека даних;
- 4) безпека бізнесу знизу до верху.

Фізична безпека стосується безпеки фізичного середовища, включаючи витік електромагнітних хвиль; безпека системи стосується нормальної роботи систем програмного забезпечення, які реалізують різноманітні функції від операційної системи до додатків верхнього рівня (саму мережу також можна розглядати як систему). Бізнес-безпека відноситься до безпеки бізнес-логіки; безпека даних є відносно незалежною частиною, що відрізняється від наведеного вище вмісту, посиляючись на безпеку самих даних, які генеруються, зберігаються та обробляються в інформаційній системі. Ці дані стосуються або клієнтів організації, або самої організації. Звичайно, ці різні рівні безпеки взаємопов'язані, наприклад електромагнітний витік на рівні фізичної безпеки та вторгнення в мережу на рівні безпеки системи, може призвести до крадіжки даних.

Загрози безпеці даних, про які ми сьогодні стурбовані, в основному включають зловживання даними, неправильне використання та крадіжки. Зловживання стосується використання даних поза попередньо узгодженим контекстом або метою. Наприклад, співробітники отримували доступ до особистої конфіденційної інформації клієнтів без підтримки робочих сценаріїв. Це одна з головних причин, чому велика кількість інсайдерів перепродують особисту інформацію без відома організації.

Слід підкреслити, що в сучасному бізнес-середовищі великих даних неможливо авторизувати окремі дозволи на доступ до даних для кожної частини особистої інформації, кожного співробітника та кожного сценарію роботи. Зловживання стосується розголошення особистої конфіденційної інформації у процесі обробки даних у межах норми. Це типова проблема, яка стала більш помітною в епоху великих даних. В епоху великих даних різноманітний аналіз даних приносить різноманітні бізнес-інновації та підтримує цінність бізнесу. Зараз усі збирають і аналізують дані, але багатьом компаніям досі не вистачає технічних можливостей або знань про безпеку, щоб уникнути витоку конфіденційності користувачів під час усього процесу аналізу та обробки цих даних. Крадіжка даних в основному пов'язана з безпекою системи. Зловмисники з зовнішньої або внутрішньої мережі незаконно вторгаються в систему за допомогою різних технічних засобів, метою може бути викрадення даних, що стає проблемою безпеки даних. Однак багато компаній досі звертають увагу лише на захист від зовнішніх вторгнень і ігнорують запобігання внутрішнім вторгненням або звертають увагу лише на захисні можливості рівня безпеки системи, але не усвідомлюють різниці в рівні безпеки даних. Безпека, орієнтована на дані - основна технічна ідея. Сьогодні, метою є безпека даних, необхідно перейти від безпеки, орієнтованої на систему, до безпеки, орієнтованої на дані, і чітко

захистити безпеку інформаційної системи та безпеки даних. В епоху великих даних дані завжди перетікають між різними системами. Безпека, орієнтована на дані, завжди приймає дані, які потрібно захистити, як основну лінію та забезпечує захист безпеки разом із життєвим циклом даних. У цей час інформаційні системи, операційні середовища, бізнес-сценарії та оператори, задіяні в різних зв'язках, стають підтримкою основної лінії безпеки даних [2].

На різних етапах життєвого циклу даних загрози безпеці, з якими стикаються дані, і заходи безпеки, які можна застосувати, можуть бути дуже різними. На етапі збору даних зібрані дані можуть бути безпосередньо викрадені зловмисником, або існує загроза витоку непотрібних персональних біометричних даних тощо; на етапі зберігання даних система зберігання може бути вторгнута, а дані може бути вкрадено або може бути відсутнім сценарії застосування. Підтримка доступу до конфіденційних даних користувача або втрата пристроїв зберігання, що призводить до витоку даних тощо; на етапі обробки даних можуть бути неправильні алгоритми, які можуть призвести до витоку особистих даних користувача. інформації. Ризики, з якими стикаються на різних етапах і з різних точок зору, об'єднуються для комплексного розгляду, а створення можливостей безпеки, які підкреслюють усе, а не певний зв'язок, є основною технічною ідеєю безпеки, орієнтованої на дані.

З точки зору управління безпекою даних, у поточному середовищі застосування та безпеки великих даних найактуальнішим завданням є те, як дивитися на безпеку даних з організаційної точки зору. Іншими словами, зараз найбільше необхідно визначити, як виміряти можливості захисту даних організацій, які володіють даними. Це питання є критичним для самої організації, розвитку галузі та галузевого регулювання безпеки великих даних. З точки зору самої організації, необхідно використовувати цей метод, щоб довести, що дані достатньо безпечні для неї самої, щоб вона не тільки знала, як захистити власні активи даних, але й додавала впевненості своїм клієнтам. З точки зору розвитку галузі, можливості захисту даних можуть стати важливим показником у галузевій конкуренції. Коли різні компанії конкурують між собою, той, хто зможе довести, що їхні можливості захисту даних кращі, може виграти.

Це змусить організації вдосконалювати свої можливості захисту даних на основі потреб розвитку ринку, замість того, щоб сприймати безпеку даних як власну плату або як пасивну реакцію на регулювання.

З точки зору галузевого регулювання також можна визначити, чи може організація займатися певною галуззю на основі її можливостей захисту даних. Тільки компанії з кращими можливостями захисту даних можуть брати участь у бізнесі, пов'язаному з більш конфіденційними даними. Можливості безпеки включають не лише технології, але, що важливіше, управління. Визначення відповідальності за управління даними, класифікація

та класифікація даних, ідентифікація відповідності збереження даних. З точки зору можливостей організаційної безпеки, організація включає чотири частини: організаційну структуру, ресурсний процес, технічні можливості та можливості персоналу.

Організаційна структура зосереджена на проектуванні, розподілі обов'язків і співпраці організацій із захисту даних, які сумісні з підприємством; ресурсний процес зосереджений на внутрішніх нормах системи захисту даних організації, реалізації процесу та підтримці резервів ресурсів; технічні можливості зосереджені на забезпеченні безпека даних. Різноманітні технології, продукти та платформи; можливості персоналу зосереджені на забезпеченні можливостей професіоналів на різних посадах, пов'язаних із безпекою даних. Можливості цих чотирьох вимірів поєднуються один з одним, щоб сформувавши можливості безпеки підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мар'єнко В.Ю. Інформаційна безпека як умова вирішення глобальних проблем міжнародного простору. С.120-125. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2022. С.17-22.
2. Нікітенко В.О., Васильчук Г.М., & Мержинський С.К. Мережева економіка як чинник підвищення ефективності цифровізації у контексті розвитку цифрового суспільства від 1G до 5G. HUMANITIES STUDIES: Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2022. 10 (87). С. 112-121.

Нікітенко В.О.¹, Воронкова В.Г.², Череп А.В.³

¹доктор філософських наук, професор кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м.Запоріжжя, Україна

²доктор філософських наук, професор, в.о. зав.кафедри управління та адміністрування, Академік академії наук вищої освіти України, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, м.Запоріжжя, Україна

³доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки, Заслужений діяч науки і техніки України, Академік академії наук вищої освіти України, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

КОНЦЕПЦІЯ КУЛЬТУРИ БЕЗПЕКИ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (СВ) ОРГАНІЗАЦІЙ

Концепція культури безпеки була офіційно висунута в середині та наприкінці 1980-х рр. Вперше вона була висунута Міжнародним агентством з атомної енергії в аналізі аварії на Чорнобильській АЕС у Радянському Союзі

як контрзахід ядерної безпеки. З того часу, у 1986 році, НАСА Сполучених Штатів застосовувало культуру безпеки для управління аерокосмічною безпекою. Сьогодні ця концепція вже вийшла за рамки атомної промисловості та аерокосмічної промисловості та широко прийнята та використовується в усьому світі.

Культура безпеки, з точки зору великої безпеки та великої культури, є сумою концепцій, поведінки та фізичних станів безпечного виробництва та безпечного життя, створених діяльністю людини з безпеки. Культура безпеки як складова соціальної відповідальності організацій – це цінність безпеки та кодекс поведінки, які пропагують на рівні прийняття рішень і визнають усі працівники після тривалого накопичення, безперервного узагальнення та вдосконалення в практиці виробництва безпеки. Це усвідомлення безпеки, віра в безпеку, звичка безпеки, безпека Всебічне відображення етики, традицій безпеки, норм безпеки, технологій безпеки та продуктів безпеки.

Побудова культури безпеки, яка усвідомлює цінність виробництва та цінність людей, є основним способом для підприємств подолати бар'єр безпеки поганого циклу «аварія-усунення-перевірка-повторення-виправлення-повторна перевірка» [1].

Культура безпеки як складова соціальної відповідальності організацій виконує функцію регулювання поведінки людей, а її основними функціями є:

1) Направляюча функція: те, що підтримується і захоплюється культурою безпеки підприємства, сприйме загальні цінності через непомітний вплив, і увага працівників неминуче звернеться до змісту, який підтримується та захоплюється, і направлятиме особисті цілі працівників до цілей підприємства.

2) Функція когезії: коли члени підприємства визнають цінність корпоративної культури безпеки, вона стане своєрідним сполучною речовиною, що об'єднує її членів з усіх аспектів, утворюючи величезну доцентрову силу та згуртованість, яка є культурною силою.

3) Стимулююча функція: функція культурної влади стосується ефекту, який культурна сила може змусити членів підприємства почуватися піднесеними та заповзятливими від усього серця. Даючи повний простір людській ініціативі, творчості, ентузіазму та мудрості, вона може надихати людей.

4) Функція обмеження: культурна влада має обмежувальний і нормативний вплив на мислення та поведінку кожного члена підприємства. Обмежувальна функція культурної влади відрізняється від традиційної теорії менеджменту, яка просто підкреслює жорсткі обмеження системи. Хоча вона також містить письмові жорсткі системні обмеження, вона підкреслює неписані м'які обмеження.

5) Навчання: програма постійного вдосконалення культури безпеки

допомагає державам-членам зміцнювати та підтримувати їх культуру безпеки; включає тренінги, які дозволять персоналу навчених організацій використовувати оцінки культури безпеки для покращення культури безпеки, розробки ефективних програм покращення та ініціювання ефективних та стійких організаційних змін. МАГАТЕ визначає сильну культуру безпеки як сукупність організаційних та індивідуальних характеристик і ставлень, які надають питанням захисту та безпеки найвищий пріоритет і належну увагу до їх важливості.

Щоб покращити культуру безпеки, потрібне всебічне розуміння загальної культури організації. Самооцінка культури безпеки допомагає організаціям визначити ставлення, основні переконання та припущення, що лежать в основі поведінки. Висновки дозволили організації відзначити сильні та слабкі сторони та закласти основу для розробки ефективних програм для підвищення культури безпеки.

Культура безпеки як складова соціальної відповідальності організацій формує цінності:

1) економічна цінність. Безпека є передумовою економічного розвитку, а безпека є запорукою економічного розвитку. Зміцнення побудови культури безпеки та забезпечення безпечного виробництва може захистити та сприяти розвитку продуктивності. Співвідношення між превентивними інвестиціями та усуненням аварій, а також правило піраміди користі від безпеки показують, що «коефіцієнт витрат-виходів» запобіжних заходів вище, ніж «коефіцієнт витрат-виходів» усунення аварій, а співвідношення цих двох дорівнює 1 :5. Це основний кількісний закон економіки безпеки. Якщо ми зосередимося на підкресленні культури безпеки в конкретних виробничих роботах з безпеки, то це пропорційне співвідношення буде переписано.

2) управлінська цінність. Культура безпеки - це духовне досягнення, створене людьми в довгостроковому виробництві та житті. Вона може змусити керівників підприємств і працівників інтегруватися в середовище колективних емоцій безпеки, створити самообмежувальний механізм контролю безпеки та дозволити підприємствам використовувати кожен Інше.. Нещільна група, утворена суспільством, перетворюється на колектив зі спільними цінностями, спільними прагненнями та згуртованістю. Для підприємств це не тільки сучасна ідея управління безпекою, але й ефективний метод управління безпекою, основа для вдосконалення системи управління безпекою, підвищення якості поведінки персоналу, побудови сучасної моделі управління безпекою. Побудова культури безпеки є не тільки потребою сучасного промислового соціального менеджменту та управління підприємством, але й потребою здорового розвитку суспільства та підприємств [2].

3) соціальна цінність. Для суспільства безпека є відображенням

якості життя людини. Статистика Міжнародної організації праці показує, що кількість смертей через роботу у світі досягає 1,1 мільйона щороку. Культура безпеки наголошує на вивченні світу за допомогою абсолютно нових методів мислення та нових концепцій технологій безпеки, що пройшли протягом століть, наукового та об'єктивного розуміння життя, цінування життя та створення світлого майбутнього безпеки людей, здоров'я, комфорту, довголіття та соціальної стабільності та розвитку. Безсумнівно, це має велике значення для постійного задоволення зростаючих потреб людей у кращому житті та посилення почуття вигоди, щастя та безпеки.

Відображенням культури безпеки як складової соціальної відповідальності організацій на філософському рівні є епістемологія та методологія людей щодо діяльності з безпеки, фундаментальні погляди людей на те, що таке безпека та як її реалізувати. Безсумнівно, це втілює в собі душу культури безпеки та є її ключовими елементами.

По-перше, культура безпеки культивує «відносність стану». Це розглядається з точки зору відносного і абсолютного характеру розвитку речей. Суть осягнення безпечної та абсолютної аварійності полягає в подовженні відносності безпеки та зниженні абсолютності аварійності. Деякі компанії можуть досягти довгострокових рекордів, тоді як інші мають часті нещасні випадки. Основна відмінність полягає в тому, чи добре вони контролювали причини нещасних випадків, чи зрозуміли вони механізм нещасних випадків і чи усвідомили вони, що нещасні випадки повсюди.

По-друге, культура безпеки включає «теорії культурної сутності» безпеки. Загалом культура безпеки включає чотири аспекти:

1) матеріальна культура. Наприклад, при виборі технології обладнання це не стільки порівняння технічних переваг і недоліків, скільки вибір методів виробництва і культурних стилів.

2) культура поведінки. Тобто у виробничій діяльності людям явно небезпечно поводитись наосліп, імпульсивно та невибірково, виходячи з поведінкових звичок, поведінкових особливостей та моделей поведінки, які демонструють люди.

3) інституційна культура. Система є сполучною ланкою між технологіями та працівниками, і до цієї категорії відносяться безпечні процедури та системи фінансово-економічної безпеки [3].

4) духовна культура. В основному це стосується того, чи є у працівників обізнаність щодо безпеки, почуття відповідальності, відданості, а також включає лояльність працівників до підприємства.

По-третє, безпека є результатом не стільки ряду матеріальних засобів, скільки культурних впливів. Культура безпеки поширена в різних елементах виробництва підприємства та об'єднує ці елементи для формування сили безпеки. Правила і технічні засоби важливі, але культура безпеки – це

невидима рука, яка визначає, чи може поведінка людини стати ставленням і звичкою, що відповідає потребам безпечного виробництва. Будь-яка поведінка, яка відхиляється від безпечного виробництва, буде відкликана на шлях безпечного виробництва. Лише вийшовши за межі традиційного нагляду та управління технікою безпеки та сформувавши у кожного працівника культуру безпеки, ми зможемо створити довгостроковий механізм безпечного виробництва та досягти довгострокової стабільності безпечного виробництва.

По суті, культура безпеки як складова соціальної відповідальності організації - це культура, яка захищає здоров'я людей, цінує життя людей і усвідомлює цінність людей, її важливою особливістю є те, що він втілює сильну гуманістичну турботу та ціннісну орієнтацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мар'єнко В.Ю. Інформаційна безпека як умова вирішення глобальних проблем міжнародного простору. С.120-125. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2022. С.17-22.

2. Нікітенко В.О., Васильчук Г.М., & Мержинський Є.К. Мережева економіка як чинник підвищення ефективності цифровізації у контексті розвитку цифрового суспільства від 1G до 5G. HUMANITIES STUDIES : Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2022. 10 (87). С. 112-121.

3. Череп А. В., Худолей Л.В. Особливості оцінки фінансово-економічної безпеки підприємств машинобудування. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2015. № 3. С. 33-40.

Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2015_3_7

Онешко С.В.¹, Суха А.С.²

¹к.е.н., доцент, професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, Україна

²здобувачка вищої освіти, Одеський національний морський університет, Україна

СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління у будь-якій сфері діяльності може бути досягнуто за умови, що формування його цілісної системи представлено для вирішення основного завдання управління. Тому необхідною умовою забезпечення життєдіяльності підприємств у ринковій економіці є формування системи управління економічною безпекою, яка важлива як сукупність із взаємозалежною основою, відмінною від навколишнього світу та взаємодіючою з ним, адже все одне ціле.

Для досягнення вирішення даних завдань при дослідженні питань управління економічною безпекою підприємства використовувалися праці С. Майєрс, Г. Десмонда, К. Гріффіта, Д. Морріса, Ф. Модільяні. Грунтуючись на досвіді зарубіжних авторів, можна простежити загальні світові тенденції у процесах оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства.

Якщо підприємство націлене на досягнення максимального прибутку, то постає проблема оптимізації структури активів та джерел їх формування, що потребує вдосконалення діагностики та визначення порогів економічності, впевненості у реалізації різноманітних стратегій розвитку бізнесу. Тому розробку механізмів забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно готувати з урахуванням обраної стратегії розвитку на основі адаптації існуючих та розробки нових методів діагностики, що визначає актуальність. В даний час підприємства використовують чотири основні стратегії розвитку бізнесу: концентроване зростання, інтегроване зростання, диференційоване зростання і скорочення. Кожна з них пропонує певний набір інструментів реалізації.

Метою економічної безпеки підприємства є не тільки забезпечення його стабільної та максимально ефективною роботи в реальних умовах, а й створення високого потенціалу для розвитку та економічного зростання підприємства в майбутньому.

Економічна безпека, як всеохоплююча категорія, забезпечує захист від проблем у соціально-економічних відносинах на всіх рівнях – від держави до кожного її громадянина. Під безпекою господарського підприємства розуміється захищеність його функціонування від негативних зовнішніх впливів, а також здатність швидко усувати певні загрози або адаптуватися до існуючих умов, які не впливають на його функціонування. Зміст цієї концепції включає насичену інформаційну систему, яка забезпечує конкурентоспроможність і фінансову стійкість підприємства, а також сприяє підвищенню добробуту працівників. У такому вигляді запроваджується механізм забезпечення економічної безпеки підприємства (рис. 1).

Розробка механізму забезпечення економічної безпеки підприємства має базуватися на конкретній концепції, яка включає цілі, завдання, принципи, проблемні аспекти, стратегію та тактику. Метою такої системи є зменшення зовнішніх та внутрішніх загроз фінансовому стану суб'єкта господарювання, зокрема фінансових, матеріальних, інформаційних та персональних. У процесі досягнення поставлених цілей вирішуються конкретні завдання, що зв'язують усі сфери безпеки підприємства.

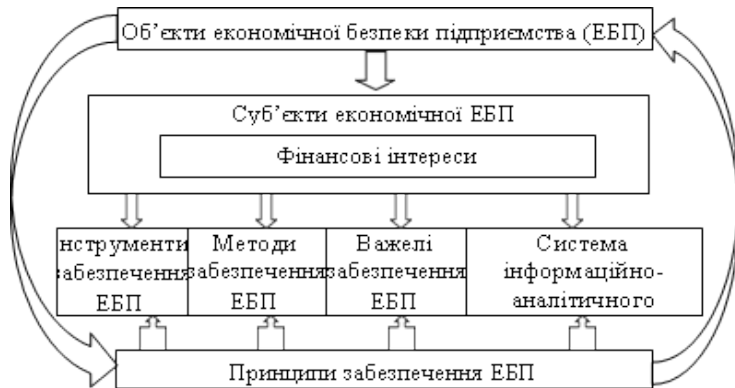


Рис. 1. Складові механізму забезпечення економічної безпеки підприємства

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Небава М. І., Міронова Ю. В. Економічна безпека підприємства : Електронний навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2017. 75 с.
2. Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с.
3. Зацеркляний М. М., Мельников О. Ф. Основи економічної безпеки : навчальний посібник. Київ : КНТ, 2009. 337 с.

Островська О. А.¹, Ковіня О. О.²

¹к.е.н., доцент, кафедра корпоративних фінансів і контролінгу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Воєнний стан - це завжди виклик для будь-якої економіки: умови ведення фінансово-господарської діяльності є непередбачуваними та небезпечними. Кризові обставини викликають різке зниження ефективності підприємств, що може призвести до банкрутства, і в результаті негативно впливатиме на економіку країни в цілому.

За останній рік український бізнес зіштовхнувся з безліччю нових викликів і випробувань, які змінили не лише підходи до управління підприємством, але й сприяли суттєвій зміні парадигм, зокрема, стосовно

мети і цілей ведення бізнесу, а також мотивації його власників.

Жодна з сучасних країн європейського континенту не має досвіду повноцінного функціонування державних та приватних інституцій в умовах активних бойових дій протягом тривалого часу, а, отже, всі антикризові концепції та плани безперервності процесів будувались лише на уявленнях можливих сценаріїв та обмежень, які можуть виникати в умовах війни. Саме тому, антикризове управління фінансами стає надзвичайно важливим для збереження життєздатності підприємств.

Ефективність антикризового управління під час війни полягає у:

- досягненні зміни найважливіших показників фінансово-господарської діяльності підприємства;
- швидкості отримання позитивних змін на одиницю часу;
- швидкості прийняття управлінських рішень;
- стабілізації діяльності підприємства;
- швидкості адаптації підприємства до війни;
- виживанні підприємства. [1, с. 42]

Одним із перших кроків в антикризовому управлінні фінансами є аналіз поточного фінансового стану підприємства та визначення шляхів забезпечення фінансової стійкості. Особлива увага має бути приділена питанням фінансування робіт по відновленню виробництва після можливих руйнувань та збитків: підприємства повинні визначити свої поточні та майбутні потреби в грошових коштах, а також знайти можливості для залучення додаткових фінансових ресурсів. Також, підприємствам варто звернути увагу на джерела отримання прибутку та резерви зниження витрат, з метою оцінки можливостей оптимізації своєї діяльності.

Наступним кроком є забезпечення достатнього рівня ліквідності та грошових коштів з метою забезпечення безперебійної роботи, оплати праці, закупівлі сировини та інших необхідних витрат. У разі потреби підприємства повинні мати можливість звернутися до банків або інших фінансових установ для отримання кредиту чи іншої форми фінансування.

Багато підприємств, що працюють в умовах війни, зіткнулися із проблемою неможливості використання залучених коштів. Практика показала, що постачальники продукції готові працювати із покупцями тільки на умовах повного розрахунку за поставлений товар. Компанії, що будували свої бізнес-моделі на основі надання товарних кредитів, перебудували цю модель таким чином, щоб гарантувати постачальникам повернення коштів одразу після отримання товарів. [2, с. 4]. З початком війни, більшість фінансових інструментів стали недоступними, кредитування було призупинене, платоспроможність підприємств підірвана, ризик випадкового знищення майна нівелював заставу як гарантію виконання фінансових зобов'язань.

Результатом проведеного дослідження стало формування висновку щодо необхідності, за будь-яких обставин, розробки менеджментом підприємства плану заходів на випадок кризового стану, який може виникнути внаслідок військових дій. Цей план повинен містити конкретні механізми та заходи зі збереження фінансової стійкості підприємства за самих непередбачуваних умов.

Важливим моментом для ефективного антикризового управління є також залучення фахівців із фінансового менеджменту, які мають досвід в антикризовому управлінні фінансами. Вони можуть надати допомогу у підготовці фінансових звітів, фінансовій діагностиці та підтримці фінансової стійкості компанії.

Підсумовуючи вищевикладене, робимо висновок, що антикризове управління фінансами підприємств є надзвичайно актуальним в умовах воєнного стану. Загальною метою такого управління є забезпечення фінансової стійкості та життєздатності підприємств під час війни. Цього можна досягти шляхом відповідного планування, розробки стратегій залучення додаткових ресурсів та ефективного ризик-менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ватченко Б. С., Шаранов Р. С. Антикризове управління підприємством в умовах війни. Економічний простір. 2022. №182. С. 38-43.
2. Костенко Ю. О., Короленко О. Б., Гузь М. М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. №43. С. 1-8.

Сергієнко Т.І.¹

¹к.політ.н., доцент Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Реалі сьогодення свідчать, що перед українськими промисловими підприємствами стоїть ряд складних завдань через повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України. Війна вдарила практично по кожному бізнесу в Україні та нанесли державі втрати у сотні мільярдів доларів США. Промислові підприємства перебувають в скрутному становищі через залежність від експорту продукції морем. Більшість підприємств галузі зосереджені у південно-східній частині України, де тривають активні бойові дії. Підприємства не можуть відвантажувати готову продукцію через заблоковані порти і морські шляхи.

Тож, в умовах війни, перерваних ланцюжків поставок, нестабільності ринків, ризикованіших договірних умов підприємства потребують швидкої

допомоги, щоб вижити та відновитися. Тому перед сучасними промисловими підприємства постає ряд питань щодо адаптації діяльності промислових підприємства до нових умов, визначення цілей діяльності і стратегії їх досягнення, пошук споживачів і нових ринкових можливостей та фінансових ресурсів.

Вирішення цих питань та багато інших проблем висувають нові вимоги до форм та методів управління, які повинні відображати зміни, що відбуваються у зовнішньому оточення і гнучко реагувати на них. Реалізація цих вимоги визначає необхідність реструктуризації системи управління, формування механізму адаптивного розвитку промислового підприємства з метою досягнення фінансових результати та конкурентних переваг [3, с.201].

Для забезпечення успіху і майбутнього розвитку промислові підприємства повинні постійно змінюватися, розвиватися та удосконалювати свої структури відповідно до ринкових умов. Оптимізація промислових підприємств - це комплекс взаємопов'язаних управлінських, організаційних та інформаційних заходів, поєднаних з конкретною метою, спрямованою на вдосконалення продуктивності, як окремих процесів, так і діяльності промислового підприємства в цілому, щоб задовольнити очікування всіх зацікавлених сторін в умовах обмежених фінансових ресурсів.

Для досягнення ефективного результату щодо оптимізації діяльності на промисловому підприємстві доцільно вирішити головну проблему – виявити основні вузькі місця в управлінні підприємством, в зв'язках між підрозділами та знайти шляхи їх вирішення з урахуванням затвердженого бюджету й встановлених термінів впровадження [2, с. 148]. Результатом скоординованих дій учасників проектних груп по впровадженню системи управління повинні стати:

- підготовка рекомендацій щодо змін в організаційній структурі управління та реінжиніринг бізнес-процесів підприємства;
- оцінювання з найбільшою вірогідністю впливу системи управління на функціонування різних аспектів діяльності підприємства за умови дотримання нових вимог до сучасних інформаційних систем, визначення тих напрямів діяльності підприємства, де капіталовкладення в сучасні технології можуть забезпечити найбільший економічний ефект;
- розробка та реалізація стратегії впровадження організаційних змін на промисловому підприємстві [4, с. 343].

У той же час сучасна система зовнішньоекономічної діяльності має свої особливості, які характеризуються такими рисами:

- розвитком інтеграційних процесів у контексті ліквідації економічних кордонів між країнами та створення єдиного регіонального економічного простору, що підлягає спільному регулюванню;
- посиленням зв'язку між ситуацією на світових ринках товарів і

послуг з внутрішніми ринками окремих країн. Такі форми та елементи в системі зовнішньоекономічної діяльності, як обмін інформацією, послуги зв'язку, транспортні послуги, консалтинг, франчайзинг, ноу-хау, лізинг, страхування тощо;

- новою формою міжнародного поділу праці, що склалася в останні роки і характеризується відносним зменшенням частки сировини у світовій торгівлі;

- активною та цілеспрямованою роллю держави в інтеграції країни у глобальну світову економіку, що забезпечується створенням сприятливих правових, економічних та політичних умов, забезпечення ефективної з точки зору інтересів країни та фізичних осіб-підприємців ЗЕД на всіх рівнях;

- експортом капіталу, що пояснюється створенням основи для формування ТНК, які, як правило, можуть бути національними за капіталом і міжнародними за обсягом;

- переміщенням робочої сили з країни в країну в результаті відмінності людських, сировинних і фінансових ресурсів. Щороку до 25 мільйонів людей подорожують по світу в пошуках роботи;

- зростанням зовнішньої торгівлі, що призводить до зниження собівартості продукції;

- суворим міжнародним регулюванням зовнішньоекономічної діяльності, що обумовлене багатосторонністю будь-якої двосторонньої міжнародної економічної угоди, оскільки вона повинна відповідати положенням СОТ, відповідати вимогам близько 40 міжнародних організацій у цій сфері [1, с. 57].

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність є важливим чинником міжнародних економічних відносин, що визначає посилення міжнародної конкурентоспроможності підприємств у їх боротьбі на світових ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дідівський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Дідівський К.: Знання, 2006. 462 с.
2. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Менеджмент сталого розвитку промислового підприємства. Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика: колективна монографія / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 146-196.
3. Сергієнко Т.І., Крайнік О.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств на мегарівні. *Промисловий потенціал складних соціально-економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо- та мікрорівень*; колективна монографія/ за ред. д.філософ.н., проф. Воронкової В.Г., д.е.н., проф. Метеленко Н.Г. Запоріжжя:

Видавничий дім «Гельветика». 2022. С. 195-245.

4. Сергієнко Т.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства як фактор забезпечення сталого розвитку економіки. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції*, Запоріжжя, 11-12 травня 2022 року. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 342-344.

Ханенко А.В.¹, Глухов В.А.²

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЦЕНТРАЛЬНИЙ БАНК ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ

Центральний банк - установа (в більшості країн є державним органом), яка відповідає за монетарну (грошово-кредитну) та валютну політику держави. В США - це Федеральна резервна система США; в спільноті держав ЄС – це Європейський центральний банк. В Україні це Національний банк України.

Центральний банк є ключовим гравцем у фінансовій системі будь-якої країни і має різноманітні функції, які викладено в таблиці 1.

Таблиця 1. Функції центрального банку

Функції центрального банку	Опис функцій центрального банку
Емісія грошей	Центральному банку країни, як правило, належить монопольне право емісії готівки. Депозитні гроші емітують (випускають) як центральний банк, так і комерційні банки. Центральний банк випускає депозитні гроші рефінансуванням комерційних банків, кредитуванням уряду, проведенням операцій на відкритому і валютному ринку.
Банк банків	Центральний банк здійснює кредитно-розрахункове і касове обслуговування комерційних банків; виступає для банків кредитором останньої інстанції, забезпечує надійне та ефективне функціонування платіжної системи.
Регулювання банківської діяльності та нагляд	Останнім часом спостерігається тенденція розширення регулятивної, а в деяких країнах і наглядової функції центрального банку, що зумовлено глобалізацією банківської справи, підвищенням рівня ризику банківської діяльності.

Банк уряду	Центральний банк здійснює кредитно-розрахункове обслуговування центральних органів влади, виступає в ролі платіжного агента уряду по обслуговуванню державного боргу, а також у ролі його фінансового радника й консультанта.
Управління золотовалютним и резервами	Центральний банк використовує резерви для покриття дефіциту платіжного балансу країни, підтримки обмінного курсу гривні.
Представницька функція	Центральний банк представляє інтереси держави у взаємовідносинах з центральними банками інших держав, з міжнародними банками і валютно-фінансовими організаціями.
Регулювання грошового ринку з використанням інструментів грошово-кредитної політики	Розробка і реалізація грошово-кредитної політики з метою забезпечення в кінцевому підсумку стійкого розвитку економіки країни через цінову стабільність.

Центральний банк України (НБУ) є ключовим органом в економічному житті країни, який відповідає за забезпечення стабільності фінансової системи та реалізацію монетарної політики. НБУ забезпечує фінансову стабільність країни, регулюючи фінансову систему та управляючи ризиками, пов'язаними з фінансовими операціями. Для цього він встановлює нормативи та стандарти для діяльності банків та інших фінансових установ, а також забезпечує надійність та безпеку платіжної системи.

Отже, Центральний банк відіграє важливу роль у забезпеченні економічної стабільності в країні. Він має вплив на інфляцію, ставки відсотка, валютний курс та регулювання фінансової системи. Управління цими процесами є важливим завданням для центрального банку та має велике значення для економічного розвитку країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інтернет-ресурс – Бібліотека Букліб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/27203/>
2. Інтернет-ресурс – «Роль центрального банку у національній економіці» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/bank/19507/>
3. Закон України "Про Національний банк України". [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14>

Ханенко А. В.¹, Жадан М.О.²

¹ к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ВІЙНА І ДЕРЖАВНІ ФІНАНСИ: ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ ТА ВІЙСЬКОВО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Повномасштабна війна, розпочата РФ проти України, змінила життя в Україні, перекреслила всі наші плани.

Замість підвищення соціальних стандартів, розбудови інфраструктури, будівництва житла, закладів освіти і культури, уряд країни вимушений левову частку бюджетних коштів спрямовувати на військові потреби.

Якщо у 2015-2021 роках на оборону в бюджеті передбачалося 2,4-2,9% ВВП, то з початку великої війни видатки на оборону різко зросли і в період січня – серпня 2022 року вже становили 19% ВВП країни.

Крім того, на початку жовтня 2022 року західні партнери зобов'язалися надати військову допомогу Україні на 37,5 млрд євро або 28% ВВП. У бюджеті 2023 року бюджетні асигнування на оборону закладені в розмірі 870 млрд грн. або 13,6% ВВП.

Після закінчення війни реалістичний прогноз бюджетних асигнувань на оборону та розвиток ВПК становитиме близько 6,5% ВВП у 2024-2025 роках.

Для зміцнення і розбудови оборонної промисловості план національного відновлення передбачає розробку та реалізацію державних програм розвитку озброєння і модернізації ВПК, зокрема, виробництво бронетехніки, високоточної зброї, літальних апаратів, засобів радіозв'язку, артилерійської, протитанкової і протикорабельної зброї, радіолокаційних систем, боеприпасів, ракет, спеціальних хімічних речовин.

Уряд також розширюватиме державні закупівлі для потреб Збройних сил України. Порівняно з довоєнним часом масштаби таких державних закупівель потрібно збільшити в рази. Важливу роль повинен відігравати і запуск проєктів ДПП. Необхідні заходи для модернізації і покращення забезпечення ЗСУ:

– створення правових інструментів для ефективного функціонування проєктів ДПП і спільних підприємств в інтересах національної безпеки та оборони;

– поширення дії закону "Про індустриальні парки" на підприємства ВПК.

Міжнародний досвід свідчить, що в країнах, які були втягнуті у війну, або перебували під постійною загрозою вторгнення і брали участь у воєнних діях, на оборонні цілі спрямовувалося 4,2-7,6% ВВП (табл. 1).

Таблиця 1. Країни з найвищим рівнем видатків на оборону, 2000-2020 роки, десять років поспіль, рівень оборонних видатків і порівняння з Україною,

у % до ВВП

Країна	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	1-й рік	Середнє за 10 рр
Ізраїль, 2000-2009	7,7	7,9	8,8	8,3	7,5	7,5	7,7	7,0	6,8	6,4	7,6
Ємен, 2002-2011	6,8	6,4	5,3	4,9	5,6	6,3	5,5	5,7	4,7	3,6	5,5
Грузія, 2005-2014	3,3	5,1	8,6	7,9	5,7	3,1	2,8	2,6	2,2	2,1	4,3
США, 2003-2012	3,8	3,9	3,9	3,9	4,0	4,3	4,6	4,7	4,5	4,2	4,2
Україна, 2011-2020	1,0	1,0	1,0	1,7	2,6	2,5	2,5	2,7	2,7	2,9	2,1

Як свідчать дані таблиці 1 Україна мала найнижчий рівень оборонних видатків у % до ВВП порівняно з іншими країнами, втягнутими у війну за десять досліджуваних років. Вище керівництво нашої країни занадто сподівалося на мирні наміри нашого північного сусіда (Росії). Навіть після російської агресії, починаючи з 2014 року видатки бюджету збільшувались на 0,1 -0,2 в % до ВВП в кожному наступному році, що, як виявилось було дуже небезпечним.

То ж підсилення оборонної міцності нашої країни є дуже своєчасним і необхідним, хоча, безумовно, передбачає значне збільшення бюджетних видатків на ці заходи.

Та окрім оборонних заходів Україні потрібні великі кошти на відбудову нашої країни.

У середньостроковій перспективі важливо забезпечити координацію та гармонізацію державних видатків України на цілі відбудови з програмами іноземних донорів.

Культивування відповідальності українців за результати відбудови власної країни, виважена й обґрунтована політика державних видатків мають забезпечити позитивні наслідки відбудови та стійкість її результатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міністерство фінансів Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mof.gov.ua/uk/mvf>
2. Богдан Т.О. Війна і державні фінанси: скільки потрібно грошей на відновлення і де їх брати/ Т.О. Богдан// Економічна правда, 2022.

СЕКЦІЯ 3. «РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ»

Tkachenko A.M.¹ Loza D.Y.²

¹Doctor of Economic Science, Professor, National University “Zaporizhzhia Politechnic”, Ukraine

²Postgraduate Student Classic Private University, Ukraine

STARTUP ECOSYSTEM AND IT'S PROBLEMS IN UKRAINE

If we look at the ten largest companies by market capitalization in the world, seven of them - are fast-growing innovative tech companies: Apple, Microsoft, Alphabet (Google), Amazon, Nvidia, Meta (Facebook), Tesla [1].

That is why startups are significant, as they can disrupt entire industries and grow into companies like this in the future. However, successful startups are the exception and not the rule, as 90% of them fail [2].

Therefore, it is essential to develop a favorable environment for creating and growing such companies in any country striving to achieve high economic growth. One of the critical components of such an environment are startup ecosystems.

A startup ecosystem is formed by people, companies, investors, and institutions — that work together to create a supportive environment for creating and growing startups. Such an ecosystem can be a physical or an online space. However, even as the tech world moves toward remote work, ecosystems are still primarily defined as physical places.

Following are the top startup ecosystems in the world, based on the 2022 report from Startup Genome: Silicon Valley is №1, followed by New York City and London tied at №2, Boston at №4, and Beijing at №5.

To create the 2022 rankings, Startup Genome measured six Success Factors in each ecosystem - performance, funding, market reach, talent & experience, connectedness, and knowledge [3].

Following are the key players of a startup ecosystem and what they do to support it [4]:

- Entrepreneurs - teams who can run startup businesses.
- Mentors - first-time entrepreneurs need to be able to ask questions of experienced leaders.
- Investors - without external funding into business impossible to achieve fast growth.
- Incubators - they provide access to networking and help find funding.
- Universities - both for preparing great entrepreneurs and highly skilled employees.
- Corporations - they can become customers of new startups or invest in them.

- Associations/Events - networking is essential for bringing the right people together.
- Government - to establish a favorable tax system for new companies and sponsor supportive programs.
- Service Providers - include lawyers, accountants, bankers, recruiters, and agencies.

Ukrainians created several unicorns - companies with over \$1 billion market cap. The brightest examples are GitLab, Grammarly, Genesis, and People.ai [5]. The problem is that they all required moving their operations and legal jurisdiction to more developed countries to achieve this kind of success.

Here are some of the problems that cause startup founders to leave Ukraine. These problems negatively affect startups in the country, and fixing them can help improve the startup ecosystem in Ukraine.

Lack of trust: in the jurisdiction and government system: For people to choose Ukraine as a place to run their country, they must be sure their rights are protected: intellectual rights and rights of the stakeholders. It can be dangerous to run a company in Ukraine with its problems with corruption and an unstable legal system.

Lack of capital: Hyper-growth is impossible without external capital flowing into the business. As Ukraine does not have a developed network of venture capitalists and lacks the money to invest in new businesses, it is crucial to attract foreign funds to invest in Ukrainian startups and introduce favorable legislation for them.

REFERENCES

- 1.Global ranking. Largest Companies by Market Cap. URL: <https://companiesmarketcap.com>
- 2.Josh Howarth. Startup Failure Rate Statistics (2023). URL: <https://explodingtopics.com/blog/startup-failure-stats>
3. The Global Startup Ecosystem Report 2022. Global Startup Ecosystem Ranking 2022 (Top 30 + Runners-Up). URL: <https://startupgenome.com/article/global-startup-ecosystem-ranking-2022-top-30-plus-runners-up>
- 4.George Deeb. How To Build A Startup Ecosystem. URL: <https://www.forbes.com/sites/georgedeeb/2019/04/04/how-to-build-a-startup-ecosystem>
- 5.Dariia Sokolenko. Ukrainian Startup Boom: Unicorn Rankings (2021). URL: <https://ucluster.org/en/blog/2021/10/ukrainian-startup-boom-unicorn-ratings-2021>

Ангелко І. В.¹

¹ к.е.н., доцент, кафедри економіки і маркетингу, Національний університет «Львівська політехніка», Україна

РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СТАНОВЛЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах господарювання одним із пріоритетних завдань національної економіки є перехід на інноваційний шлях розвитку, у становленні якого ключова роль відводиться малому підприємництву.

Як показує світова практика, сьогодні мале підприємництво у становленні інноваційної моделі розвитку економіки, на відміну від великого, має ряд переваг. Основні з них полягають у його мобільності, динамічності, чутливості до найменших змін ринкової ситуації, здатності швидко реагувати на зміни в споживчому попиті, високій обіговості та більш ефективному використанні обмежених ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових та ін.). Разом з тим, на малих підприємствах кількість управлінських ланок є незначною, тому всі важливі рішення можуть прийматися та реалізовуватися достатньо оперативно. Як відомо, мале підприємництво за своєю природою є антимонопольним і при використанні сучасної новітньої техніки може перетворюватися на конкурента, який підриває монопольні позиції великих корпорацій. Інноваційна активність малого підприємництва обумовлена також можливістю заохочування керівництвом творчої ініціативи найманих працівників без бюрократизації цього процесу, готовністю до ризику, швидкою оцінкою економічного потенціалу новації та її перевіркою на практиці, можливістю одноосібного прийняття рішень щодо зміни ринкової орієнтації суб'єкта господарювання, матеріальною зацікавленістю в позитивному результаті господарської діяльності в конкурентному ринковому середовищі тощо [1, с. 68].

Варто зазначити, що роль суб'єктів малого підприємництва в інноваційному розвитку досить широка – вони відкривають нові сегменти ринку, розвивають нові види виробництва, підвищують їх наукомісткість та конкурентоспроможність і таким чином сприяють формуванню нових технологічних укладів; через систему стимулювання зайнятості в короткі терміни вирішують проблеми ринку праці.

Посилення ролі та значення малого інноваційного підприємництва в умовах конкурентного середовища пояснюється рядом умов, серед яких головними є:

- перехід економічних систем в світі на інноваційний шлях розвитку, виникнення нових пріоритетних напрямів виробничо-господарської діяльності (інформаційні та інтелектуальні системи тощо);
- загострення внутрішньогалузевої та зовнішньої конкуренції;
- насичення ринку стандартизованою продукцією масового попиту, потреба в

задоволенні нових специфічних потреб.

Високий потенціал малого підприємництва як розробника і впроваджувача інновацій у масове виробництво підтверджується статистикою. Так, за офіційними даними, майже 95% радикальних технологічних інновацій після Другої світової війни було створено саме в малому підприємстві [1, с. 68; 2, с. 28;].

Попри визнане значення малого підприємництва в світі та його потенціал у розвитку інноваційної моделі економіки, в Україні цей сектор на жаль не набув належного розвитку. Як показує вітчизняна практика, інноваційна діяльність в Україні є прерогативою промислових підприємств [3].

Низька інноваційна активність суб'єктів малого підприємництва в Україні зумовлена рядом проблем [4, с. 128], серед яких доцільно виділити:

- недостатнє економічне стимулювання залучення інвестицій в інноваційні процеси (зокрема доступність кредитування);
- обмеженість обсягу фінансування наукової та інноваційної діяльності за рахунок державного бюджету (менше 1% ВВП);
- недосконалість інституційного забезпечення, відсутність відповідних органів публічного управління інноваційною діяльністю;
- відсутність відповідних організаційно-правових умов для розвитку інноваційної інфраструктури (венчурних фондів, центрів трансферу технологій, технопарків, технополісів тощо);
- відсутність узгодженої співпраці на рівні «освіта-наука-підприємництво» (підготовка висококваліфікованих та затребуваних фахівців, виконання наукових розробок та досліджень на замовлення підприємств тощо).

Для стимулювання і підвищення інноваційної активності суб'єктів малого підприємництва в Україні необхідно вирішити зазначені проблеми. Це завдання сьогодні повинне стати пріоритетним, оскільки в країнах з розвинутою ринковою економікою саме суб'єкти малого підприємництва виконують визначальну роль у формуванні науково-технічного потенціалу країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Павленко І.А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: Монографія. К.: КНЕУ, 2007. 248 с.
2. Прилуцька І.А. Організаційні форми інноваційного підприємництва та стимулювання їх розвитку в Україні. Проблеми науки. 2012. №1. С. 27-33.
3. Інформаційні матеріали щодо стану інноваційної діяльності. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=69b9a9bf-5fbc-4035-8c0fac26b853c0eb&title=InformatsiiniMaterialiSchodoStanuInnovatsiinoiDiialnos>

4. Матвій І. Є. Інноваційна активність малого бізнесу в Україні: стан та перспективи. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2016. № 847. С. 124-129.

Архіпов В.О.¹, Мороз О.С.²

¹аспірант спеціальності 073 «Менеджмент» кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

²к.е.н., доцент кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

У цифровій економіці зі швидким розвитком комунікаційних технологій нового покоління, таких як штучний інтелект, блокчейн, хмарні обчислення та великі дані, розвиваються цифрові інновації. Ресурсів, які може використовувати креативний менеджмент, дуже багато. Виходячи з цього, підприємствам потрібні нові можливості, стратегії, організації, системи тощо, щоб задовольнити індивідуальні потреби в інноваційно-цифровій організації. Інноваційна практика таких компаній, як Apple, Amazon і General Electric, показує, що компанії використовують цифрову інфраструктуру, покладаються на платформи продуктів і формують інноваційні екосистеми із зовнішніми розробниками та користувачами. Унікальний шлях створення цінності, підприємства, розробники та користувачі створюють разом, підвищуючи стійку конкурентну перевагу компанії.

Ця інноваційна модель під назвою «цифрова інновація» змінює логіку створення вартості фізичних продуктів і підприємств і навіть змінює формат бізнесу. Зараз в академічних колах існує кілька формулювань про вираження цифрових інновацій [1].

Zhao Xing і Dong Xiaosong (2017) зробили ставку на цифрові інновації, а міжнародні установи, такі як «індекс цифрової трансформації підприємств» Accenture за 2018 рік, погоджуються з переведенням її в цифрову форму, яка може краще відображати передумови того, що цифрова технологія, як технологія загального призначення, поширюється на інші галузі, запускає серію інновацій, а також може краще відображати відмінність від ІТ-інновацій. З появою практики цифрових інновацій західні вчені почали звертати увагу на корпоративні цифрові інновації та провели серію досліджень на цю тему. До 2010 року деякі вчені звертали увагу на вплив цифрових технологій на інновації (Boland et al., 2007). Yoo та ін. (2010)

визначили цифрові інновації як реалізацію нової комбінації цифрових ресурсів і фізичних компонентів для виробництва нових продуктів. Водночас вони вказали на зміни в організаційній логіці, стратегії та інфраструктурі підприємств під цифровою технологією, просування цифрових інновацій у корпоративну стратегію.

На рівні цифрових інновацій розпочалася хвиля досліджень цифрових інновацій. Відтоді дослідження цифрових інновацій поступово привертають увагу академічної спільноти, а вчені, представлені Барреттом та іншими (2015), послідовно проводять поглиблені дискусії щодо цифрових інновацій. Існуючі дослідження також не змогли чітко пояснити логіку створення вартості цифрових інновацій. Незважаючи на те, що кількість теоретичних досліджень і тематичних досліджень цифрових інновацій поступово зростає в останні роки, через відмінності в дослідницьких контекстах і теоретичних перспективах вчені ще не дійшли консенсусу щодо конотації, причинно-наслідкових зв'язків і механізму створення цінності цифрових технологій.

Завдяки контент-аналізу значення концепції цифрових інновацій з різних точок зору узагальнює її характеристики та визначає зв'язок і різницю між цифровими інноваціями, інноваціями ІБ та ІТ-інноваціями. На цій основі розбираються теоретична перспектива та механізм створення цінності цифрових інновацій, і, нарешті, перспективи майбутніх досліджень цифрових інновацій розглядаються з точки зору рівнів дослідження, методів дослідження, теорій дослідження та об'єктів дослідження.

З поглибленням досліджень цифрових інновацій вчені виклали їх концептуальний зміст з різних точок зору, в яких обговорюються цифрові інновації з точки зору процесу та результатів. Основна відмінність між ними полягає в тому, що одна точка зору вважає, що цифрова інновація полягає у використанні цифрових ресурсів для покращення ефективності інноваційного процесу підприємства; інша точка зору вважає, що цифрова інновація полягає в додаванні нових атрибутів до існуючих нецифрових продуктів і послуг за допомогою цифрових технологій. З хронологічної точки зору першою з'являється ідея інновації продукту як результату. З поширенням нового покоління інформаційних технологій деякі вчені звернули увагу на застосування цифрових технологій в інноваційному процесі та вплив цифрових технологій на бізнес-моделі [2].

Грунтуючись на розумінні того, що процес і результати цифрових інновацій важко відокремити, Henfridsson та ін. (2018) спробували розірвати кайдани процесу та перспективи результату та обговорити цифрові інновації з більш комплексної точки зору. Здається, що важко охопити багатий відтінок цифрових інновацій з точки зору результатів інновацій або інноваційного процесу. Все більше вчених усвідомлюють, що цифрові інновації включають

не лише інновації на основі продуктів, але й інновації на основі процесів. Наприклад, мобільний телефон Apple має різноманітні інноваційні результати та інноваційні процеси одночасно. Фічман та ін. (2014) вважають, що цифрові інновації можна у широкому сенсі визначити як новий продукт, процес або бізнес-модель, наголошуючи, що користувачі вносять деякі значні зміни відповідно, а цифровізація надає організаціям нові можливості. Абрелл та ін. (2016) починають з точки зору результатів інновацій та інтеграції інноваційного процесу та вважають, що цифрові технології в основному впливають на інновації підприємства з двох аспектів: по-перше, використання цифрових інструментів для покращення ефективності інноваційного процесу підприємства; по-друге, цифрові інновації – це процес використання цифрових технологій в інноваційному процесі для виробництва нових продуктів і послуг. Така перспектива всебічного розгляду інноваційного процесу та результатів інновацій відображає припущення, що межа між цифровим інноваційним процесом і результатом стає все більш розмитою.

Як оперативний ресурс цифрові ресурси можуть представляти різні функції відповідно до різних асоціацій з іншими ресурсами. Наприклад, користувачам, яким потрібні хмарні сервіси, не потрібно використовувати всі сервіси від Google, але вони можуть легко використовувати Google Drive із програмами та службами Microsoft Office на платформі Amazon AWS. Впровадження цифрових ресурсів робить дослідження створення цінності більш детальними. Деякі вчені поділяють цифрові ресурси на рівень обладнання, мережевий рівень, рівень обслуговування та рівень вмісту. Завдяки поглибленим дослідженням цифрових інновацій конотація концепції цифрових інновацій поступово збагачується: результатом інновацій цифровими інноваціями можуть бути продукти, послуги, бізнес-моделі тощо; як інноваційний процес, що підтримується цифровими ресурсами цифровими ресурсами можуть бути цифрова інфраструктура, цифрові технології, ресурси даних тощо.

Цифрові інновації стосуються діяльності різних суб'єктів з реорганізації цифрових ресурсів для створення нових продуктів, послуг, процесів і бізнес-моделей. Завдяки розвитку цифрових технологій інновації в епоху цифрових технологій зазнали багатьох важливих змін. Перш за все, багато вчених узагальнили характеристики цифрових ресурсів з різних точок зору. Доступність цифрових технологій робить інновації двома основними характеристиками: генеративністю та конвергенцією; з точки зору цифрових артефактів, Абрелл та ін. (2016) вважають, що цифровізація поглибила наступні характеристики: «перепрограмований, адресний, відчутний, комунікабельний, зберігаючий і відстежуваний, асоційований» характер, що включає (програмованість, адресність, чутливість, комунікабельність, запам'ятовуваність, відстежуваність і асоціативність). Уоо та ін. (2010) у

порівнянні з попередніми технологіями перерахували три важливі характеристики цифрових технологій:

- 1) можливість перепрограмування);
- 2) гомогенізація даних;
- 3) самореференційний характер цифрових технологій [3].

Наразі вчені не сформували послідовного розуміння характеристик цифрових інновацій. З точки зору технології, узагальнено такі характеристики цифрових інновацій, як «перепрограмована, сприйнятна та комунікативна». Загалом цифрові технології дозволяють інноваційним результатам мати функції комп'ютерів, Інтернету та датчиків. З точки зору функцій цифрові технології її як обчислювану, комунікабельну та сприйнятну; характеристики управління, ця стаття підсумовує її як інноваційну платформу, поєднання інновацій та поширення інновацій з точки зору інноваційної моделі. Платформа є важливим носієм цифрових інновацій, яка у поєднанні з доступністю технологій сприяє комбінаторним інноваціям і розподіленним інноваціям.

Таким чином, вчені давно приділили увагу міждисциплінарній галузі досліджень інформаційних систем та управління інноваціями. Цифрові інновації еволюціонували від інновацій ІБ (інновації інформаційних систем) та інновацій ІТ (інновації інформаційних технологій), зосереджених на інноваціях процесів, до цифрових інновацій, зосереджених на інноваційному процесі та результатах [4].

Як свідчить аналіз, вони мають як спільні риси, так і значні відмінності. Цифрові інновації, інновації ІБ та ІТ-інновації зосереджені на впливі ІКТ-технологій на організаційну поведінку та продуктивність. Однак у порівнянні з інноваціями ІБ та ІТ-інноваціями, зосередженість на цифрових ресурсах, таких як дані, робить цифрові інновації більш детальними (Henfridsson та ін., 2018), що надихає на дослідження створення цінності та отримання цінності в цифрових інноваціях. З глибоким проникненням інформаційних технологій нового покоління, таких як штучний інтелект, блокчейн, хмарні обчислення та великі дані в інноваційну діяльність, таку як дослідження, розробки та дизайн, нинішні підприємства використовують інформаційні технології для інновацій та виробництва нових продуктів, нових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г., Череп А.В., Череп О.Г. Розвиток мережевої (інтернет-економіки) в умовах цифровізації: принципи, закони, тенденції розвитку. Science and society: trends of interaction : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. С.31-48.

2. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Мар'єнко В.Ю. Становлення і розвиток цифрового менеджменту на підприємстві. Science and society: trends of interaction : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. С. 49-67.

3. Moroz O. S. Using the tools of the concept of sustainable development to maintain the level of quality of life in crisis conditions. Raising the standard of living in turbulent conditions: global and local aspects: collective monograph /за заг. ред. Ducznuzl W. Opole: Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji. 2022. С. 128-139.

4. Промисловий потенціал складних соціально-економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо- та мікрорівень; колективна монографія/ за ред. д.філософ.н., проф. Воронкової В.Г., д.е.н., проф. Метеленко Н.Г. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. 480 с.

Ащеулова О. М.¹, Чернобаєв В.В.²

¹к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”, Україна

²кандидат економічних наук, доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сьогодні весь світ захоплено спостерігає за боротьбою українського народу за суверенітет та незалежність. Внаслідок цього у пересічного громадянина більшості країн виникає інтерес не тільки до останніх новин, а й до історії та культурних традицій України, що на пряму проявляється у підвищеному попиті на вітчизняні товари. Але, на жаль, така зміна в попиті відбулась, завдяки впливу нецінових факторів, як мода та інтерес на продукцію вироблену в Україні. Незважаючи на великий експортний потенціал багатьох галузей вітчизняної економіки, реалії сьогодення свідчать, про низьку конкурентоспроможність української продукції, тому з часом попит на неї буде зменшуватися. Напрямом вирішення зазначеної проблеми повинен стати розвиток інноваційного підприємництва, котре запроваджує у сфері виробництва новітні технології, створює новий продукт для задоволення наявних потреб та одночасно запобігає витоку талановитої молоді.

Треба зазначити, що інновації є найважливішим складником створення добробуту та економічного розвитку. За своєю сутністю економічний розвиток – це набагато ширша концепція, ніж економічне

зростання. Він розглядається як багатомірне явище, оскільки зосереджений на доходах людей та на покращенні життєвого рівня населення країни. В основі економічного розвитку лежить економічне зростання, утворюючи, так би мовити, його фундамент. Через те, що економічне зростання є переважно кількісною характеристикою, а економічний розвиток – переважно якісною, то можна стверджувати, що тут діє діалектичний закон переходу кількості в якість. В Україні стрімке нарощування економічного зростання не може слугувати запорукою підвищення добробуту людей, а економічне зростання – не самоціль, а лише засіб розвитку [1].

Базовим стимулом для створення та впровадження інновацій у підприємницькій діяльності є можливість отримання надприбутків за рахунок встановлення тимчасової монополії при продажі інноваційного товару або надання інноваційної послуги. Натомість головною перешкодою є великі фінансові витрати та невизначеність – відбудеться етап комерціалізації чи споживач не готовий до нового товару або послуги. Тому враховуючи цю особливість інноваційного продукту у більш вигідному становищі знаходяться ті підприємці, які здійснюють копіювання та тиражування нововведень. Загальновідомим є факт, що витрати на копіювання новинок зазвичай у десятки, а щодо інтелектуальних продуктів і у тисячі разів є нижчими від витрат за його самостійне розроблення, у той час, коли новатор не може окупили витрачені на розробку та впровадження нововведення фінансові ресурси.

Українська економіка, впродовж останнього десятиліття та сьогодні, характеризується слабкою інноваційною спроможністю: частка підприємств, що у 2015 році займалася інноваціями – 17,3%; частка промислових підприємств, що впроваджували інновації – 15,2%; питома вага реалізованої (в обсязі промислової) інноваційної продукції – 1,4% [2].

На жаль, вітчизняні підприємницькі структури немотивовані в сучасних умовах створювати та впроваджувати інновації в бізнесовій діяльності. Це підтверджено як результатами аналізу напрямків інвестування у національну економіку, так і на регіональному рівні побудовою моделі прогнозування поведінки підприємницького сектора при здійсненні інноваційно-інвестиційної діяльності. Проведене опитування суб'єктів підприємницької діяльності щодо виявлення факторів, які мотивують та стримують інноваційну й інвестиційну діяльність, дозволило зробити висновок, що низька інвестиційна і, особливо, інноваційна активність вітчизняних підприємницьких структур викликана значними перешкодами у цій сфері і, насамперед, високим ступенем політичного та макроекономічного ризику у інноваційно-інвестиційній діяльності [3].

Зростання кількості підприємців, які впроваджують інновації у своїй діяльності сприяє економічному піднесенню держав, котрі створюють умови

для розвитку інноваційного підприємництва. Державні органи повинні не лише підтримувати чи стимулювати розвиток інноваційного підприємництва, ба більше, вони повинні не заважати здійсненню інноваційної діяльності.

Тому в умовах сьогодення нагально необхідне створення дієвого механізму, який забезпечить розвиток інноваційного підприємництва для зміцнення його конкурентних позицій на світових ринках, а не подальша розробка рекомендацій щодо покращення оптимізації управління інноваційним розвитком в державі та в її окремих регіонах, вибору форм та методів державної підтримки інноваційних проектів з метою покращення інвестиційного клімату та посилення притоку інвестицій, спрямованих в створення інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Геращенко С.О., Чернобаев В.В. Взаємозв'язок економічної свободи, підприємництва та економічного розвитку у глобальній економіці. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2019. № 4. С. 36–43. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2019/4/EV20194_036-043.pdf
2. Проданова Л.В., Котляревський О.В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України. Черкаси.: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. 240 с. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/365/1/Монографія%20Проданова%20Котляревський.pdf>
3. Пилипенко Г.М., Чернобаев В.В. Інноваційно-інвестиційна діяльність та її регулювання в економіці України. Дніпропетровськ: НГУ, 2010. 150 с.

Бобко Н.А.¹

¹старш. викл. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

АНАЛІЗ РЕЙТИНГУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ЗА ПОКАЗНИКАМИ GLOBAL INNOVATION INDEX

Сучасні умови економіки диктують компаніям необхідність введення інновацій.

Обов'язковими ознаками інновації є науково-технічна новизна, виробнича засвоюваність та економічна корисність. Використання інновацій на підприємстві допомагає йому ефективно функціонувати на ринку, що підвищує результати та ефективність його діяльності.

Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index, GII) оцінює світові економіки за рівнем їх інноваційних можливостей. Складається приблизно з 80 показників, згрупованих у інноваційні вклади та результати, GII охоплює багатовимірні аспекти інновацій [1].

У таблиці 1 наведено рейтинги України за останні три роки з

позначенням цих даних.

Таблиця 1 – Рейтинги по Україні (2020–2022) [2]

Роки	ГП	Інноваційні вклади	Інноваційні результати
2020	45	71	37
2021	49	76	37
2022	57	75	48

У 2022 році Україна продемонструвала кращі показники інноваційних результатів, ніж інноваційних вкладів.

Україна посіла 75 місце за обсягами інноваційних вкладів у 2022 році, що вище, ніж минулого року, але нижче, ніж у 2020 році.

За обсягами інноваційних результатів у 2022 році Україна посіла 48 місце. Ця позиція нижча і за 2021, і за 2020 роки.

Доступність і зміни в структурі моделі ГП впливають на порівняння рейтингів за рік.

Статистичний довірчий інтервал для рейтингу України в ГП у 2022 році становив між 48 і 59 місцями.

Україна посіла 4 місце серед 36 груп із доходом нижче середнього рівня економіки.

У 2022 році Україна посіла 34 місце серед 39 економік Європи.

В таблиці 2 надано огляд сильних і слабких сторін індикаторів України в ГП у 2022 році.

Таблиця 2 – Сильні та слабкі сторони України [2]

Сильні сторони		Слабкі сторони	
Назва індикатора	Рейтинг	Назва індикатора	Рейтинг
Державне фінансування	12	Політична та оперативна стабільність	121
Співвідношення учень-вчитель	11	Глобальні корпоративні інвестори R&D, топ-3	38
Зарахування до вищої школи	19	Валове накопичення капіталу	125
Працевлаштовані жінки з вищим ступенем	2	ВВП (одиниця)	116

		споживання енергії)	
Корисні моделі за походженням	1	Кредити від мікро-фінансових організацій	53
Витрати на програмне забезпечення	9	Ринкова капіталізація	78
Експорт послуг ІТ	7	Одержувачі венчурного капіталу, угоди	99
Торгові марки за походженням	26	Отриманий венчурний капітал, вартість	88
Промислові зразки за походженням	19	Спільне підприємство/угоди стратегічного альянсу	122
Створення мобільних додатків	13	Національні художні фільми	69

Україна знизилася на 16 позицій порівняно з 2021 роком, коли зайняла 34 місце. StartupBlink, пов'язали таке різке зниження з повномасштабною війною у нашій країні, яка не могла не вплинути на українську систему стартапів [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Global Innovation Index 2022. What is the future of innovation-driven growth?
URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
- 2.Global Innovation Index 2022: Ukraine. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf
- 3.Інформаційні матеріали щодо стану інноваційної діяльності. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=69b9a9bf-5fbc-4035-8c0f-ac26b853c0eb&title=InformatsiiniMaterialiSchodoStanuInnovatsiinoiDiialnost>

Воронкова В.Г.¹, Нікітенко В.О.², Череп А.В.³

¹доктор філософських наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

²доктор філософських наук, професор, кафедри управління та адміністрування Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

³доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки, Заслужений діяч науки і техніки України, Академік академії наук вищої освіти України, Запорізький національний університет, Україна

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Ми живемо в 21 столітті, суспільство якого перебуває на етапі переходу до «економіки знань». Туризм завжди був проникливим для суспільних змін, він і сьогодні змінює наше бачення. У епоху цифрових технологій, із дедалі більш складними інформаційними технологіями та появою штучного інтелекту, навички професіоналів туризму вимагають нових, постійно оновлюваних знань. Цифрові технології змінили просторові та часові виміри, в яких переміщуються інформація та відвідувачі. Останні вимагають, щоб їм всюди пропонували гостинну та якісну туристичну інформацію, як у туристичних компаніях, магазинах, туристичних готелях.. Туристичні компанії повинні слідувати новим кардинальним умовам, а напрямки адаптують свою бізнес-модель до очікувань туристів, переосмислюючи свої стратегії прийому, оснащуючи ефективними інструментами управління та об'єднуючи гравців у сфері туризму навколо спільних цілей. У всьому світі 57% населення, або 4,3 мільярда людей, мають доступ до Інтернету. У Франції рівень проникнення зростає до 92%. Сьогодні 38 мільйонів французів щодня користуються соціальними мережами. Інтернет користується переважно мобільним зв'язком (на планеті є майже 9 мільярдів підписок на мобільні плани, тобто 115% населення світ).

Цифрові технології мають глибокий вплив на туристичну економіку Франції, найбільш відвідуваної країни у світі, а також у всьому світі, яка виступає як цифровий тренд для міст, туристичних офісів і туристичних професіоналів. Щоб запропонувати ще більш унікальний і вражаючий досвід, не бракує технологічних засобів. Міста інвестують у тактильні та інтерактивні медіа. Міста та громади модернізуються та інвестують у інтерактивні технології, щоб відповісти на цифрову трансформацію використання. У туристичних офісах, справжніх центрах анімації та розвитку території, вже не рідко можна скористатися перевагами динамічного дисплея та інших тактильних засобів підтримки, які збагачують і полегшують прийом. Розумне поєднання екранів трансляції, сенсорних терміналів та

інтерактивних медіа дозволяє створити доповнену зону прийому: модернізоване місце на передньому краї цифрових технологій із реальною доданою цінністю для туристів, які шукають інформацію.

Позитивних наслідків багато: на додаток до покращеного зв'язку в туристичних офісах, обладнаних цифровими дисплеями, відвідувачі отримують перевагу від кращої якості обслуговування та інформації, ніж раніше. Багато даних також можна зібрати, проаналізувати та потім використати з метою підвищення рівня задоволеності відвідувачів: продуктивність консультантів, відвідуваність, почуття відвідувачів та їхні повторювані запити тощо. Але в містах не лише туристичні офіси оснащені новітніми інтерактивними технологіями. Музеї, торгові центри, ярмарки, фестивалі та інші туристичні місця також оснащені цифровими технологіями, щоб запропонувати мандрівникам незабутні та багаті враження.

Технологічний розвиток породив нові форми туризму:

1) м-туризм, також званий мобільним туризмом, це акція бронювання відпочинку безпосередньо через мобільну або сенсорну панель;

2) соціальний туризм полягає у виборі місця перебування на основі соціальних мереж;

3) електронний туризм, асоціація Інтернету та туризму, що породжує всі види цифрового досвіду.

Модель турфірми змінюється. За останні десять років в Інтернеті процвітає незлічenna кількість туристичних гравців, будь-то онлайн-агентства, компаратори рейсів, готелі чи напрямки. Тому компанії повинні адаптувати свою комунікаційну стратегію до цифрового переходу. Подібним чином ці інструменти встановлюють новий світовий туристичний порядок, який, здається, був значною мірою підтверджений пандемією COVID 19. Інтернет дав змогу місцевим провайдерам у всьому світі виробляти та розповсюджувати цифровий контент, спілкуватися безпосередньо та миттєво з їхніми потенційними клієнтами.

Глобальні дистрибутивні системи (GDS) є одними з основних гравців, які позначили історію туризму. Останній мав технологічне лідерство в автоматизації інформаційних систем і зберіганні інформації, що дозволило туристичним агентствам мати миттєвий доступ і бронювати туристичні пропозиції у режимі реального часу в той час, коли Інтернет ще не існував. IT-гіганти, зі свого боку, належать до тих, хто на ранній стадії зрозумів можливості, які представляє ринок онлайн-подорожей і бронювання житла для ділових і туристичних подорожей через інтерфейси, присвячені туризму, зберігання й обробки даних, що дозволяє надавати туристам і постачальникам послуг функції високого сприйняття корисності (методи бронювання, розклади, доступність, безпека платежів, приватні валюти, доповнена реальність, тощо).

Організації з управління туристичними напрямками надають засоби для спільного створення індивідуальних пропозицій, продуктів і досвіду через ігри, конкурси та творчі історії. Турист отримує набір ноу-хау, досвіду та динамічних можливостей, які наближають його до «компетентного» агента, краще поінформованого та більш автономного у своїх діях. Наприклад, під час підготовки своєї подорожі турист керується доступом до миттєвої та порівняльної інформації, що дозволяє йому вибрати пункт призначення, зробити бронювання, взаємодіяти з туристичною спільнотою, створити контент і оцінити постачальників послуг. Під час подорожі туристичний досвід можна оптимізувати завдяки геолокації, що дозволяє легше пересуватися. Турист може присвятити трохи більше часу своїм гедонічним і сенсорним практикам завдяки посередницьким технологіям, що змішують фізичний і віртуальний всесвіт, формує потенційний «доповнений туристичний досвід». Розвивається диверсифікація використання цифрових технологій туристичною організацією, з'являються неоднорідні та динамічні дані за допомогою ШІ.

Туристичні організації, культурні та музейні установи, різною мірою використовують доповнену та віртуальну реальність для оновлення свого іміджу, сприяння доступу до спадщини та залучення нової аудиторії. Інтернет речей залишається одним із найперспективніших напрямків штучного інтелекту, який готовий підвищити ефективність туристичних організацій і напрямків. Цифрові технології вже широко існують у подорожі мандрівника. Деякі експерименти є піонерськими, як-от Діснейленд, який інвестував мільярд доларів у розробку «чарівного гурту», підключеного браслета для своїх парків. Браслет використовується, щоб пов'язувати відвідувачів з їхніми улюбленими пам'ятками, рекомендаціями, бронюваннями, відкривати готельний номер, отримати переваги від персоналізованого маршруту та максимально уникнути черг. Дійсно, дослідницькі питання так само пов'язані з управлінням інформаційними технологіями, як і з управлінням туризмом або даними, як у вимірах державного управління, так і стратегії чи територіального туристичного маркетингу.

Один із спільних моментів є прийняття підходів, які є водночас стратегічними, стійкими та індивідуальними (тобто цілеспрямованими) для того, щоб найкращим чином управляти віртуально розвитком туристичної галузі. Туристичним фірмам доведеться розвивати велику гнучкість, щоб керувати як своєю віртуальною присутністю (електронна репутація), так і своїм реальним існуванням (репутація). Використання цифрових технологій і соціальних мереж може стати новим інструментом спілкування та інновацій у сфері туризму. Потреби туристів у «високій якості» та «поглибленому досвіді» туризму зростають [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 27 трав. 2022 р.). Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. 223 с.

Балахонова О.В.¹, Варварчук Г.В.²

¹д.е.н., професор, Вінницький соціально-економічний інститут університету "Україна", Україна

²здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

РОЗВИТОК СПРИЙНЯТТЯ ПОНЯТТЯ «ЯКІСТЬ»

Впровадження в економіку ринкових відносин призвело до суттєвих змін у всіх галузях національної економіки, зокрема, до перегляду багатьох традиційних точок зору. Дані зміни широко торкнулися такого поняття, як "проблема якості".

Нині якість є одним з найважливіших стратегічних параметрів, а також напрямом, що визначає розвиток підприємства та його ефективність. Це пов'язано з двома основними факторами. По-перше, орієнтація на клієнта як широко розповсюджена стратегія діяльності підприємства в ринкових умовах, що визначає значущість політики в галузі якості. Кожен потенційний покупець приймає рішення щодо вкладення грошей, порівнюючи різні варіанти. Він чекає все більш високої якості товарів/послуг, природного середовища, середовища праці, рівня життя. І для того, щоб відповідати очікуванням споживача, підприємство також має орієнтуватися на якість.

По-друге, глобалізація ринку виступає двояким чинником щодо торгівлі. З одного боку, вона вимагає усунути невіправдані перешкоди та бар'єри для переміщення товарів/послуг, інтелектуальної власності. З іншого - за допомогою директив ЄС та узгоджень СОТ, відповідно норм ISO [3, с.118-132], де концептуальною основою є створення, забезпечення та покращення якості продукції за допомогою мережі процесів, які мають зазнавати аналізу та постійного поліпшення. Вже зараз ці норми не завжди закріплені законодавчо, на ринку ЄС стали практично вимогою для кожного постачальника. А Директиви ЄС націлені на те, щоб сертифікація підприємства на відповідність нормам ISO була обов'язковою. СОТ рекомендує уніфікувати національне законодавство з міжнародними нормами, фактично захищаючи ринок від підприємств, які не пройшли процедуру сертифікації систем якості акредитованими для цих цілей органами. Можна запропонувати надалі прагнення закриття ринків перед підприємствами, які документально не підтвердять власної системи забезпечення якості.

Проте поняття "якість" має свої складнощі. Воно може виступати у

ролі філософської категорії: ще у 3 столітті до н.е. Аристотель визначив якість як різницю між предметами, диференціацію за ознакою " поганий-хороший " [1, с.517], а Гегель позначив його як насамперед тотожну з буттям визначеність [2, с.175]. Якість- неодноразово і назавжди певна цінність, її рівень змінюється разом із очікуваннями споживачів. Це найкраще простежується на прикладі комп'ютерних технологій, які стають застарілими за дуже короткі терміни. Якість стосовно продукту або послуги еволюціонує від понять безпеки продукту до його здатності задовольняти встановлені чи передбачувані потреби.

Залежно від стадії розвитку стосовно сприйняття поняття " якість " , в залежності від того де знаходиться підприємство, можна умовно виділити традиційний і сучасний підходи. Між ними є суттєві відмінності. Якщо за традиційним підходом основний наголос робиться на перебуванні, то за сучасним- увага спрямована на запобігання проблем. Якщо за першим підходом відповідальність за якість послуг несуть окремі підрозділ, то управління якістю- це окрема сфера діяльності; у другому - забезпеченням якості зайняті все працівники, а основний акцент від контролю, виявлення та ліквідації браку переходить з його запобігання, причому контроль і ліквідація визначаються дорогими та неефективними заходами. У першому випадку головним чинником мотивації є зарплата, у другому залученість і почуття загальної відповідальності, що приносять задоволення від роботи і підвищують мотивацію. За традиційною точки зору дії людини більшою мірою залежать від технології та техніки.

При сучасному підході техніка і технологія є лише знаряддям в руках у людини, яка усвідомлює свої цілі. Приймаючи рішення про спосіб та ефективність їх використання, він зрештою впливає на успіх чи невдачу підприємства. Доступ до високих технологій сьогодні обмежений лише фінансовими можливостями і не може бути гарантією успіху. Розвиток підприємства значною мірою залежатиме від внутрішньої мотивації, його персоналу від усвідомлення та прийняття важливості завдань з покращення якості.

Висока якість продукції не завжди спричиняє ринковий успіх. Кожен може називати приклади фірм, які, незважаючи на сучасний підхід, на впровадження систем якості і високу якість продукції потрапили в складне становище. Але якщо висока якість не гарантує успіх, то низька – це неминуча поразка на ринку. Сучасний підхід удосконалює якість роботи, систему управління, структури, процеси, формуючи стратегічний потенціал підприємства та посилюючи його. Для вітчизняних виробників сьогодні дуже важливо переглянути своє ставлення до якості, орієнтуючись на сучасний підхід, як на найбільш ефективний та відповідний захід вимогам ринку.

Наданий у доповіді підхід було використано у процесі здійснення

консалтингового проекту на ПАТ «Одескабель» при аналізі діючих міжнародних стандартів якості кабельної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аристотель. Етика. Політика. Риторика. Поетика. Категорії. Література, 1998. 1392 с.
2. Гегель Г.В.Ф. Наука логіки. У 3х т. Т.1. Думка 1970. 501с.
3. Панченко М.О. Управління якістю: теорія та практика: навчальний посібник. Київ: ЦУХ, 2018. 228с.

Євсєєв О.А.¹, Перерва П.Г.²

¹аспірант, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу, НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

МІЖНАРОДНИЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

Міжнародний трансфер технологій - це процес комерціалізації інтелектуального продукту, результатів наукових досліджень і науково-технічних розробок, інтелектуальної власності на світовому ринку, аж до створення нових технологій різного призначення спільно з іноземними компаніями або на їх замовлення .

Поняття «технологія» і «трансфер» визначаються як теоретиками, так і практиками в цій галузі по-різному. При цьому, незважаючи на різницю формулювань, зазвичай передбачається, що «технологія» - це не обов'язково щось матеріалізоване, але «передача» обов'язково є результатом дій людини. По суті, технологія - це інформація, призначена для використання і досягнення мети, або знання про те, як щось зробити. Передача ж - це переміщення технології за допомогою будь-яких інформаційних каналів від одного її індивідуального або колективного носія до іншого. Трансфер технологій передбачає застосування знань, їх цілеспрямоване використання, будучи особливо складним видом комунікації, оскільки часто вимагає скоординованих дій двох або більше індивідів або функціональних клітин, розділених структурними, культурними та організаційними бар'єрами. Трансфер технологій слід розглядати як процес взаємодії та обміну інформацією між людьми протягом тривалого періоду часу. Таким чином, трансфер технологій - це сучасні відносини між наукою і виробництвом, знаннями і досвідом, технологічними процесами і продукцією, в тому числі створення умов, як на законодавчому, так і на організаційному рівнях, для використання наукового і науково-технічного потенціалу науково-дослідних установ економіки. Міжнародний трансфер технологій – це процес комерціалізації інтелектуального продукту, результатів наукових досліджень і науково-технічних розробок, інтелектуальної власності на світовому ринку аж

до створення нових технологій різного призначення спільно з іноземними компаніями або на їх замовлення, участь як у довгострокових (фундаментальних), так і короткострокових (прикладних) науково-технічних проєктах, спрямованих на задоволення потреб сучасних міжнародних Ринок.

В перші десятиріччя ХХІ столітті економічний потенціал всіх країн світу визначався значним зростанням ролі науки і техніки в суспільному виробництві, що стало об'єктивною причиною розвитку такого якісно нового явища в світовій економіці, як міжнародний трансфер технологій. Обсяг експорту технологій у світі в другому десятилітті ХХІ століття знаходився в межах 7% експорту послуг і характеризувався більш високими темпами зростання (10%) порівняно з вартістю експорту послуг у світі (8%) [2, 3]. У сучасних умовах до міжнародного трансферу технологій активно залучаються розвинені і окремі країни, що розвиваються світу, оскільки саме якість використовуваних технологій є одним з основних факторів, що впливають на рівень їх економічного розвитку, і є необхідною умовою процесу економічної транснаціоналізації. На відміну від країн з перехідною економікою, вони займають лідируючі позиції на світовому ринку не тільки за обсягом експортних технологічних надходжень, які складають значну частку в структурі платіжного балансу країн. У зв'язку з цим для країн з перехідною економікою необхідність активного залучення в процес міжнародного трансферу технологій з метою підвищення рівня конкурентоспроможності і ступеня їх присутності на світовому ринку набуває особливої актуальності.

Країни, що володіють значним технологічним потенціалом, використовують різні механізми для просування своїх технологій, в тому числі у вигляді промислової власності, на перспективні зовнішні ринки. Наприклад, Програма зовнішньоекономічного наступу Німеччини започаткувала три нові експортні ініціативи у сферах екологічних, медичних технологій та технологій громадської безпеки. Перед Україною, яка має сприятливі перспективи збільшення експорту технологій, стоїть завдання побудови системи її підтримки в частині надання необхідних аналітичних та консультативних послуг, допомоги в процесі підготовки та подання заявок на правову охорону результатів інтелектуальної діяльності на зовнішніх ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.

4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliyeva T.O., Veres Somosi M. (2019) *Compliance program*. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Завадських Г.М.¹

¹к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ ім. Дмитра Моторного, Україна

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ

Існує чимала кількість наукових підходів, які пояснюють інновації, роблячи акцент на економічних, соціальних та інших наслідках і закономірностях. Характерною особливістю соціальних інновацій є поліпшення якості життя суспільства (вдома, на роботі, в соціальному і природному середовищі), а також інвестиції в людину. Отже, громадський сектор як простір формування неурядових організацій в економічній площині зумовлює феномен соціального підприємництва [1].

Соціальне підприємництво - це відносно нова модель бізнесу, бізнес-інструмент, який відповідає на соціальні виклики за допомогою інноваційних концепцій і рішень, створює додаткову соціальну цінність і, в той же час, приносить дохід для свого подальшого розвитку [3].

В Україні про соціальне підприємництво заговорили ще на початку 2000-х але, на жаль, для більшості українців термін «соціальне підприємництво» є новим і незрозумілим. Помилково, люди часто плутають соціальне підприємництво з соціальною відповідальністю бізнесу. Є суттєва відмінність між цими двома економічними категоріями, оскільки метою діяльності комерційного підприємства є отримання прибутку для розвитку і масштабування бізнесу, а метою соціального підприємства (СП) є отримання прибутку для спрямування його на вирішення соціальних проблем [2].

Отже, соціальне підприємництво поєднує в собі від традиційного розуміння благодійності її соціальну спрямованість на забезпечення соціальних потреб та вимог суспільства, від підприємництва, як виду економічної діяльності, – його принципи та заплановані результати, що дозволяє генерувати новий підхід до вирішення соціальних завдань. У соціального підприємця більш складне завдання, ніж просто запропонувати для обраної сфери діяльності комерційно вигідні рішення.

Рівень «соціальності» підприємства визначається чотирма

ключовими чинниками, об'єднаними можливістю виявити ініціативу, зробити внесок у розвиток суспільного добробуту в цілому, забезпечити власне професійне зростання та вплинути на якість життя соціуму зокрема та передбачає:

моніторинг і ранжування соціальних проблем, які потребують першочергового вирішення;

- на орієнтацію вирішення визначеної соціальної проблеми основі використання найефективніших практик підприємницької діяльності;
- наявність інноваційної складової, тобто продукування товарів або надання послуг, яких переважно до цього часу не існувало на ринку та котрі створюють додаткову цінність;
- розподіл доходів щодо інвестування отриманого чистого доходу в реалізацію соціального завдання, визначеного на початковому етапі створення підприємства [4].

Запровадження інновації може забезпечити виживання на ринку і досягнення соціальної мети, для чого, власне, створюється соціальне підприємство. Цей сектор підприємництва має гарні перспективи розвитку при умові усунення певних перешкод і стримуючих факторів. Формування нормативно-правової бази, що регулює механізм соціального підприємництва в Україні, створення спеціальних програм кредитного та позикового забезпечення для започаткування подальшого розвитку і масштабування соціального підприємства та його популяризація задля зростання обізнаності громадян - основні завдання, виконання яких значно прискорить розвиток соціального підприємництва в Україні.

Стримувальним чинником поширення соціального підприємництва є відсутність спеціалізованих послуг із його розвитку. На різних стадіях життєвого циклу соціальні підприємства потребують тих самих послуг та підтримки, що й традиційні підприємства. Водночас соціальні підприємства мають низку специфічних особливостей, проблем та потреб, які передбачають необхідність використання різноманітних і часто індивідуальних рішень.

Всупереч цим засторогам, дослідники прогнозують зростання кількості соціальних підприємств в Україні, і великі надії покладаються на активних лідерів громад, які сприятимуть популяризації ідеї соціального підприємництва в різних регіонах. Найважливішими факторами, які сприяють розвитку соціального підприємництва в Україні, є фінансування, пільгові кредити та кваліфіковані кадри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Голуб'як Н. Р. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально-політичних проблем. S.P.A.C.E. 2017. № 2. С. 16-20.

2. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185.
3. Ільченко В.М. Соціальне підприємництво як індикатор свідомості суспільства. Економічний простір, 2022.№178. С.46-50
4. Переверзева А., Волков В. Дослідження моделі соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу. Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету, 2020. №1-2 (274-275). С.28-40

Захарченко В.І.¹, Бершадська О.А.²

¹д.е.н., проф. кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ НАДІЙНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ

Міський електричний транспорт є складною організаційно-технологічною системою (ОТС), що складається з сукупності технічних засобів, що взаємопов'язані в єдиному технологічному процесі перевезень пасажирів. До технічних засобів належать: тролейбуси, трамваї, ремонтні ділянки, пристрої електропостачання, лінії електропередач, дороги. При цьому, кожен із перерахованих технічних засобів є елементом складної ОТС, яка виконує певну функцію в технологічному процесі перевезень. Для оцінки надійності роботи цієї ОТС необхідно насамперед визначити показники, що характеризують надійність кожного з елементів, що входять до неї.

Найважливішими поняттями в теорії надійності є надійність та відмова. Характеристикою відмови міського електротранспорту за його наслідками, які дозволяють встановити факт порушення його працездатності, є будь-яке з наступних подій:

- невиконання показників графіку руху трамваїв і тролейбусів;
- необхідність поновлення працездатності без порушення графіку руху;
- необхідність виконання непланового ремонту.

За впливом на експлуатаційні та економічні показники роботи міського електротранспорту відмови технічних засобів поділяються на дві групи. Перша група включає відмови, які призводять до збою графіку та перерву у русі трамваїв і тролейбусів. До економічної групи належать відмови технічних засобів, які не викликають порушення графіку руху трамваїв і тролейбусів, але погіршують показники використання рухомого складу, знижують ефективність використання основних фондів,

продуктивність праці та збільшують собівартість перевезень. В даний час склалася струнка система технічних показників надійності технічних систем, розроблені методи оцінки [3].

Економічні показники надійності у більшості нормативних документів або взагалі не згадуються, або наводяться у вигляді допоміжних параметрів, яким жодної істотної ролі в аналізі надійності ОТС не відводиться.

Прогрес у розробці та впровадженні методів визначення оптимальної надійності ОТС пов'язаний, насамперед, із дослідженнями економічних питань надійності: визначенням збитків від відмов, формуванням комерційних критеріїв прийняття рішень, розробкою методів формалізації взаємозв'язку між витратами на систему та її надійністю та деякими іншими [2]. Важливе значення також мають дослідження системи економічних характеристик надійності та їхньої ролі в техніко-економічних розрахунках ефективності капітальних вкладень та нової техніки.

Сформулюємо першу вимогу до системи економічних показників надійності ОТС: облік довкілля, під яким розуміються споживачі цільового продукту системи, навколишнє природне середовище, в тому числі людина, а деяких випадках і джерела вихідного продукту для самої ОТС.

Друга вимога до системи економічних показників надійності полягає в тому, що до неї повинні входити показники, що характеризують як безпосередньо саму ОТС, так і пов'язані з її надійністю економічні показники довкілля. Обґрунтування цієї вимоги - необхідність урахування поєднаних витрат (економіки навколишнього середовища) при прийнятті рішень щодо надійності ОТС, що є однією з цілей економічної системи. Економічні показники довкілля у цьому випадку розглядаються як відносна характеристика надійності самої ОТС, що оцінює її надійність за кінцевим результатом. Так, надійність транспортної системи міста може вимірюватися втратами часу та транспортною втомою населення.

Третя вимога до системи економічних показників надійності ОТС - облік витрат у галузі, де функціонує ОТС.

В якості останньої вимоги можна назвати доцільність диференціації показників, які стосуються періоду організації та періоду експлуатації ОТС.

Ця вимога мотивується тим, що економічні показники залежно від названих періодів по-різному реалізуються в об'єктах та характеризуються різним економічним змістом. Одночасно слід врахувати наявність комплексних економічних показників надійності ОТС, що охоплюють як стадію організації, і стадію експлуатації системи. Наприклад, в якості такого показнику можна назвати економічні збитки від відмови ОТС [1, с. 196]. Комплексні економічні показники надійності, як правило, містять два або декілька первинних показників, що входять до системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Захарченко В.І., Єрмак С.О., Онешко С.В. Теорія створення і функціонування організаційно-технологічних систем у високотехнологічному виробництві: монографія. Одеса: Фенікс, 2022, 324с.
2. Федуллова Л.І. Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія. Київ: КНТЕУ, 2015. 844 с.
3. Філіпішин І.В. Управління розвитком промислових підприємств: підходи та методологія. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 2015. Вип. 2(12). Т.3. С.39-44.

Захарченко В.І.¹, Єрмак С.О.², Бершадська О.А.³

¹д.е.н., проф. кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

²д. е. н., доцент, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

³здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

ПЕРСПЕКТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СКЛАДІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ

Проблеми створення нових технологій використання накопиченого науково-технологічного, виробничого, інтелектуального та кадрового потенціалу, будучи актуальними завжди, набули особливої значимості в даний час, коли Україна стоїть перед історичним вибором стратегії свого науково-технологічного розвитку [1; 2].

Практично ця стратегія повинна забезпечувати переведення економіки на траєкторію сталого зростання, а для її реалізації необхідно виробити ефективну науково-технологічну політику - основу єдиної державної концепції довгострокового соціально-економічного розвитку.

Ядром нової науково-технологічної політики має стати система заходів, що забезпечують прогресивні структурно-технологічні зрушення в просуванні найпередовішого (у сучасній хронології - п'ятого) технологічного устрою. Витиснення старих укладів новим стимулює економічне зростання, а їх збереження неминуче призводить до уповільнення технологічних зрушень та темпів зростання економіки, зниження конкурентоспроможності товарів на внутрішньому та світовому ринках [3, с.271, 283].

Удосконалення методології та технології перспективного планування та фінансування великих наукомістких виробництв, дослідження проблем концептуального характеру особливо важливі в даний трансформаційний час, коли інтенсивно відбуваються радикальні структурні зміни технологічного потенціалу, з'являються нові форми фінансової та виробничої організації та кооперації, до управління приходять нові кадри ,які не завжди достатньою

мірою володіють сучасними методами управління, планування та прогнозування.

Підвищення рівня значущості інформаційно-аналітичного забезпечення формування та управління реалізацією програм науково-технологічного розвитку вимагає розробки спеціальної інформаційної технології та оснащення її багатофункціональним інструментарієм техніко-економічного обґрунтування та механізмом управління програмними заходами, створення яких можливе лише на базі сучасних обчислювальних платформ.

Способом дослідження, що визначає напрямки розвитку та комплекс найбільш ефективних заходів, служить діалоговий розрахунок і наступний порівняльний багатофакторний аналіз варіантів проєктних рішень. Впливаючи керуючими параметрами на процес вироблення рішення, система управління (СУ) отримує різні варіанти програмно-планових рішень, які відрізняються техніко-економічними показниками, ступенем використання локальних та загальносистемних ресурсів, ступенем виконання замовлень на продукцію (у тому числі наукоємну) тощо.

Кожне з цих проєктних рішень є раціональним, але лише з точки зору певного критерію. Вибір найкращого варіанту програмно-планового рішення, що задовольняє вимогам СУ та цілям планування надається самій СУ, оскільки комплекс методів і моделей може не виробляти порівняльний аналіз варіантів і пошук з них найбільш відповідного на практиці.

Технологія порівнювального багатофакторного аналізу в цьому випадку здійснюється за кілька кроків:

1. Задаючи ресурсні обмеження, критерії та інші параметри керування розрахунків, СУ за допомогою інформаційної технології генерує серію варіантів програмно-планових рішень. Кількість варіантів має бути доступною для огляду, щоб СУ могла їх аналізувати.
2. На підставі наявних досвіду та знань, цілей розрахунків, обліку неформалізованих факторів СУ визначає варіант проєктного рішення, найбільш прийнятний з її погляду. Цей варіант приймається у подальших розрахунках за базовий.
3. Для досягнення цілей планування, покращення проєктних рішень у бажаному напрямку СУ, змінюючи відповідні параметри базового розрахунку, формує завдання на новий розрахунок. Його результати піддаються аналітичному дослідженню, що зіставляє техніко-економічні показники нового розрахунку із базовим. У дослідженні зазначаються: показники базового розрахунку; умови, при яких було проведено новий розрахунок показник, прийнятий як критерій розрахунку; ресурсні показники, прийняті як обмеження розрахунку та їх кількісні значення; техніко-економічні показники, за якими

виробляється порівняльний аналіз, та величини їх змін відносно базового варіанту. В якості проектних показників для порівнювального багатофакторного аналізу можуть бути прийняті: обсяг випуску продукції, обсяг фінансування НДДКР, обсяг інвестицій, трудомісткість робіт та інші критерії.

4. На підставі аналізу СУ вирішує питання про напрямки покращення проектного рішення. Подальші дії СУ можуть бути такими: закінчити розрахунки, задовольнившись останнім (базовим) варіантом рішення; продовжити розрахунки, покращуючи базовий варіант; продовжити розрахунки, взявши за основу новий базовий варіант.
5. СУ отримує новий варіант проектного рішення на основі багатофакторного аналізу, а також своїх знань та досвіду.

Завдання розгляду всієї сукупності альтернатив програмно-планових проектів, оцінки їх реалізованості та ефективності є найбільш важливою і трудомісткою для СУ. Ступінь деталізації проектів збільшується у міру ухвалення рішень на проміжних етапах планування. Тому набір моделей інформаційної технології та методів їх вирішення має забезпечувати

СУ оперативністю проведення розрахунків як на агрегованих, так і деталізованих вихідних даних. При цьому програмне забезпечення моделей має будуватися за принципом їхньої інформаційної незалежності, що є необхідною умовою продуктивності та надійності програмного забезпечення технології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Національна економічна стратегія на період до 2030 року. *Урядовий кур'єр*, 2021. №45. С. 8-36.
2. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2023 року. Розпорядження КМ України від 10.07.2019р. №526-р. *Урядовий кур'єр* 2019. №143. С. 9-10.
3. Захарченко В.І., Єрмак С.О., Онешко С.В. Теорія створення і функціонування організаційно-технологічних систем у високотехнологічному виробництві: монографія. Одеса: Фенікс, 2022. 324с.

Захарченко В.І.¹, Онешко С.В.²

¹д.е.н., професор, професор кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

²к.е.н., доцент, професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ КАПІТАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

У період трансформації національної економіки особливої актуальності набувають питання оцінки ефективності вкладень у інноваційно-інвестиційні проєкти.

В даний час в нашій країні оцінка ефективності інвестиційних рішень (інноваційно-інвестиційних проєктів, бізнес-планів, програм фінансового оздоровлення, заходів щодо кредитування) обмежується в більшості випадків використанням загальноприйнятих у світовій фінансово-кредитній практиці методик та інтегральних показників (чиста приведена вартість, внутрішня норма прибутку, термін окупності та рентабельність інвестицій) [1, с. 291–309]. Такі розрахунки, по суті, мають локальний характер, оскільки їх можливості не дозволяють здійснювати вибір оптимальних варіантів інвестування та не дають однозначних висновків щодо ефективності інвестицій. Крім того, недостатньо враховуються фактори, пов'язані з ризиком та невизначеністю.

Заслуговує на увагу ідея синтезу та поєднання переваг зарубіжних і вітчизняних методів оцінки інвестицій у нововведення, а також апарату моделей розвитку та розміщення інноваційного виробництва. Природно, що в сучасних умовах зміни функцій та можливостей суб'єктів господарювання та управління неможливо обмежуватися стандартними постановками одно- та багатопродуктових виробничо-транспортних задач. Основна суть методологічного підходу подається у задачах вибору раціонального переведення інвестицій при заданих обмеженнях на фінансові, трудові та виробничі ресурси. Набір варіантів інвестування може містити виробничі, банківські та комерційні проєкти.

Як інструмент аналізу та ефективності інноваційно-інвестиційних проєктів традиційним є використання моделі фінансового плану грошових потоків, що послідовно розраховує показники за роками аналізованого періоду. Цей підхід, який отримав вираз, зокрема, в методиці UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), а також у вітчизняних методиках з фінансового оздоровлення підприємств, інвестиційних конкурсів, орієнтований на жорстко детерміновану номенклатуру випуску продукції, ресурсів, що витрачаються, і однозначно цін, що задаються, наявність проробленого техніко-економічного обґрунтування [2; 3]. Пропонується

модифікація моделі, що дозволяє оптимізувати основні параметри інноваційно-інвестиційних проєктів [4].

Як рівноправні критерії відбору проєктів у міжнародній практиці визнано чисту приведену вартість (NPV) та внутрішню норму прибутку (IRR), менш популярними є термін окупності та рентабельність інвестицій.

Параметричні методи математичного програмування дозволяють знаходити компромісні рішення щодо згаданих критеріальних показників. Необхідно, однак, відзначити, що розроблена модель не може використовуватися при «неподільності» виробничих об'єктів та неоднозначності вибору спеціалізації об'єкта. І тут варіанти розвитку та розміщення інноваційних виробництв представляється у вигляді виробничо-технологічних способів, що вимагає постановки виробничо-транспортної цілочисельної моделі.

В даний час здійснюється реалізація оптимізаційної моделі на комп'ютері, що дозволяє надалі суттєво розширити діапазон можливостей при аналізі та оцінці різних інноваційно-інвестиційних проєктів, що входять у портфель інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Захарченко В. І., Меркулов М. М., Балахонова О. В. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті : навчальний посібник. Львів : Магнолія-2006, 2012. 352 с.

Захарченко В. І. Коректність використання міжнародної методики оцінки ефективності інноваційно-інвестиційних проєктів. *Економіка: реалії часу*. 2021. № 2(54). С. 5–14. DOI: 10.15276/ETR.02.2021.1

Захарченко В. І., Гутарева Ю. В. Формування інноваційно-інвестиційної стратегії промислового підприємства на основі його портфеля інновацій. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. № 1(47). С. 9–19. DOI: 10.18524/2413-9998/2021.1(47).22689

Онешко С. В. Розвиток моделі кругообігу інвестицій в інноваційній діяльності промислового підприємства. *Держава та регіони*. 2021. №6 (123). С. 63-67. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-6-10>

Климентова_М.В.¹, Кобелева Т.О.²

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ

Продаж інноваційних товарів має специфічні особливості. Перш за все, виникають об'єктивні труднощі заключити на договірній основі товарні відносини, які виникають між інноваційною організацією, що виробляє

інновації, і їх споживачами, оскільки для цього потрібно чітко відображення таких важливих умов реалізації товару, як ціна, кількість, якість, терміни поставки, витрати обігу і таке ін., а також ряду положень, що стосуються позадоговірних зобов'язань. Крім того, при торгівлі інноваційною продукцією значною мірою зникає така характерна риса товарообігу, як невідомий покупець (споживач), і виникає внаслідок цього неповна ясність про природу попиту на інноваційний товар [1]. Все це дозволяє виділити продаж інноваційних товарів в самостійну сферу, у відносно ізольований ринок. Найголовніша його особливість - ціноутворення.

В даний час проблема дослідження і практичного використання сучасних методів ціноутворення інноваційної промислової продукції в умовах високої складності і динамічності економічних процесів є дуже актуальною. У сучасних умовах більшості організацій використовуються дорогі методи ціноутворення, але вони малоефективні в умовах ринкової економіки, оскільки не пов'язані між собою і не враховують попит на продукцію і не стимулюють підприємства до зниження собівартості продукції. Вимоги до цін на інноваційну продукцію можна сформулювати наступним чином:

- ефект від використання інноваційної продукції виражається в отриманні додаткового прибутку в результаті її використання в процесі виробництва, - період використання інноваційної продукції, який визначає величину ефекту, обумовлений періодом старіння інновації,

- ефект від інноваційної продукції не може бути повністю привласнений продавцем (інноваційною організацією).

В силу істотних індивідуальних особливостей, властивих інноваційної продукції і суспільно необхідним витратам на її виробництво, а також внаслідок різниці економічних умов її використання, можна стверджувати, що ринок інновацій не дає рівноважної ринкової ціни. При цьому ми рекомендуємо використовувати дві ціни на інноваційну продукцію: ціну продавця і ціну покупця. Між ними буде контрактна ціна, яка є ціною ринкової інноваційної угоди. Ціна продавця інноваційної продукції - це ціна права на її виключне використання покупцем. При такому розумінні продавець інноваційної продукції намагається не тільки відшкодувати власні витрати на її створення, а й додатково хоча б мати паритетну частку зі споживачем в прибутку, отриманому при використанні споживачем інновації. Покупець розглядає ціну інноваційної продукції з позицій її корисності (рентабельності). Перш за все, він виходить з того, що як мінімум додаткова реальність, сформована в результаті застосування нововведення, повинна бути зроблена протягом певного проміжку часу.

Інноваційне підприємство прагне досягти поставлених цілей, встановлюючи ціни на інноваційну продукцію, формуючи і дотримуючись обраної цінової політики. У свою чергу, цінова політика є основою для

розробки цінової стратегії. Вона повинна сприяти досягненню одного з наступні цілі: стабілізація цін, прибутковості організації та її ринкової позиції; досягнення і підтримка високих темпів зростання продажів інноваційної продукції; максимізація рентабельності продажів; максимізація прибутковості всіх активів компанії; максимізація рентабельності чистого власного капіталу фірми. В цьому випадку можна вибрати одну з наступних основних маркетингових стратегій: розвиток ринку; проникнення на ринок; сегментація ринку; розробка нового продукту або модифікація існуючого для завоювання нових ринків. Типовими стратегіями ціноутворення є: встановлення цін трохи вище, ніж у конкуруючих компаній; встановлення цін таких же, як у конкуруючих організацій; встановлення цін на більш низькому рівні, ніж у конкурентів.

Правильно вибрана стратегія ціноутворення забезпечить розробникам досягнення базових цілей їх виробничо-комерційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Кобелева А.В.¹

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ВИМОГИ ДО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Передача напрацювань інтелектуально-інноваційного розвитку, як правило, спрямована на втілення прогресивних науково-технічних результатів одного підприємства для використання на іншому підприємстві. Вона

спочатку не має прямого зв'язку з отриманим комерційним ефектом. На старті цієї передачі (трансферу, комерціалізації) формується науково-технічно реалізована ідея, а на фінішній прямій її доводять до виробництва.

Якщо вести мову про комерціалізацію науково-технічних розробок, то можна відзначити її спрямованість на отримання комерційного результату, а також те, що її початком є момент, коли розкриваються перспективи її комерційного використання, а її завершенням є реалізація на ринку (у вигляді продажу самої технології або отриманого завдяки їй товару або послуги) і отримання комерційного ефекту. Розгляд процесу комерціалізації розробок, а також фізичних, біологічних і будь-яких інших процесів, що відбуваються в природі, науці, суспільстві, доцільно на вході і виході, при цьому різні кути розгляду будуть мати різні результати. Якщо говорити про розгляд його на вході, то він починається з таких змінних, як ідея, макет і таке ін. Вхід по суті багатокомпонентний за рахунок включення різної кількості етапів, різних ресурсів, партнерів і таке ін.

При розгляді процесу передачі науково-технічних результатів на виході, то це передбачає комерціалізацію, результати процесу можуть складатися з продажу ліцензії, договору і таке ін.

Комерціалізація науково-технічних розробок істотно орієнтована на різні вимоги нетехнічного характеру: ринок, інвестори, конкретні покупці. Вимоги ринку. Це вимоги до доступності різноманітної маркетингової інформації, яка стосується науково-технічних пріоритетів у своїй країні та за її межами розвитку в таких сферах, як основні галузі, споживання, експорт та імпорт товарів.

Слід також особливу вагу приділити вимогам інвесторів. Це вимоги, пов'язані з інвестиційними пріоритетами, до умов надання інвестицій, висунутих потенційними інвесторами, в тому числі в рамках різних фондів і підготовлених програм. Серед фондів і програм є комерційні, недержавні, державні, міжнародні та іноземні.

На наш погляд, базовими (основними) факторами успішної комерціалізації науково-технічних розробок є вимоги покупця. Покупцям потрібні нові розробки, технології, товари і послуги.

Якщо говорити про інноваційні товари, то продаж більшості з них класифікується як промислова власність, що реалізується в промислових масштабах за традиційними суміжними ліцензійними угодами. Саме це відрізняє їх від інших форм інтелектуальної власності, комерційно реалізованих з використанням авторських договорів.

Наприклад, такий продукт, як ноу-хау, має свою специфіку комерціалізації. Його реалізація відбувається з використанням традиційних і пов'язаних з ними ліцензійних угод. Цей вид інтелектуальної власності (ноу-хау) не має правового захисту і регулювання у різних країнах. Він може бути

захищений тільки монополією на секретність (зберігаючи її в таємниці). Розкриті ноу-хау розглядається як звичайна науково-технічна інформація, доступна всім, хто в ній зацікавлений.

Для успішної комерціалізації інновації (інтелектуальної власності) потрібно виконати наступні дії:

- провести оновлення об'єкта комерціалізації;
- перевірити наявність прав на майно;
- встановити терміни охорони, а також території дії прав на майно;
- проаналізувати документи, які підтверджують права власників;
- професійно оцінити цінності інноваційного об'єкта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.

4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

5. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations*: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

Копиця А.С.¹, Крамської О.Ю.², Перерва П.Г.³

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

³д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Персонал будь-якої організації - це, по суті, її людський ресурс. Він складається з співробітників підприємства: як тих, хто знаходиться в постійному штаті, так і найнятих на тимчасову роботу. Управління персоналом - це комплекс заходів, що вживаються керівництвом організації, які спрямовані на пошук співробітників, їх розвиток, мотивацію і оцінку їх

праці. Це одне з головних умов ефективної роботи компанії.

Сучасний менеджмент визначає персонал як один з ключових ресурсів підприємства. Звідси випливає необхідність стежити за ступенем задоволеності його роботою, а також знаходити можливості ефективного використання наявних людських ресурсів для досягнення основних цілей компанії, включаючи зниження витрат, підвищення прибутковості, розвиток постійної клієнтської бази і таке ін., ієрархічність, а також делегування керівниками частини своїх повноважень підлеглим. Це підвищує відповідальність людей, мотивує їх, зміцнює почуття приналежності до загальних цілей компанії, що, як наслідок, підвищує якість продукції (послуг).

Координація роботи людей в організації здійснюється за допомогою ряду методів управління персоналом. До них пропонуємо віднести:

а) методи адміністративного характеру. В основі таких методів лежить влада начальника, а також встановлені правила і норми праці. Це відображено в різних нормативних і адміністративних документах, правилах внутрішнього розпорядку, робочих інструкціях і методах, наказах керівника і т. д. Накази і розпорядження є інструментом надання юридичної сили управлінським рішенням;

б) методи господарського (економічного) плану. Вони є невід'ємними складовими економічної політики компанії, спрямованої на підвищення ефективності її діяльності. Метою таких методів є використання людських ресурсів найбільш ефективним способом. З цією метою активно використовується мотивація персоналу, перш за все, матеріального характеру. Таким чином, заробітна плата співробітників має величезне значення. Також активно практикуються різні премії, премії, надбавки, пільги. Все це дозволяє мотивувати людей, впливати на них додатковим чином. Економічні методи також включають різні складові соціального пакета, включаючи оплату проїзду, харчування, путівки в санаторії та будинки відпочинку, медичне та інше страхування. Важливою умовою застосування економічних методів є їх окупність. Вкладаючи матеріальні ресурси в співробітників, компанія повинна в кінцевому підсумку отримувати від цього прибуток за рахунок поліпшення якості роботи;

в) методи соціально-психологічної спрямованості. В їх основі лежать закони соціології та психології. Об'єктом впливу виступає або окремих співробітників, або колектив, або весь штат організації. Для впливу на особистість, як правило, використовуються психологічні методи, для всього колективу - соціологічні. Психологічні прийоми покликані знизити рівень конфліктності і поліпшити емоційну атмосферу серед співробітників. Такі методи дозволяють впливати на просування по кар'єрних сходах людини з урахуванням особливостей його психології. Вони формують нормальні умови

мікроклімату в колективі, сприяють формуванню організаційної культури, в центрі якої знаходиться фігура ідеального співробітника.

г) завданнями соціологічних методів є встановлення місця і функції працівника, виявлення лідерів в колективному середовищі, встановлення зв'язку між мотивацією і результатами роботи, сприяння міжособистісному спілкуванню і усунення конфліктних ситуацій. За допомогою таких методів збирається інформація для аналізу роботи людей і прийняття кадрових рішень. Соціологічні методи управління персоналом включають в себе анкетування, інтерв'ю, спостереження та ін.

Практична реалізація управління персоналом полягає в наймі людей, аналізі та оцінці персоналу, формуванні системи оплати праці, просуванні співробітників по кар'єрних сходах, навчанні та перепідготовці співробітників, встановленні дисципліни, створенні умов для безпечної праці, мотивації і покарання людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Крайнік О.М.¹, Плинокос Д.Д.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНИХ ПРОЕКТАХ І ПРОГРАМАХ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ

Сучасна організація роботи в університеті потребує забезпечення постійного високого рівня якості та сталості розвитку. Освіта та вища освіта завжди розглядалася як складова сталого розвитку та основна передумова

інтеграції наукових, соціальних та економічних факторів розвитку сучасного суспільства інтеграції у Європейський Союз [1].

На кафедрі Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Національного університету «Запорізька Політехніка» прийнята стратегія розвитку міжнародної діяльності. Завдяки стратегічно спланованій діяльності за останні роки отримано позитивні результати діяльності, які дають змогу забезпечити подальший сталий розвиток всього університету[2].

З 2020 р. реалізується проєкт “Підприємницький університет”, у межах якого для здобувачів вищої освіти викладають курс “Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами”. Цей проєкт здійснюється спільно з Міністерством освіти і науки, Міністерством цифрової трансформації, Українським фондом стартапів, Стартап-інкубатором УЕР.

Ця дисципліна впроваджується в університетах за спільної підтримки компанії УЕР, Міністерства освіти і науки України та Міністерства цифрової трансформації за агенції USAID. Викладачі програми проходять додаткове міжнародне навчання та стажування [3]. Зазначена діяльність дала подальший розвиток у вигляді участі та перемоги співробітників кафедри в конкурсі викладачів університетів, який проходив в 2022 році в Україні і як результат покращення зв’язків з Університетом Тарту (Естонія) в сфері європейсько - українського стартап руху.

Крім того позитивний досвід співробітництва викладачів кафедри дозволив поширити досвід викладання економічної дисципліни не тільки на освітніх програмах «Економіка бізнесу», «Економіка підприємства», «Менеджмент в будівництві», «Управління проєктами», але й на деяких освітніх програмах підготовки інженерів. Таке співробітництво дозволило Національному університету «Запорізька Політехніка» приєднатися до пілотного проєкту за підтримки USAID – Технологічне лідерство в хардверних стартапах, основною метою якого стане підготовка технічних проєктів для відбудови України.

Позитивний досвід роботи з програмою USAID також привів в 2022 р. до спільної реалізації з міжнародними інституціями програми підвищення кваліфікації за сертифікованою програмою підвищення кваліфікації «Управління в органах місцевого самоврядування для лідерів громад та депутатів місцевих рад». Зазначена міжнародна активність була реалізована у рамках Програми Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE), яка виконується Глобал Ком'юнітіз, та у співпраці із Малопольською школою державного управління при Краківському університеті економіки (MSAP/UEK, Польща), партнером Програми USAID DOBRE.

В рамках міжнародної програми пройшла сертифікацію програма підвищення кваліфікації для депутатів місцевих рад та голів територіальних

громад. Це також надало змогу університету розширити спектр освітніх послуг в університеті.

Викладачі кафедри приймають участь в проєкті Erasmus+ «Міждоменні компетенції для забезпечення здорової та безпечної роботи у 21 столітті» (WORK4CE) (2020-2023 pp.) 619034-EPP-1-2020-1-UA-EPPKA2-SBHE-JP “Cross-domain competences for healthy and safe work in the 21st century” [WORK4CE], разом з університетами України, Азербайджану, Німеччини, Бельгії, Іспанії. Мета проєкту розроблення нової форми співпраці між університетами та підприємствами в епоху цифрових технологій для покращення працевлаштування випускників; надання новітніх компетенцій, що пов’язані з компетенціями, необхідними для працевлаштування, для формування робочого простору майбутнього.

В 2022/23 році на кафедрі впроваджується дисципліна розроблена в рамках міжнародного проєкту Erasmus+ «Міждоменні компетенції для забезпечення здорової та безпечної роботи у 21 столітті» (WORK4CE) – «Мислення життєвого циклу та менеджмент стійкого розвитку» для студентів магістрів. Модуль розроблений інтернаціональною командою науковців кафедри і викладачів з України, Іспанії, Азербайджану[4].

Таким чином, ми можемо зазначити, що реалізація довгострокової стратегії, а також постійна цілеспрямована міжнародна діяльність зможе забезпечити подальший розвиток як кафедри, так і університету в цілому. Надасть змогу забезпечити основні принципи сталого розвитку в сфері освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Іванова Т.В. Вища освіта в контексті європейського сталого розвитку // <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/view/12485>
DOI: <https://doi.org/10.18372/2411-264X.10.12485>

Міжнародна діяльність кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності <https://zp.edu.ua/mizhnarodna-diyalnist-kafedry-pidpryemnyctva-torgivli-ta-birzhovoyi-diyalnosti>

Підприємницький університет // <https://www.yepworld.org/university>

1. WORK4CE: Cross-domain competences for healthy and safe work in the 21st century // <https://work4ce.eu>

Красножон С. В.¹, Валько Я. І.

¹к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

СТАРТАП ЕКОСИСТЕМА В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Інноваційне підприємництво та стартапи стали важливим чинником економічного зростання та розвитку у багатьох країнах світу. Україна не є винятком, тому все частіше спостерігається зростання кількості молодих підприємців, які запускають інноваційні проекти та стартапи навіть в умовах війни. Щоб підтримати цей рух та допомогти бізнесу успішно розвиватися, необхідно сформувати відповідну екосистему, що забезпечує доступ до капіталу, технічної інфраструктури, ринків та інших ресурсів.

Тема розвитку стартап-екосистеми в Україні стає дедалі актуальнішою, адже саме створення сприятливих умов для розвитку інноваційного підприємництва може стати ключовим фактором, що допоможе зміцненню економіки країни та збільшить її конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Українські стартапи та ІТ-сектор продовжують показувати стійкість у період війни, яка триває вже більше року. Деякі українські підприємства переїхали, але переважна більшість залишають принаймні частину своїх операцій або команди в Україні. Навіть при несприятливих умовах, викликаних повномасштабним вторгненням Росії та війною, український ІТ-сектор зазнав зростання у лютому 2022 року. Експорт за цей місяць склав 839 мільйонів доларів США, що на 31% вище, ніж у січні 2022 року, на 45% більше, ніж середньомісячне значення за 2021 рік і на 75% вище порівняно з лютим 2021 року [2].

Прогноз розвитку стартапів в Україні є позитивним. Сектори адаптують свої процеси та повертаються до операційної діяльності, продовжуючи забезпечувати економічну безпеку країни через стабілізацію надходжень експортної виручки.

Україна вже має деякі досягнення в інноваційному підприємстві. Наприклад, згідно з Global Innovation Index 2021, Україна посідає 48 місце в світі з 131 країни [1]. Це свідчить про те, що українські стартапи мають потенціал для розвитку, але потребують деяких зусиль та підтримки для досягнення своїх цілей.

Один із великих викликів для стартап екосистеми в Україні - це фінансування. Більшість інвесторів зазвичай шукають стабільність та високу дохідність, що часто не характерно для стартапів у ранніх стадіях розвитку.

Тому, потрібно шукати нові форми фінансування, такі як краудфандинг, більш активно використовувати державні програми, а також залучати іноземних інвесторів.

Це одним викликом є недостатній рівень освіти в області інноваційного підприємництва. Необхідно зробити більший акцент на підготовці студентів та молодих фахівців у цій області, залучати практиків та інвесторів для проведення лекцій та майстер-класів.

Для підтримки стартап екосистеми в Україні необхідно сприяти створенню умов для розвитку інноваційного середовища. До таких умов можна віднести:

- створення інкубаторів та акселераторів для підтримки стартапів на ранніх стадіях розвитку, де можна отримати поради та консультації від професіоналів та експертів, а також знайти співзасновників та інвесторів;
- розвиток інфраструктури, такої як коворкінги, спільні офіси та лабораторії;
- залучення більш активної участі бізнесу у підтримці через програми корпоративного інноваційного розвитку, а також запровадження інструментів інноваційної закупівлі;
- підвищення рівня довіри до стартапів у суспільстві та в бізнес-середовищі, щоб збільшити їх підтримку та інвестування.

Крім того, важливим фактором у розвитку стартап екосистеми є підтримка держави. Уряд може забезпечити пільгові умови для розвитку стартапів, наприклад, шляхом зменшення податкового тягаря, запровадження державних програм та пільг, а також створення сприятливого законодавства для розвитку інноваційного підприємництва.

Загалом, стартап екосистема в Україні має потенціал для значного розвитку. Однак, для досягнення успіху необхідно вирішувати виклики, що виникають на шляху розвитку стартапів. Тільки через співпрацю бізнесу, держави та нових проектів можна забезпечити підтримку та зростання українського інноваційного підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Innovation Index (GII) [Електронний ресурс] // WIPO. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/.
2. Як працюють українські стартапи під час війни: результати дослідження екосистеми [Електронний ресурс] // Fintech Insider. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://fintechinsider.com.ua/yak-praczuuyut-ukrayinski-startapy-pid-chas-vijny-rezultaty-doslidzhennya-ekosystemy/>.

Красножон С. В.¹, Латушко О. Д.²

¹к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

СТАН СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Останніми роками Україна стрімко перетворюється на центр для стартапів із процвітаючою екосистемою, яка пропонує підприємцям широкий спектр ресурсів та підтримки.

Однією з ключових переваг стартап-екосистеми в Україні є велика кількість талантів, особливо в технологічному секторі. Україна має сильні традиції в галузі науки та технологій, добре освічену робочу силу та великий пул кваліфікованих ІТ-фахівців. Це сприяло зростанню кількості стартапів у таких галузях, як розробка програмного забезпечення, штучний інтелект та кібербезпека.

Також, зростає кількість організацій та ініціатив, спрямованих на підтримку стартапів в Україні, які допомагають їм досягти успіху. Наприклад, Український фонд стартапів був запущений у 2018 році з метою надання фінансування стартапам на ранніх стадіях [1]. Існує також низка акселераторів та інкубаторів, таких як 1991 Incubator та GrowthUP, які надають менторську підтримку, можливості для нетворкінгу та інші послуги, що допомагають стартапам зростати та масштабуватися [1].

Іншим важливим фактором, що стимулює зростання стартап-екосистеми в Україні, є доступність фінансування. Хоча доступ до венчурного фінансування залишається обмеженим порівняно з більш розвиненими стартап-центрами, такими як Кремнієва долина, за останні роки спостерігається значне збільшення обсягу фінансування, доступного українським стартапам. Згідно зі звітом StartupBlink, у 2019 році українські стартапи залучили понад \$300 млн фінансування, що на 33% більше, ніж у попередньому році [1].

Крім того, український уряд докладає зусиль для створення більш сприятливого середовища для підприємництва. У 2019 році було прийнято новий закон, який передбачає податкові пільги для інвесторів у стартапи, що допомогло залучити більше інвестицій в екосистему. Також тривають зусилля, спрямовані на покращення регуляторного середовища для стартапів та просування підприємницької освіти в школах та університетах.

Однією з найбільш перспективних тенденцій в українській стартап-екосистемі є зростаюча увага до соціального впливу та сталого розвитку. Багато стартапів в Україні працюють над рішеннями для вирішення нагальних соціальних та екологічних проблем, таких як відновлювана

енергетика, скорочення відходів та доступ до охорони здоров'я. Це відповідає більш широким світовим тенденціям до імпаکت-інвестування та соціально відповідального ведення бізнесу і позиціонує Україну як лідера в цій новій сфері.

Незважаючи на ці сильні сторони, в українській стартап-екосистемі також існують певні виклики та сфери, які потребують вдосконалення. За рейтингом Global Startup Ecosystem 2022, Україна опустилася на 16 позицій у порівнянні з 2021 роком через наслідки повномасштабної війни [2]. Українські стартапери стикнулися з рядом проблем, зокрема з релокацією команд, скороченням внутрішніх коштів, спадом фінансових ринків, роботою з бомбосховищ та коридорів, невизначеністю закордонних замовників у майбутній співпраці, а також переходом деяких членів команди в ЗСУ. Однак, відповідно до даних звіту UVCA, ринок почав оживати. У 2022 році було укладено 11 венчурних угод на суму \$11,5 млн, проведено три операції на ринку приватного капіталу на суму \$4 млн і здійснено вісім екзитів на суму \$135 млн [2].

Окрім того, екосистемі бракує різноманітності, оскільки багато стартапів та інвесторів зосереджені в Києві та інших великих містах. Це може ускладнити доступ до фінансування та інших послуг підтримки для стартапів за межами цих регіонів. Існує також потреба у більшій співпраці та координації між ключовими гравцями екосистеми, включаючи стартапи, інвесторів, організації, що надають підтримку, та державні установи.

В цілому, однак, стартап-екосистема в Україні швидко розвивається і демонструє великий потенціал для зростання та інновацій у найближчі роки. Маючи потужну базу талантів, фінансування та послуг підтримки, а також зростаючу увагу до соціального впливу та сталого розвитку, Україна має всі шанси стати одним з головних гравців на світовій стартап-сцені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стартапи в Україні: бар'єри та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://senior.ua/articles/startapi-v-ukran-barri-ta-perspektivi-rozvitku>.
2. Масенко В. Як війна вплинула на українські стартапи [Електронний ресурс] / Вероніка Масенко. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/334377-yak-viyna-vplinu-na-ukrayinski-startapi>.

Красножон С. В.¹, Марчук Д. О.²

¹к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Стартап є першим необхідним етапом життєвого циклу інновацій. Активно працююча система підтримки стартапів є основою активізації інновацій діяльності, зростання обсягів інноваційних продуктів, експорту високотехнологічних товарів [1]

Проблема полягає в тому, що стартап є не великою організацією, бізнес одиницею у мініатюрі. Сформовані організації реалізують бізнес моделі, в яких споживачі, їх проблеми та бажані характеристики продукту відомі заздалегідь. Умови функціонування стартапу діаметрально протилежні – він працює в режимі пошуку, намагаючись знайти відтворену, прибуткову бізнес-модель. Для цього потрібні спеціальні правила, стратегії, інструменти, вміння і навички, які дозволять мінімізувати ризик і підвищать ймовірність успіху [2].

Україна розвиває свою стартап-екосистему вже декілька років, і хоча вона все ще молода, вона досить активно зростає і розвивається. Основними містами, де розвивається стартап-екосистема, є Київ, Львів, Харків та Одеса. У кожному з цих міст є відповідні інкубатори, акселератори та інші організації, які сприяють розвитку стартапів.

Стан стартап екосистеми в Україні характеризується багатьма викликами та проблемами. Однією з актуальних проблем є відсутність ефективної взаємодії між стартапами, інвесторами та державою.

Ця проблема зумовлена тим, що в Україні тільки почали вибудовувати стратегії розвитку стартап екосистеми.

Недостатня підтримка та фінансування інноваційних проектів є ще однією великою проблемою для стартап екосистеми в Україні. Відсутність доступу до фінансових ресурсів та незначна підтримка інноваційних проектів з боку держави у зв'язку з повномасштабним вторгненням ускладнює розвиток стартапів в Україні під час війни.

Ще однією проблемою для стартап екосистеми в Україні є брак професійних кадрів. Серед випускників та працівників досі існує страх ризикованості в даній діяльності. Це пояснюється низькою обізнаністю людей в сфері інноваційного підприємництва. А також відсутність професійних кадрів пов'язана з виїздом багатьох українських студентів на навчання за

кордон у зв'язку з війною в Україні.

Загалом, розвиток стартап екосистеми в Україні потребує багато зусиль та співпраці між усіма стейкхолдерами.

На сьогодні, в Україні, як і у всьому світі актуальна тенденція на еко-френдлі рух, саме тому екопроекти користуються великим попитом серед інвесторів і легше оминають проблеми, пов'язані з пошуком фінансування і кризою. Люди зацікавлені у збереженні планети і всім, що може в цьому допомогти.

Наразі українські еко-стартапи уже підкорюють світ ,незважаючи на складну ситуацію в країні та війну. Розробники стартапів беруть участь в програмах на міжнародне фінансування, залучають інвесторів із закордону, презентують потужні ідеї та способи впровадження їх в життя.

Яскравим прикладом є проект «Recycle map». Вторинна переробка відходів наразі є нагальною проблемою у цивілізованому світі. Щороку кожна людина викидає близько 300 кг сміття. В деяких регіонах України ситуація, пов'язана з накопиченням відходів, набуває масштабів майже техногенної катастрофи: стихійні звалища, неправильна утилізація та переробка – все це вкрай негативно позначається на екологічній ситуації.

Даний проект забезпечує зручний пошук пунктів утилізації різних видів відходів. За допомогою інтерактивної мапи люди швидко можуть знайти, куди нести сміття на повторну переробку.

Ще одним прикладом є проект «EFFA: зубна щітка з паперу». Даний стартап розробив екологічну щітку з переробленого паперу. Цей винахід визнали одним із 5 найкращих стартапів світу.

Навіть у воєнний час держава намагається підтримувати нові ідеї і давати можливості для реалізації.

Однією з основних функцій держави є створення програм та ініціатив підтримки стартапів. Ці програми можуть включати підтримку у формі фінансової допомоги, навчання та консультування. Для того, щоб такі програми були ефективними, вони повинні бути націлені на розвиток конкретних галузей та враховувати потреби місцевої екосистеми.

Станом на 21 травня 2022 року в Україні з'явилась можливість отримати фінансування стартапу та допомогу в просуванні за рахунок програми Empowering Future Entrepreneurial Ukraine спільного проєкту Ukrainian Future.

В Україні наразі є Український фонд стартапів, який сприяє створенню та розвитку технологічних стартапів на ранніх стадіях (pre-seed та seed), з метою підвищення їх глобальної конкурентоспроможності. Процес відбору стартапів для надання грантів відбувається на конкурсній основі: компанії оцінюються та обираються радою незалежних інвестиційних експертів.

У цілому, створення ефективної системи підтримки та фінансування

стартапів потребує комплексного підходу та спільних зусиль держави, бізнесу, інвесторів та академічної спільноти. Тільки за таких умов можна створити належні умови для успішного розвитку стартап екосистеми в Україні та стимулювати створення нових інноваційних проектів та компаній.

Узагальнюючи викладене, можна сказати, що стартап екосистема в Україні має значний потенціал для розвитку та становлення як ключового гравця в глобальному інноваційному просторі. Для того, щоб це стало можливим, необхідно залучити більшу кількість інвесторів, які були б готові вкладати кошти в перспективні інноваційні проекти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Панков А.В. Особливості ведення інноваційної діяльності в умовах впровадження парадигми відкритих інновацій. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 9 (147). С. 113—118. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2013_9_1_8
2. Blank S. The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company / S. Blank, B. Dorf.. (ISBN-13: 9780989200547)-Режим доступу:https://smeportal.unescwa.org/sites/default/files/2019-12/The_Startup_Owner%20s_Manual-A%20step%20by%20step%20guide%20for%20building%20a%20great%20company.pdf

Кригульська Т.Б.¹

¹канд. іст. наук, доцент кафедри економічної теорії та підприємництва НУ«Запорізька політехніка», Україна

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ: ПОГЛЯДИ ВЧЕНИХ

Не можна не погодитися з тезою про те, що економічний розвиток та економічне зростання будь-якої країни у перспективі формується під впливом її здатності та відповідності адаптуватися до нових технічних і технологічних досягнень та підтримувати розвиток інновацій [1, с. 110]. Провідні тенденції розвитку економіки підтверджують, що для створення конкурентоспроможного продукту підприємницька структура потребує передових науково-технічних розробок, сучасної техніки та технологій, ефективного управління. Тому без інновацій рух економіки на шляху поступу неможливий.

Сучасні техніко-технологічні та структурні зрушення в економіці пов'язуються з поняттям інноваційної діяльності та інноваційного процесу, що полягає у використанні новацій та нововведень, охоплюючи стадії господарської діяльності від зародження продуктивної ідеї до її комерціалізації на ринку.

Уперше теорію інновацій та інноваційного підприємництва обґрунтував австрійський науковець Йозеф фон Шумпетер, створивши підґрунтя для формування інноватики – спеціальної галузі знань, що досліджує нововведення та інновації. Він розглядає інновацію як економічний засіб, застосований «підприємцем-героем» для максимізації прибутку [2, с. 84]. Підприємця він характеризував як особу-новатора, яка своїми діями змінює навколишній світ, займаючись підприємництвом на інноваційній основі.

Відповідно, інноваційною вважають таку підприємницьку діяльність, яка визначається спрямованістю на розробку і впровадження нових продуктів, технологій, супроводжується суттєвими змінами у застосуванні принципово нових методів організації виробництва, генеруванням нових підходів до управління.

Серед українських дослідників проблеми до розробки проблеми інноваційного підприємництва зверталися В.Гесць, В.Сизоненко, В.Зянько, В.Базилевич, З.Варналій, Л.Овчаренко, М.Крупка, Б.Сенів, М.Бажал, К.Крикуненко, В.Нежиборець та багато інших. Інноваційне підприємництво в їхніх роботах розглядається як економічний процес, що призводить до створення нових за своїми властивостями товарів та технологій з метою практичного використання нововведень, дозволяє створити новий ринок та задовольнити нові потреби суспільства.

Зазначаючи, що "інноваційне підприємництво – це економічна діяльність зі створення та управління інноваційним підприємством з метою розробки, впровадження та комерційного використання різного роду інновацій», наприклад, В. Зянько наголошує на такій рисі в інноваційному підприємстві як його регулярність. Дослідник підкреслює, що це - особливий процес господарювання, який орієнтований на інновації, постійний пошук нових можливостей, впровадження нових процесів чи покращення існуючих [3, с. 17].

Інноваційне підприємництво у вітчизняних наукових дослідженнях розглядають як інструмент модернізації суспільства, як нову систему стратегічного розвитку на мікро та макроекономічному рівнях господарювання. Складниками цієї системи, на думку авторів вітчизняного наукового доробку, є такі економічні елементи як інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційна політика та інноваційний потенціал.

Єдиної думки серед фахівців щодо визначення цих складових елементів не існує. Незважаючи на схожість, ці термінологічні визначення досить різноманітні і потребують узгодженості в обґрунтуванні.

Отже, ефективне інноваційне підприємництво є найважливішим засобом здійснення структурних змін в економіці з метою забезпечення поступального розвитку, подолання криз різного походження та їхніх

наслідків, зростання технічного та технологічного рівня суспільного виробництва, а також підвищення кількісних та якісних показників діяльності суб'єктів господарювання. Зважаючи на актуальність дослідження інноваційного підприємництва в умовах формування економіки знань та посилення глобалізаційних процесів у світі, глибоке всебічне вивчення цього економічного феномену має стати безперечним пріоритетом у царині економічної науки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавриш О.М., Пильнова В.П., Пісковець О.В. Інноваційне підприємство: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109-113.
2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры. Пер. с англ. Л. И. Кравченко. М.: Прогрес, 1982. 455 с.
3. Зянько В.В. Інноваційне підприємство: сутність, механізм та форми розвитку. Монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2008. 397 с.

Крупа А.А.¹

¹аспірант, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ЧАТ-БОТИ ЯК ЧИННИКИ УПРАВЛІННЯ ІТ-ПОСЛУГАМИ, ПЕРЕХОДУ ДО САМООБСЛУГОВУВАННЯ ТА АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ

Чат-боти - це комп'ютерні програми, які імітують і обробляють людські розмови (письмові чи усні), що дозволяє людям взаємодіяти з цифровими сервісами так, ніби вони спілкуються з реальною людиною. Чат-боти працюють на основі штучного інтелекту, автоматизованих правил, обробки природної мови (NLP) і машинного навчання (ML) для обробки даних для відповіді на різні типи запитів. Існує два основних типи чат-ботів.

1. Орієнтовані на роботу (декларативні) чат-боти - це одноцільові програми, які зосереджені на виконанні однієї функції. Вони генерують автоматичні розмовні відповіді, використовуючи правила, NLP і трохи ML, щоб відповідати на запити користувачів. Взаємодія з цими чат-ботами є дуже специфічною та структурованою, і найкраще підходить для підтримки та обслуговування за допомогою надійних інтерактивних поширених запитань.

2. Чат-боти, орієнтовані на завдання, можуть вирішувати загальні поширені проблеми, такі як запит робочого часу або прості транзакції, які не включають змінні. Хоча чат-боти дійсно використовують NLP, щоб надати кінцевим користувачам досвід розмови, який надають чат-боти, їх функціональність досить проста. Це, безумовно, найпоширеніші чат-боти.

Керовані даними та прогноуючі (розмовні) чат-боти, які часто називають віртуальними помічниками або цифровими помічниками, є набагато складнішими, інтерактивнішими та персональнішими, ніж орієнтовані на роботу роботи. Ці чат-боти реагують на різні середовища та навчаються по ходу роботи, використовуючи розуміння природної мови (NLU), NLP і ML. Вони застосовують інтелектуальні дані та аналітику для персоналізації на основі профілю користувача та минулої поведінки користувача.

Чат-боти виникли на основі бачення Алана Тюрінга про розумні машини в 1950-х роках. Відтоді штучний інтелект, який лежить в основі чат-ботів, пройшов довгий шлях розвитку, включаючи суперрозумні суперкомп'ютери, такі як IBM Watson. Перші дні чат-ботів були телефонними довідниками, часто громіздкими та неприємними способами скерування вхідних клієнтів, що дозволяло клієнтам вибирати один варіант за іншим для автоматизованої моделі обслуговування клієнтів. Термін «ChatBot» вперше був згаданий у 1994 році Майклом Лореном Молдіном (Michael Loren Mauldin, який розробив перший Verbot «Julia») у ток-шоу. Цифрові помічники можуть дізнатися про вподобання користувача в будь-який час, щоб надати пропозиції та навіть передбачити потреби. Окрім моніторингу даних і намірів, вони можуть ініціювати розмови. Наприклад, Siri від Apple і Alexa від Amazon – орієнтовані на споживача прогнозні чат-боти, що керуються даними.

Просунуті цифрові помічники також можуть підключати кілька одноцільових чат-ботів, отримувати різну інформацію від кожного чат-бота, а потім комбінувати цю інформацію для виконання завдань, зберігаючи контекст, щоб чат-боти не заплуталися. Чат-боти можуть підвищити операційну ефективність і заощадити кошти для компаній, одночасно надаючи зручність і додаткові послуги внутрішнім співробітникам і зовнішнім клієнтам. Вони дозволяють компаніям легко вирішувати численні запити клієнтів і типи проблем, одночасно зменшуючи потребу в людській взаємодії. За допомогою чат-ботів компанії можуть одночасно розширювати, персоналізувати та залишатися проактивними, що є важливою відмінністю [1].

Чат-боти дозволяють компаніям взаємодіяти з необмеженою кількістю людей на особистій основі та можуть бути зменшені або збільшені відповідно до попиту та бізнес-потреб. За допомогою чат-ботів підприємства можуть надавати гуманні, персоналізовані, проактивні послуги мільйонам людей одночасно. Дослідження споживачів показують, що додатки для обміну повідомленнями стають кращим способом зв'язку з компаніями для певних типів транзакцій. Чат-боти надаються через платформи обміну миттєвими повідомленнями, які можуть досягти певного рівня обслуговування та зручності. У багатьох випадках ці послуги та зручності

перевищують те, що можуть надати люди.

Цифровізація починає перетворювати суспільство на світ, який орієнтований на дії. Чат-боти все більше відіграють важливу роль у трансформації чат-ботів, що керується діями, оскільки популярність додатків для обміну повідомленнями зростає. Розумні чат-боти, які часто є інтерфейсом мобільних додатків, змінюють спосіб взаємодії компаній із клієнтами. Чат-боти дозволяють компаніям спілкуватися особисто без необхідності наймати додаткових представників. Наприклад, багато запитань від клієнтів дуже поширені, на них легко відповісти. Чат-боти пропонують персональні альтернативи письмовим поширеним запитанням або посібникам і можуть навіть сортувати проблеми, зокрема передавати запитання клієнтів живим людям, якщо вони стають надто складними для вирішення для чат-бота.

З розвитком технологій і вдосконаленням штучного інтелекту, машинного навчання та НЛП ця модель перетворилася на спливаючі живі чати на екрані. Завдяки сучасним цифровим помічникам компанії можуть розширити AI, щоб надати компаніям більш зручні та ефективні способи взаємодії з клієнтами безпосередньо з їхніх цифрових пристроїв. Чат-боти часто використовуються для покращення досвіду управління IT-послугами та переходу до самообслуговування та автоматизованих процесів для внутрішнього персоналу.

За допомогою інтелектуальних чат-ботів такі типові завдання, як оновлення паролів, стан системи, сповіщення про збої та керування знаннями, можна легко автоматизувати та зробити доступними цілодобово та без вихідних, розширюючи доступ до широко використовуваних голосових і текстових розмовних інтерфейсів. На підприємстві чат-боти найчастіше використовуються в кол-центрах для керування вхідними дзвінками та спрямування клієнтів до потрібних ресурсів.

Чат-боти також часто використовуються для внутрішніх операцій, таких як реєстрація нових співробітників і всі розпорядки співробітників, включаючи домовленості про відпустку, навчання, замовлення комп'ютерів і канцелярського приладдя, а також інші дії самообслуговування, які не потребують втручання людини. З боку споживачів чат-боти виконують різноманітні завдання з обслуговування клієнтів, від замовлення квитків на заходи до бронювання та реєстрації в ресторанах до порівняння продуктів і послуг. Чат-боти також виконують звичайні дії з клієнтами в банківській сфері, роздрібній торгівлі та харчовій промисловості.

1) ШІ та профіль, який керує чат-ботом, визначають його сильні сторони та обмеження. ШІ може легко автоматизувати процеси, які часто повторюються. Чат-боти часто добре працюють, якщо до них додається штучний інтелект для таких типів робіт. Однак, якщо вимоги до чат-бота

перевищують його можливості або ускладнюють його завдання, чат-бот може вийти з ладу, що може негативно вплинути на бізнес і клієнтів. Існують запитання та занепокоєння, на які чат-боти можуть не відповісти або вирішити, наприклад, складні та багато змінних запитань щодо послуг. Розробники можуть обійти ці обмеження, включивши плани на випадок непередбачених ситуацій у чат-боти, перенаправляючи користувачів на інші ресурси або пропонуючи клієнтам поставити додаткові запитання. У міру розвитку технології штучного інтелекту та її впровадження чат-боти та цифрові помічники будуть більш легко інтегруватися в повсякденний досвід [2].

2) Усі чат-боти використовують дані, доступ до яких можна отримати з різних джерел. Поки це високоякісні дані, а чат-бот розроблено правильно, дані будуть рушійною силою чат-бота. Однак якщо якість матеріалу низька, це обмежить функціональність чат-бота. І навіть якщо якість даних хороша, якщо навчання машинного навчання чат-бота не встановлює правильну модель або відбувається без нагляду, неминуче відбудеться несподівана погана продуктивність. Іншими словами, ваш чат-бот залежить від вашого вбудованого ШІ та даних. Хоча «чат-бот» і «робот» іноді використовуються як синоніми, бот - це просто автоматизована програма, яку можна використовувати в законних або зловмисних цілях. Негативні конотації слова бот пов'язані з послужним списком хакерів, які використовували автоматизовані програми для проникнення, узурпації та загалом руйнування цифрової екосистеми. Загалом чат-боти не використовувалися для хакерських цілей.

Чат-боти – це інструменти для спілкування, які ефективно виконують рутинні завдання. Люди люблять чат-ботів, тому що вони допомагають їм швидко виконувати завдання, щоб вони могли зосередитися на стратегічній діяльності вищого рівня. Така діяльність вимагає людських можливостей, які машини не можуть відтворити. Існує багато інструментів, які дозволяють будь-кому створити чат-бота. Деякі інструменти орієнтовані на бізнес, тоді як інші орієнтовані на споживача. Створення чат-бота подібне до створення мобільного додатку, його потрібно доставляти через платформу або службу обміну повідомленнями. Крім того, маючи всі ці інструменти під рукою, вам не обов'язково бути експертом чи навіть розробником, щоб успішно створити чат-бота. Менеджер із продуктів або бізнес-користувач повинен мати можливість використовувати ці інструменти для створення чат-бота всього за годину. Чат-боти, як і інші інструменти штучного інтелекту, використовуватимуться для подальшого розширення людських можливостей і дозволять людям бути більш креативними та інноваційними, витрачаючи більше часу на стратегічні, а не на тактичні дії.

У найближчому майбутньому, коли штучний інтелект буде

розроблений у поєднанні з технологією 5G, компанії, співробітники та споживачі зможуть насолоджуватися розширеними можливостями чат-ботів, такими як швидші пропозиції та прогнози, легкий доступ до високоякісних відеоконференцій під час розмов. Ці та інші можливості все ще знаходяться на стадії дослідження та швидко розвиваються разом із прогресом у підключенні до Інтернету, штучному інтелекті. Нарешті кожен може носити з собою повнофункціонального персонального помічника, що робить світ ефективнішим і пов'язаним у нашому житті та роботі. Деякі чат-боти оснащені системами обробки природної мови, але більшість простих систем лише витягують введені ключові слова, а потім знаходять із корпусу найбільш підходящі відповіді.

Наразі чат-боти є частиною віртуальних помічників, які можуть взаємодіяти з додатками багатьох організацій, веб-сайтами та комунікаційними платформами. Програми, які не є помічниками, включають кімнати чатів для розваг, досліджень і рекламних акцій конкретних продуктів, соціальних ботів тощо. Деякі чат-боти спеціально використовуються для вирішення питань студентів і підвищення ефективності навчання.

Наприклад, Nerdy Bot, розроблений Nerdify, використовує Facebook Messenger, щоб миттєво відповідати на запитання учнів, пов'язані з домашнім завданням, щоб прискорити навчання. Чат-робот «ANTswers» в бібліотеці Університету Ірвіна почав випробування в 2014 році і був визнаний зовнішнім світом дуже успішним. Зміна парадигми генеративного штучного інтелекту, який замінює традиційні пошукові системи, йде повним ходом, замінило його на ChatGPT. У порівнянні з пошуковими системами, ChatGPT демонструє всемогутні можливості. Користувачам потрібно лише ввести ключові слова, щоб чат-боти AI могли допомогти. Крім того, ChatGPT. Використовується для розробки програм, написання статей, надсилання електронних листів, гри на акціях або навіть допомоги у складанні іспиту MBA. Таким чином, ChatGPT відкриває нову еру генеративного штучного інтелекту, на який варто сподіватися у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Крупа А.Г. Місце і роль чат-ботів у цифровому суспільстві. Економіко-правові та соціально-технічні напрями еволюції цифрового суспільства: матеріали міжнародної науково-практичної конференції: у 2 т. Том 2. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2022. С. 443-445.

2. Крупа А.Г. Формування концепції цифрової політики Європи як чинник стабільного розвитку. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 11-12 травня 2022 року. [Електронний ресурс] Електронні дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька

Лаушкін А.М.¹, Перерва П.Г.², Мехович С.А.³

¹аспірант НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнеса НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

³д.е.н., професор кафедри економіки бізнеса НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка зовнішньоекономічного потенціалу бізнес-структур повинна використовуватися при розробці концепції основних напрямків експорту продукції, при складанні програми розвитку експортної діяльності підприємства, при визначенні оптимального поєднання обсягу коштів, що виділяються на розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, на думку автора, з метою підвищення ефективності управління зовнішньоекономічним потенціалом доцільно вивести його узагальнюючий або інтегральний показник. Інтегральний показник дозволить в будь-який момент визначити реальні розміри зовнішньоекономічного потенціалу і виявити тенденції його розвитку.

Існують різні концепції потенціалу підприємства або його складових, які використовуються для оцінки ефективності роботи в цілому і розробки стратегії і контролю за її виконанням зокрема: поняття виробничого потенціалу, людських ресурсів, економічного потенціалу, маркетингового потенціалу, регіонального потенціалу, стратегічного потенціалу. Однак реальну конкурентоспроможність підприємства на зовнішніх ринках може забезпечити тільки сукупність цих понять. Інтеграція цих показників створює конкурентну перевагу, яке багато авторів зводять до основної компетенції бізнес-структури.

Економічна наука оперує різними соціально-економічними методами і прийомами оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, використовуючи групи показників. На нашу думку, найбільше значення серед них мають такі групи показників: зовнішньоекономічні (маркетингові), соціально-економічні, виробничо-економічні та екологічні.

До групи *зовнішньоекономічних (маркетингових) показників*, що використовуються для прийняття стратегічних рішень, входять: ємність і частка зовнішнього ринку; рівень конкурентоспроможності підприємства, товару; ступінь використання комплексу маркетингу; характеристика зв'язків з громадськістю та лояльності клієнтів;

До групи *соціально-економічних показників*: рівень споживання населенням товарів, послуг і продуктів харчування; частки витрат на

продукти харчування, споживчі товари і послуги;

До групи *виробничо-економічних показників*: прибуток, рентабельність, обсяг реалізованої продукції, товарність продукції; завантаженість потужностей, баланс виробництва; стійкість підприємства.

До групи *екологічних показників*: якість продукції, рівень екологічності виробництва і зберігання продукції та інші. Однак більшість цих показників оцінюють тільки той чи інший аспект зовнішньоекономічної діяльності підприємства, не дозволяючи провести систематичну оцінку об'єкта і надалі впливати на нього з метою управління, при цьому будучи по суті лише непрямим відображенням ефективності.

Дослідження показують, що найбільш значну роль у досягненні найвищого рівня зовнішньоекономічного потенціалу відіграє система ринково-орієнтованого управління. Тільки його високий рівень може забезпечити ефективне використання відповідних інструментів і використання ресурсів. Таким чином, показник зовнішньоекономічного потенціалу дає виробникам об'єктивну інформацію про власну конкурентоспроможність і може служити для оцінки ефективності стратегічного управління, а також одним з інструментів прогнозування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Таким чином, розглядаючи вплив зовнішньоекономічної діяльності на економічний розвиток бізнес-структур, слід зазначити його вплив на його якісні та структурні позитивні перетворення. Інтенсифікація і диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків дає можливість суб'єктам нашої країни отримувати додаткові фінансові доходи. Зростає соціально-економічна стійкість бізнес-структур, поліпшується їх інвестиційна привабливість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
2. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019- 274-5-142-148.
3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
5. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking

concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations*: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

Лепський Р.С.¹, Перерва П.Г.²

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Забезпечення економічної свободи і незалежності суб'єктів господарювання як основні вимоги переходу до ринкової економіки для промислових підприємств ставлять, по-перше, завдання виживання в умовах конкуренції, по-друге, проблеми сталого розвитку та ефективності, вирішення яких взаємозалежне від здійснення інноваційних перетворень і реалізації інноваційних процесів. Навіть якщо підприємство не є і не стає флагманом на ринку інновацій, воно неодмінно змушене оновлювати фізично і морально застарілі продукти і технології, під впливом факторів, які змушують підприємства до інноваційного зрушення. Тому вивчення управління інноваційними процесами і факторами, що сприяють впровадженню інновацій, є необхідною умовою ефективної діяльності промислових підприємств.

Розвиток нових технологій і комп'ютеризація не обходять стороною такий важливий процес, як менеджмент. Раніше вивчені і активно використовувані методи починають застарівати, а деякі навіть і зовсім перестають працювати. В результаті системи починають функціонувати неефективно. Особливо це накладає відбиток на діяльність регіонів. Виникає необхідність пошуку і впровадження вдосконалених, інноваційних методів управління, за допомогою яких може відбутися вдосконалення апарату управління в регіональних системах і підвищення ефективності їх роботи.

Ми пропонуємо умовно розділити все різноманіття методів управління економічними системами на три великі групи: економічні, адміністративні, соціально-психологічні.

Економічні передбачають матеріальну мотивацію, тобто орієнтацію на виконання певних показників або завдань, і здійснення економічної винагороди за результати роботи після їх виконання. До них відносяться планування, стимулювання, самофінансування та інші економічні важелі, що застосовуються на макро- і мікрорівнях управління.

Адміністративні (організаційно-розпорядчі) методи управління засновані на владній мотивації, заснованої на підпорядкуванні закону, правопорядку і старшій. Недотримання цих відносин підлеглими тягне за собою застосування санкцій.

Для досягнення максимальної ефективності управління необхідні духовні мотивації, на яких базуються *соціально-психологічні* методи управління. За допомогою цих методів вони впливають на свідомість працівників, соціальні, етнічні, релігійні та інші інтереси людей і здійснюють моральне стимулювання трудової діяльності.

Часто на практиці використання певного набору стандартних методів управління організаційними системами призводить до того, що підприємство, установа або інша велика система функціонує, але неефективно, розвивається, але не динамічно, в той час як в деяких випадках виникає деяке протиріччя постійно мінливої технологічної, соціальної та природної середовищі. Саме тому кожній системі необхідно передбачити і оцінити можливості впровадження інноваційних методів управління. Інноваційні методи, як правило, засновані на взаємодії з багатьма процесами в технічній, економічній, соціальній і природничій сферах, створюють переваги для окремих підприємств, регіонів і країн. Вони відіграють ключову роль у реалізації головного імперативу сталого розвитку – гармонійного поєднання економічного зростання зі збереженням природного середовища та соціальним прогресом.

Розглядаючи методи управління і порівнюючи їх з ознаками інновацій, до відомої класифікації можна додати абсолютно нестандартні методи. Вони будуть диференційовані за інноваційною ознакою. До них відносяться такі методи: самоорганізація, або самоврядування; повна або часткова автоматизація процесів управління; кластерний підхід; оптимізація керованих підрозділів. Економічне обґрунтування використання форм управління надає вагомими економічними вигодами господарюючим організаціям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tkachova N., Kobielieta T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012)

Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Лисак О.І.¹

¹к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, Україна

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВ

Розвиток ринку туристських послуг зазнає впливу багатьох зовнішніх та внутрішніх чинників: політичних, економічних та фінансових, демографічних та соціальних. Внаслідок воєнної агресії економіка України зазнала значних втрат. За оцінками Національного банку України падіння становило близько 30%. В туристичній галузі, яка доволі чутливо реагує на світові події, також спостерігається вагоме падіння показників діяльності. За даними Державного агентства розвитку туризму, за воєнний 2022 рік сума туристичного збору склала 178948 тис. грн, що менше на 24% в порівнянні з 2021 роком – тоді загальна сума туристичного збору була 235461 тис. грн. [1] До того ж, воєнні дії продовжуються, тому сподіватися на значне покращення ситуації в найближчому майбутньому не варто. В таких умовах важливо зберегти хоча б частину діяльності та розробити механізми швидкого відновлення після закінчення війни.

Зважаючи на умови безпеки потенційних туристів, на сьогоднішній час найбільш перспективними напрямками розвитку туристичної галузі є відновлення і розвиток внутрішнього туризму в західних регіонах України. За результатами 2022 року найбільше зростання туристичного збору відбулося у Львівській області – 41430 тис. грн., що на 79% більше, ніж в 2021 році. Також серед лідерів по сплаті туристичного збору: Закарпатська область – 19471 тис. грн., Івано-Франківська – 17956 тис. грн та Черкаська – 12555 тис. грн. [1]

Одним із шляхів розвитку туристичної галузі України в воєнний час є розвиток сільського зеленого туризму. Досвід країн ЄС показує, що сільський туризм виступає локомотивом соціально-економічного розвитку сільських територій. Організація надання послуг туризму в сільській місцевості позитивно впливає на загальний економічний стан сільських громад через збільшення поступлень до місцевих бюджетів, розвиток підприємницької ініціативи, зростання доходів селян, покращення ситуації із зайнятістю на селі, розвиток інфраструктури, підвищення освітнього та культурного рівня населення.

В багатьох країнах Європи, в тому числі Австрії, Італії та Франції, наданням послуг із зеленого туризму активно займаються не лише власники

закладів громадського харчування та розміщення, але і виробники сільськогосподарської продукції. За останніми даними, частка доходу від зеленого туризму сягнула 70% від загального доходу фермерів. [2]

Вивчення стану розвитку сільського туризму в Україні показало, що найчастіше цей напрямок представлений окремими домогосподарствами або крафтовими виробництвами (сиру, вина, равликів тощо). На сьогоднішній день в Україні відсутній єдиний державний підхід до розвитку цього напрямку туризму, не розроблена нормативно-правова база функціонування об'єктів зеленого туризму. Закон України «Про зелений туризм» [3] поки що знаходиться на стадії законопроекту. В основному розвиток зеленого туризму відбувається завдяки співпраці місцевих органів влади та неприбуткових громадських організацій, міжнародних фондів тощо.

Гальмують розвиток сільського зеленого туризму відсутність єдиного державного підходу до суті зеленого туризму та напрямків його розвитку, нестача фінансових ресурсів для започаткування власної справи у сільського населення, проблеми із залученням інвестицій, брак навичок ведення підприємницької діяльності, дефіцит кваліфікованих фахівців з питань сільського туризму. [4]

Одним із шляхів вирішення проблем розвитку сільського зеленого туризму може стати співпраця об'єднаних територіальних громад з туристичними агенціями, неприбутковими громадськими організаціями та фондами за сприяння обласних державних адміністрацій. В Україні є чимало прикладів успішного втілення такої взаємодії. В Грицівській ОТГ Шепетівського району Хмельницької області навколо затопленого кар'єру створено садибний кластер сільського туризму «Оберіг». До кластеру увійшли зелені садиби, розташовані на території ОТГ, що дало можливість одночасно приймати до 200 туристів. Окрім відпочинку на водоймі, було організовано катання на конях, лісові пішохідні маршрути, майстер-класи з народних промислів, знайомство з місцевою кухнею тощо, що дозволило урізноманітнити відпочинок та збільшити тривалість перебування туристів у локації. Все це дало поштовх для розвитку інфраструктури, будівництву міні-готелів та закладів харчування.

Такий досвід варто переймати й іншим об'єднаним територіальним громадам. В тій же Хмельницькій області є багато поселень, на території яких вдало поєднані природні та історичні пам'ятки. В таких місцях важливо дотримуватися комплексного підходу до організації сільського туристичного відпочинку, сприяти не лише облаштуванню закладів розміщення, але й організувати цікаву та різноманітну екскурсійну програму, розробити зелені маршрути. Невід'ємною складовою такого підходу має бути інформаційний супровід власників зелених садиб, надання їм консультативних послуг із ведення підприємницької діяльності, питань оподаткування, маркетингу,

реклами тощо.

Загалом Україна має сприятливі умови для розвитку сільського туризму. Навіть в умовах воєнного часу важливо докладати зусиль для організації такого виду відпочинку, оскільки результатом буде покращення економічної та соціальної ситуації в сільських населених пунктах. Розвиток сільського зеленого туризму виступатиме потужним стимулом до благоустрою населених пунктів, розширення транспортної інфраструктури, підвищення рівня надання послуг завдяки додатковим поступленням фінансових ресурсів до місцевих бюджетів. [5]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «Туристична статистика України за 2022 рік,» [Онлайнвий]. Available: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasya-na-24>. [Дата звернення: 20 04 2023].
2. «Аграрний туризм може дати фермеру до 70% додаткового доходу,» [Онлайнвий]. Available: <https://landlord.ua/news/agrarniy-turizm-mozhe-dati-fermeru-do-70-dodatkovogo-dohodu/>. [Дата звернення: 20 04 2023]
3. «Закон України "Про сільський та сільський зелений туризм",» 03 04 2021. [Онлайнвий]. Available: <https://ips.ligazakon.net/document/JI04552A?an=3>. [Дата звернення: 25 04 2023].
4. Neronnyashchyu O., Yekimov S. The Impact of Green Tourism on the Development of the Regional Economy. Lecture Notes in Networks and Systems. 2023. Т. 574. С. 1589–1595. DOI: 10.1007/978-3-031-21432-5_170.
5. Лисак О. І., Завадських Г. М., Тебенко В. М. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. Бізнес-навігатор. 2022. №3(70). С.70-75.

Маркова С. В.¹, Головань О.О.²

¹д.е.н., професор кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

²к.фіз.-мат.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

ТЕНДЕНЦІ БІЗНЕС-РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Інвестування є одним з головних важелів розвитку економіки та бізнесу в Україні, а також базою для використання інших важелів і форм, таких як гроші, фінанси та прибуток. Інвестиції включають різні види майнових і інтелектуальних цінностей, використання яких забезпечує одержання прибутку або корисного ефекту, такого як соціальний ефект.

Однак, всі напрямки інвестування пов'язані з певним ризиком.

Наприклад, освоєння нових видів підприємництва безпосередньо пов'язане з нестабільністю ринку та необхідністю розробки детальної бізнес-стратегії. Це може створювати значний ризик для інвестора.

За останні два роки, економіка України переживає інвестиційний вихід. У період з січня до березня 2021 року, капітальні інвестиції скоротилися на 9,5% порівняно з аналогічним періодом 2020 року, досягнувши 78,2 млрд грн [1]. Більшість галузей промисловості втрачають інвестиції, але деякі з галузей відзначають зростання інвестицій, зокрема: медико-соціальна допомога (+137,1%), транспортна та поштова діяльність (+23,6%), сільське господарство (+7,7%), професійна, наукова та технічна діяльність (6,7%).

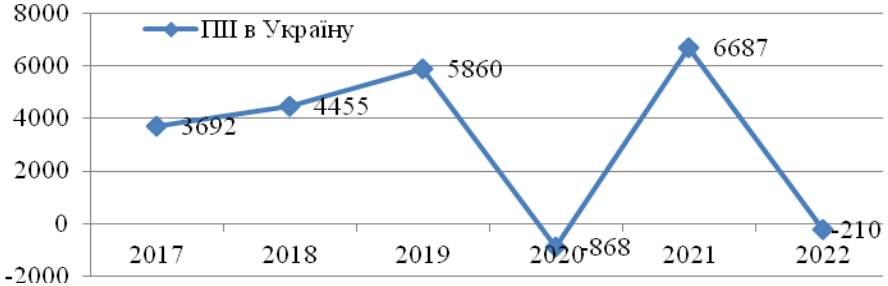


Рис. 1 – ПІІ з Україну [1]

Україна стикається зі скороченням інвестицій у різні галузі економіки. Найбільше зниження відбулося в сферах мистецтва, спорту, розваг та відпочинку, де інвестиції скоротилися на 79,6%. Крім того, зменшення інвестицій спостерігається в галузях інформації та телекомунікацій (-29,0%), фінансовій та страховій діяльності (-24,0%), торгівлі (-21,9%), будівництві (-19,2%) та промисловості (-12,4%).

У зв'язку з цим, Україна повинна залучати інвесторів, проводячи прозору приватизацію. Це дозволить не тільки отримати реальний прибуток, але й стати ланкою у Європейському виробничому ланцюгу. ЄС зацікавлений інвестувати в «зелену енергетику», цифрові, інфраструктурні проекти та підтримку малого та середнього бізнесу. Однак, бюджетні інвестиції в Україні є надзвичайно обмеженими. Скорочення інвестицій, особливо в розробку ефективних технологій та прогресивної техніки, збільшує залежність нашої країни від імпорту та закріплює технологічне відставання від розвинутих країн світу. Інвестиційна політика повинна складати єдину систему державного регулювання разом з цінами, податками та кредитами, як це практикується у всіх країнах з розвинутою ринковою економікою. Політику інвестицій потрібно направляти на максимальну збільшення капітало- і ресурсовіддачі у всіх сферах бізнесу. Для цього потрібна участь держави. З метою удосконалення державної інвестиційної політики, наприклад, в АПК слід визначити і законодавче затвердити державні інвестиційні пріоритети,

ввести гарантії стабільності бюджетного фінансування галузевих і спеціальних цільових інвестиційних програм в АПК. Необхідно розробити законодавчу базу щодо створення умов для залучення приватних інвестицій; упровадити механізм інвестиційної підтримки особистих підсобних господарств.

Важливий напрямок державної політики інвестування та підтримки бізнесу має бути спрямоване на збереження та підвищення родючості сільськогосподарських земель, що є одним з основних пріоритетів. Багато земель втратили свою родючість через ерозію, надмірне використання хімікатів та недотримання технологій обробки. Окрім використання ресурсів вітчизняних інвесторів, необхідно також залучати іноземні інвестиції. Державна інвестиційна політика щодо залучення іноземного капіталу в агропромисловий сектор має бути заснована на чітко визначених пріоритетах розвитку національного виробництва та контролю за дотриманням власних макроекономічних інтересів. Держава повинна створити сприятливий інвестиційний клімат, що забезпечить стабільність у всіх галузях економічної діяльності. Крім того, необхідно вживати конкретних заходів щодо стимулювання іноземного капіталу, зокрема шляхом пошуку ґрунтовних інвестиційних бізнес-проектів, удосконалення податкової і митної політики тощо. Роль держави в стимулюванні інвестицій, а отже і розвитку бізнесу, полягає як у створенні сприятливого інвестиційного клімату в країні загалом (шляхом стабілізації всіх галузей економіки), так і в розробці конкретних заходів для приваблення іноземного капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України (ukrstat.gov.ua) URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2023)

Мартинова Л.В.¹

¹к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО ПОЛЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Системна трансформація індустріального суспільства в інформаційне, базовими категоріями якого є: знання, технології та інформація, обумовлює актуалізацію інноваційного шляху розвитку національної економіки. Накоплені протиріччя в економічній, політичній та соціальній сфері визначають гостру необхідність оновлення соціально-економічної сфери, впровадження нових більш ефективних підходів до вирішення нагальних проблем розвитку України.

Ключовою передумовою реалізації наявного інноваційного

потенціалу розвитку вітчизняної економіки є формування надійного нормативно-правового базису інноваційної діяльності, спроможного забезпечити ефективне функціонування інноваційної системи та правовий захист інтересів основних учасників інноваційного процесу. Системні інновації спроможні забезпечити кардинальне зростання ефективності виробничої системи, системи управління та значно підвищити рівень соціально-економічного розвитку українського суспільства.

Сьогодні нормативно-правове поле інноваційної діяльності характеризується наявністю широкого кола нормативно-правових актів, спрямованих на регулювання інноваційної сфери економіки. Проте, низька інноваційна активність виробничих підприємств, незатребуваність новітніх наукових розробок в реальному секторі економіки, відсутність надійних джерел формування інвестиційних ресурсів в інноваційній сфері свідчить про низьку дієвість механізму регулювання інноваційної діяльності. Брак фінансування інноваційної сфери, пов'язаний із ризиковим характером інноваційної сфери, потребує створення правових механізмів підтримки інноваційних розробок.

В зв'язку із цим дослідження правового механізму регулювання інноваційної діяльності сьогодні є актуальним та важливим науковим завданням.

Процес безперервного інноваційного пошуку, послідовної реалізації інноваційних проектів з метою якісного покращення виробництва, переходу до більш досконалого стану виробничої системи характеризує поняття «інноваційний розвиток» підприємства.

Базовим нормативно-правовим документом, що визначає інноваційну спрямованість розвитку української економіки, є закон України «Про інноваційну діяльність» від 4.07.2002 р., який визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом [1]. Відповідно до положень, наведених в Законі України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р., інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Базовими ознаками інновацій є новизна або суттєве вдосконалення процесів управління та виробництва, значне покращення якості, структури та організації виробничої або організаційної системи, отримані в результаті впровадження науково-технічної розробки у практичній діяльності суб'єкта господарювання. В інноваційному процесі протиріччя накопичені у виробничому

секторі вирішуються за допомогою нових науково-технічних рішень.

За результатами проведеного дослідження було виділено ключові проблеми розвитку регуляторної системи в сфері інноваційної діяльності: системне невиконання положень інноваційного законодавства; недостатня увага формуванню нормативної бази довгострокових інноваційних проектів; недостатня узгодженість та слабка структурованість нормативної бази інноваційної діяльності; відсутність реальних регулятивних механізмів досягнення пріоритетів інноваційного розвитку; складність процедур проведення експертизи інноваційних проектів та прийняття рішень щодо їх фінансування, відсутність дієвої антикорупційної системи в сфері фінансування інноваційних проектів; несистемний характер важелів державного впливу на інноваційний розвиток; згоргання державної цільової фінансової підтримки інноваційних проектів; неприйнятний рівень координації діяльності органів влади в сфері стимулювання інноваційного розвитку національної економіки.

Отже, як наслідок національна інноваційна система сьогодні знаходиться на етапі свого становлення. Прискорення її розвитку та формування ефективної інфраструктури інноваційної діяльності потребує вдосконалення нормативного поля інноваційної діяльності, впорядкування нормативно-правових актів, впровадження дієвих механізмів державної підтримки інноваційної діяльності, що забезпечить передумови для відбудови економіки в повоєнному періоді. Ефективною формою розвитку інноваційних процесів в Україні може стати державно-приватне партнерство в інноваційній сфері, що потребує формування відповідного нормативно-правового базису.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 4.07.2002 р. № 40-IV. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 36. Ст. 266.

Марченко С.М.¹

¹к.е.н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський університет будівництва та архітектури, Україна

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Україна має значний потенціал для розвитку інноваційного підприємництва та стартап екосистеми, яка забезпечувала б підтримку для молодих підприємців та інноваційних компаній. Одним з головних факторів, що сприяє розвитку інноваційного підприємництва - це забезпечення доступної фінансової підтримки та наявність компетентних та досвідчених фахівців з технічних та інноваційних галузей. Україна має великий потенціал

в цій сфері, тому що вона має сильну систему вищої освіти та багато молодих фахівців з відповідними компетенціями. Необхідно зазначити, що українські стартапи отримують підтримку від спеціалізованих інкубаторів та акселераторів, які забезпечують їм простір для розвитку, наставництво та зв'язки з інвесторами. Це сприяє швидкому розвитку та зростанню стартапів.

За результатами досліджень Міністерства цифрової трансформації, спільно з венчурним фондом TA Ventures та Ukrainian Startup Fund, визначено пріоритетні для інвестицій напрями технологічних стартапів в найближчому майбутньому: кібербезпека; енергетичний менеджмент / сталий розвиток / відновлювана енергія; цифрове здоров'я; соціальна сфера та працевлаштування; військові технології (Military tech) тощо." Саме ці технологічні напрями сьогодні мають найбільше перспектив та потенціалу, з точки зору залучення інвестицій і можливостей для створення якісного продукту й побудови успішної компанії", - йдеться у повідомленні Мінцифри.[1]

Одним з ключових ініціатив, спрямованих на зростання культури підприємництва та інноваційного мислення в Україні, є створення інноваційних кластерів. Це об'єднання підприємств, установ, університетів та дослідницьких центрів з метою спільної роботи над інноваційними проектами та створення сприятливих умов для їх розвитку. Інноваційні кластери можуть забезпечити необхідну технічну інфраструктуру, фінансову підтримку, навчання та кваліфікований персонал для розвитку інноваційних підприємств.

Ще одним важливим інструментом для зростання культури підприємництва та інноваційного мислення в Україні є стартап-школи: UNIT Factory; GrowthUP; Startup School Kyiv; Школа підприємництва "Економічна просвіта"; "Smart-Up".

Крім того, підприємницькі конкурси є важливим інструментом для підтримки інноваційних проектів та стартапів, а саме: "Startup Ukraine"; "Innohub Ukraine"; "SeedStars Kyiv"; "Chivas Venture"; "UAMobiTech".

Одним з основних напрямів розвитку технічної інфраструктури в Україні є розвиток інформаційних технологій та забезпечення доступу до швидкісного Інтернету в усіх регіонах країни. Наприклад, державна програма "Дія" містить пункт, який пропонує забезпечити повноцінний доступ до швидкісного Інтернету в усіх селах та містах України до кінця 2024 року.

Важливою складовою розвитку технічної інфраструктури є розвиток транспортної інфраструктури, так як це дозволяє зменшити витрати на транспортування товарів та послуг та забезпечити швидку доставку. Вагомим елементом розвитку технічної інфраструктури є розвиток енергетичної мережі, яка є необхідною для забезпечення електричної енергії для

підприємств та мешканців. Розвиток технічної інфраструктури в Україні є важливою складовою стимулювання підприємництва та інноваційного розвитку, оскільки вона допомагає зменшити витрати на виробництво та транспортування товарів та послуг, забезпечує швидкий доступ до необхідних ресурсів та дозволяє розвивати нові технології та підприємства.

Отже, розвиток технічної інфраструктури створює нові можливості для розвитку малих та середніх підприємств, зокрема стартапів, які часто потребують доступу до сучасних технологій та інфраструктури для успішного розвитку. Наприклад, розвиток екосистеми інновацій та стартапів в Україні потребує наявності доступних приміщень, лабораторій, обладнання та інших ресурсів, які можуть бути забезпечені шляхом розвитку технічної інфраструктури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1.Карта стартапів із пріоритетними для інвестування вертикалями/
<https://usf.com.ua/karta-startapiv-iz-prioritetnimi-dlya-investuvannya-vertikalyami/>

2.Стартапи для бізнесу в будівельній галузі/<https://budprofi.com/startapy-dlya-biznesu/>

3.Незвичайні еко-стартапи, які успішно працюють/<https://sfii.gov.ua/nezvichajni-eko-startapi-yaki-uspishno-pracujut/>

4.15 українських еко-стартапів, які підкорюють світ/<https://ukrainian.voanews.com/a/uspishni-ukrainski-ekolohichni-startapy/4794604.html>

5.Які п'ять напрямків для стартапів будуть затребувані в Україні після війни/<https://dia.dp.gov.ua/yaki-pyat-napryamkiv-dlya-startapiv-budut-zatrebuvani-v-ukra%D1%97ni-pislya-vijni/>

Маслак М.В.¹

¹к.е.н., доцент, докторант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКУТАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Основними особливостями сучасного етапу розвитку економіки є її глобалізація та переважна орієнтація на результати інтелектуальної діяльності. У умовах особливої значущості набувають мотиваційні механізми ефективного використання інтелектуальних ресурсів, створені задля доведення нематеріальних результатів інтелектуальної діяльності до матеріалізованих ринкових товарів, які задовольняють різні потреби суспільства. Одним із найбільш ефективних економіко-правових інститутів, орієнтованих на вирішення цієї проблеми, є система привілеїв на результати інтелектуальної діяльності – інститут інтелектуальної власності

Складність управління інтелектуальною власністю ускладнює розробку модельної стратегії управління інтелектуальною власністю на підприємствах, яка була б універсальною, тобто працювала б в будь-якому бізнесі. Якщо підприємство має комерційний інтерес у сфері, де воно впроваджує свої рішення щодо інноваційно-інтелектуальної діяльності, правова охорона інтелектуальної власності з використанням, наприклад, патентів буде важливою. У зв'язку з бурхливим розвитком і технічним прогресом в деяких областях використання патентної охорони може виявитися неефективним, в той час як, наприклад, охорона комерційної таємниці та ноу-хоу повинна мати ключове значення. Звичайно, розмір самого суб'єкта господарювання і масштаби його бізнесу будуть важливі для розробки стратегії підприємства в сфері управління інтелектуальною власністю, яка досить часто буде залежати від суми коштів, які можна виділити на ключові напрямки в даній сфері. Тому вважаємо за доцільне провести наукометричний аналіз різних модельних рішень для створення стратегій управління інтелектуальною власністю.

Загальний підхід до формування управлінських стратегій в інтелектуальній сфері, на наш погляд, повинен будуватися на принциповому відношенні підприємства до факторів зовнішнього оточення. Одні підприємства точно дотримуються розроблених та узгоджених планів незалежно від позитивного чи негативного впливу чинників зовнішнього середовища, другі ж, навпаки, вносять необхідні зміни в тих випадках, коли коли зовнішнє оточення практично змушує підприємство їх зробити, і лише поодинокі підприємства активно пробують спонукати державу (суспільство) рухатись у вигідному підприємству напрямку, або хоча б в певній мірі гармонізувати цілі підприємства з потребами та очікуваннями держави (суспільства).

Виробнича практика інноваційної діяльності промислово розвинутих країн в такого роду випадках рекомендує до використання пасивну, реактивну, проактивну і інтерактивну стратегію реагування підприємства на зміни в навколишньому середовищі

При використанні *пасивної стратегії* підприємство певним чином змінює свою стратегію в управління інтелектуальною власністю тільки завдяки примусовому впливу зовнішнього середовища, наприклад: законодавчих органів, державних структур, судової гілки органів влади.

При використанні *реактивної стратегії* підприємство робить спроби реагувати на негативні зміни в зовнішньому оточенні лише тоді, як вони вже відбулися. Практична робота підприємства певним чином змінюється лише під значним впливом зовнішнього середовища.

При використанні *проактивної стратегії* підприємство робить спроби випередити можливі зміни в зовнішньому оточенні. Таке підприємство

частково може використовувати наявні зміни свого зовнішнього середовища з вигодою для себе.

При використанні *інтерактивної стратегії* підприємство має змогу прийняти наявні зміни зовнішнього оточення та їх поєднати з своїми цілями. Середовище і стратегія підприємства змінюються одночасно і в одному напрямку. Така стратегія допомагає в певній мірі гармонізувати комерційні відносини між підприємством і державою (суспільством) через зменшення наявного розриву між очікуваннями держави та діловою активністю підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
5. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations*: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

Мельнік М.А.¹

¹к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

МЕХАНІЗМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах війни багато вітчизняних підприємств зазнало критичного зниження свого економічного потенціалу, втрати ринків збуту та інвестицій. Після перемоги соціально-економічне відновлення України практично повністю визначатиметься тим, наскільки впевнено почуватимуться в країні вітчизняні та міжнародні підприємці. Лише в умовах безпеки в країні зможе формуватися конкурентне середовище, яке сприятиме і підтримуватиме швидке соціальне і гуманітарне відновлення.

«Щоб уможливити відбудову України за принципом «відбудувати краще, ніж було», наука, технології та інновації мають стати наріжним каменем національної стратегії відбудови, а їхня трансформація має розглядатися як невід’ємна частина вступу до ЄС» [1, с.424].

Можливість підприємства здійснювати інноваційну діяльність характеризує його інноваційний потенціал. Управління інноваційним потенціалом є однією з найважливіших задач підприємства тому, що ефективність діяльності на ринку в умовах жорсткої конкуренції залежить перш за все від спроможності нарощувати та активно використовувати організаційні, технічні та інші інноваційні можливості, які складають інноваційний потенціал.

Інноваційний потенціал підприємства є багатокомпонентною динамічною системою, важливою умовою для його економічного розвитку. Наявність необхідної технічної бази, відповідного наукового потенціалу, фінансових ресурсів, контролю якості продукції, вивчення потреб ринку, розвиток технологічної інфраструктури і наявність резервів капіталу та ресурсів дають можливість реалізовувати наявний інноваційний потенціал і зробити певні кроки з метою його підвищення [2, с. 237].

Аналіз інноваційного потенціалу за складовими надає можливість розробити процедури оцінки його достатності для розробки, виробництва і просування на ринок конкретних інновацій. Результати таких оцінок мають стати основою для розробки системи цілеспрямованого пошуку, аналізу, оцінки і відбору інновацій, сприятливих для підприємства у певних ринкових ситуаціях.

Існуючі інструменти управління та фінансування інноваційного потенціалу не орієнтовані на специфічні потреби різних видів досліджень. Оборонні, прикладні, комерційні та фундаментальні дослідження потребують різних фінансових інструментів та залучення різних гравців і організацій до управління ними.

Суттєвим недоліком системи національного регулювання розвитку інноваційної сфери є те, що вона, на відміну від законодавства більшості країн світу, не лише не сприяє розширенню джерел фінансування інноваційного розвитку, але й протидіє залученню не бюджетних коштів та виключає можливість формування спеціальних, в тому числі відомчих фондів фінансування інноваційних проєктів і програм.

З метою вдосконалення фінансових механізмів активізації інноваційного потенціалу підприємства необхідним має стати сукупність інструментів державної підтримки інноваційної діяльності: зокрема, структурована система публічного управління інноваційною сферою за функціональним принципом та закріплення на загальнодержавному рівні пріоритетів інноваційної діяльності для забезпечення концентрації

обмежених інвестиційних ресурсів держави на ключових пріоритетах розвитку. Також вкрай необхідним є розвиток та посилення дії фінансово-кредитних інститутів, що забезпечують безперервність фінансування інноваційних проєктів (венчурні компанії, інноваційні фонди).

Збільшення інноваційного потенціалу підприємства може здійснюватися лише завдяки розвитку його складників, внутрішнього середовища та з допомогою інших потенціалів. «Визначення впливу та стану інших системоутворюючих потенціалів на інноваційний потенціал і розвиток підприємства загалом можна проводити за допомогою оцінювання готовності усіх структурних підрозділів підприємства до реалізації інноваційних проєктів та оцінки поточного стану під час реалізації інноваційних проєктів» [3, с.57].

Таким чином, відновлення економіки є можливими лише за умови здійснення низки значних економічних перетворень та створення нового спектру організаційно-економічних і інституціональних рішень. Інноваційна політика має стимулювати інноваційний розвиток підприємств та підтримувати впровадження інновацій, що забезпечить розвиток економіки країни в цілому

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Відбудова України: принципи та політика/ За редакцією Юрія Городніченка, Ілони Сологуб, Беатріс Ведер ді Мауро// Паризький звіт1.- Centre for economic policy research, 2022.-508 с.

2. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – Київ: Академвидав, 2006. – 464 с.

3. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку / М.М.Тисько//Приазовський економічний вісник.-2017.- №3(03).- с.54-58.

Нагі Саболя¹, Перерва П.Г.²

¹д.е.н., професор Мішкольцького університету, Угорщина

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ

На сьогоднішній день в роботах дослідників, що займаються проблемами позиціонування, немає єдиної думки щодо того, що саме являє собою позиціонування бренду, продукту, компанії. Все більше значення в управлінні інтелектуальними та інноваційними технологіями надається визначенню їх ринкової позиції для потенційних споживачів (так зване ринкове позиціонування) в конкретний період часу [1-5]. Це вкрай важливо для оцінки ефективності ринкових стратегій промисловості підприємства,

які зазвичай зосереджуються на розробці нового продукту і визначенні його життєвого циклу у відриві від технологічних кривих і кривої попиту на товар. Розрив цієї тріади зазвичай призводить до виходу підприємства з ладу, так як призводить до швидкої втрати конкурентних позицій на ринку. Тому представляється необхідним дослідити теоретичні та практичні можливості промислового підприємства вплинути на ринкове позиціонування свого інноваційного продукту (технології), або долучитися до існуючої діяльності, яка в даний час має місце в галузі і здійснюється провідними інноваторами - виробниками. Однак прийняттю рішень з цього приводу має передувати ретельне вивчення наступних питань [1]:

- якими інтелектуальними та інноваційними технологіями може бути відзначений новий попит - технологічний і змінний?
- який сучасний стан цих технологій у національному та світовому масштабі?
- які виробничі та ринкові відносини між цими технологіями?
- а на яких напрямках НДДКР має зосередитися топ-менеджмент промислового підприємства?
- який горизонт ринку і прогноз виробництва (життєвий цикл технології)?

Позиціонування інтелектуальної та інноваційної технології направлено на формування ринкової пропозиції та іміджу виробника таким чином, щоб цільовий ринок розумів і оцінював цінності, пропоновані постачальником (виробником) по відношенню до конкурентної пропозиції. На практиці це означає, що постачальник товару повинен не тільки розробити чітку стратегію позиціонування, але і повинен вміти її ефективно комунікувати одержувачам (споживачам).

У літературі підкреслюється ефективність просування тільки одного товару, характерного, наприклад, товару найвищої якості, найнижчої ціни і таке ін., що називається одновимірним позиціонуванням на ринку. Однак в цьому випадку необхідно вказувати ефективність позиціонування на основі декількох переваг (особливостей) пропозиції, так як при появі на ринку інноваційного (затребуваного потенційними споживачами) з'являється можливість придбати більше товарів в різних сегментах ринку.

Позиціонування ринкового продукту, на наш погляд, складається з трьох послідовних етапів:

- виявлення відмінностей між окремими товарами;
- виділення та обґрунтування виявлених відмінностей;
- інформування цільової аудиторії про суть унікальності пропонованого продукту.

Позиціонування технологічних новинок засноване на різному

підході до виділення відмінностей, на основі якого і здійснюється позиціонування. Права інтелектуальної власності можна і потрібно розглядати в значній мірі як маркетинговий інструмент. І стратегічний підхід до використання цих прав може стати важливим фактором в процесі підвищення конкурентних позицій даного промислового підприємства і його продукції в галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Нікітенко В.О.¹, Воронкова В.Г.²

¹д.філ.н., професор кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

²д.філ.н., професор, в.о. кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

КОНЦЕПЦІЯ РОЗУМНОГО ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Слід виділити чотири провідні країни світу з розумного туризму: 1) Американський розумний туризм; 2) Австралійський розумний туризм; 3) Корейський розумний туризм; 4) Сінгапурський розумний туризм.

Технології розумного туризму включають: мобільний штрих-код (QR-код), віртуальну реальність (Virtual Reality), доповнену реальність (Augmented Reality), систему планування та рекомендацій щодо турів

(Recommendation system), носимий пристрій (Wearable Device), цифрову гейміфікацію (Digital Gamification), AI Robot, Blockchain, Big Data Analysis, Internet of Things і Social Listening.

В контексті упровадження концепції розумного туризму та індустрії послуг як стратегічної галузі опори національної економіки слід виділити чотири напрями:

- 1) розумний сервіс;
- 2) розумний бізнес;
- 3) розумне управління;
- 4) розумні державні справи.

Концепція розумного туризму поділяється на чотири сфери:

- 1) Інтернет + туризм;
- 2) великі дані + туризм;
- 3) Інтернет речей + туризм;

4) штучний інтелект (AI) + туризм. Інтернет + туризм - це поєднання онлайн-туризму та офлайн-туризму через Інтернет [1].

Концепція розумного туризму включає розумні послуги, які є основним бізнесом розумного туризму та його ключовою рушійною силою. Основна форма інтелектуальних послуг у туристичній індустрії полягає у тому, що різноманітні постачальники туристичних послуг використовують інтелектуальні технології та засоби для обслуговування туристів, кращого задоволення потреб туристів щодо харчування, проживання, подорожей, подорожей, покупок та розваг, а також покращення туризму, націлених на підвищення якості та цінності туристичних послуг.

Розумний бізнес в основному спрямований на постачальників туристичних послуг, стосується комплексного використання різноманітних інтелектуальних технологій для здійснення різноманітної бізнес-діяльності, включаючи електронну комерцію та мобільну комерцію, щоб реалізувати інтелект підприємницької діяльності та створити вищу цінність бізнесу.

Концепція розумного туризму в основному спрямована на різні напрямки управління туристичною діяльністю, стосується розумного управління туристичною сферою, мальовничими місцями, готелями, туристичними маршрутами, транспортом та іншими видами туристичних ресурсів шляхом комплексного використання інтелектуальних технологій [2].

Розумні урядові державні установи, включаючи туристичні органи всіх рівнів, є незамінними учасниками туристичної діяльності. Завдяки всебічному застосуванню інтелектуальних технологій, підвищення рівня державного управління та спроможності надання послуг у туристичній індустрії зростає роль інтелектуального уряду в галузі туризму. Розумний уряд включає не лише поглиблене застосування електронного уряду та мобільного уряду, але й інноваційні моделі державного управління та надання

послуг на основі розумних технологій. Уряди всіх рівнів надають великого значення розвитку інформатизації туризму. Інформатизація туризму відкрила історичну можливість для розвитку, уряди та туристичні агенції надають великого значення розвитку індустрії туризму та інформатизації туризму.

У концепції туризму щодо прискорення розвитку індустрії туризму висувається стратегічна мета перетворення туризму на стратегічну галузь опори національної економіки та сучасної індустрії послуг. Інформатизація є основним шляхом підвищення ефективності туристичних послуг, органи управління туризмом на всіх рівнях також повністю визнають важливість і невідкладність роботи з інформатизації туризму, заклали міцну основу для швидкого розвитку інтелектуального туризму.

З метою сприяння процесу розвитку інформатизації туризму та зміцнення єдиного планування та керівництва інформатизацією туризму відповідні департаменти та відділи сформували плани інформатизації туристичної індустрії на національному рівні. Концепція націлена на те, щоб забезпечити макроспрямування щодо розвитку інформатизації туризму, забезпечити керівництво інформатизації туризму.

Концепція інформатизації туристичних послуг у Китаї включає:

1) стандартну специфікацію національних туристичних інформаційних ресурсів і побудови бази даних, щоб зміцнити побудову національної туристичної маркетингової платформи та покращити інформаційні можливості туристичних напрямків;

2) вдосконалення системи управління індустрією туризму, щоб прискорити створення системи державних послуг у сфері туризму, створити національну систему моніторингу та прогнозування пасажиропотоку у ключових мальовничих місцях, посилити просування бренду та нарощування потенціалу туристичної сфери, створити систему оцінки та нагляду за туристичним напрямком;

3) посилення застосування технології інтерактивного досвіду в маркетингових інноваціях у сфері туризму сприяє застосуванню мобільних інформаційних технологій у туристичних послугах під час транзиту, поглиблення застосування технології динамічного розвитку та управління туризмом, розробка нових технологій у туристичних напрямках з метою просування технологій розумного туризму;

4) сприяння інформатизації туристичних підприємств та оптимізації середовища туристичної електронної комерції, включає подальше сприяння інформатизації туристичних підприємств, заохочення інтегрованого розвитку онлайнових і офлайнових послуг, встановлення та вдосконалення норм транзакцій і технічних стандартів туристичної електронної торгівлі, прискорення будівництва кредитної системи електронної комерції у туризмі [3].

З хмарними обчисленнями та іншими технічними платформами як ядром розвитку концепції креативного туризму слід:

1) реалізувати інтенсивне створення ресурсів туристичної інформації та послуг на вимогу;

2) агрегувати IT-ресурси, сховища і обчислювальні можливості, щоб сформувати пул віртуальних ресурсів у регіоні;

3) об'єднати ланцюг постачання, управління ресурсами підприємства, онлайн-маркетинг, онлайн-бронювання та інші системи професійних послуг, щоб надати туристичним підприємствам мережеве спільне обладнання та програмне середовище та сервіси додатків на вимогу;

4) зменшити ресурсні та технічні бар'єри для малих і середніх туристичних підприємств у використанні інформаційних технологій для здійснення господарської діяльності, підвищити ефективність досліджень, розробок і обслуговування додатків туристичної інформації.

Базуючись на системі цифрових туристичних послуг на основі високонадійної мережі, з туристичною карткою та інтелектуальними мобільними пристроями як термінальними вузлами обслуговування, туристичні агенції мають підтримувати міжгалузевий, міждепартаментський, міжпідприємницький обмін інформацією та ділову співпрацю, реалізувати онлайн-маркетинг туристичних ресурсів [4].

В основі концепції креативних технологій розумного туризму - забезпечення інтегрованої сервісної системи агентської дистрибуції турпродукту, електронної оплати та сертифікації, надання інформаційних послуг екскурсоводів. Поєднання Інтернету речей до 4G і 5 G, технологій віртуальної реальності формує віртуальний туризм, послуги щодо визначення місця розташування, інтелектуального гіда та інші сучасні технологічні туристичні послуги, сприяє розвитку таких галузей, як розваги, транспорт, нерухомість, культура та спорт.

Для пропаганди розумного туризму у Китаї у квітні 2013 року Beijing Dianfengmei Technology Co., Ltd. і Китайська національна туристична адміністрація вперше випустили «Інтегроване рішення для інтелектуального туризму в Китаї». Ця схема є першою незалежно організованою системою інтелектуального туризму в Китаї, яка охоплює понад 20 інтелектуальних схем, необхідних мальовничим місцям, готелям, агентствам управління туризмом і туристичним підприємствам у щоденному управлінні та експлуатації «інформатизації туризму». Інтегрована, універсальна форма упаковки обслуговує різні індустріальні ланцюги туризму у Китаї, який є прикладом розвитку розумного туризму, тому треба брати приклад, як на рівні уряду розробляється концепція туризму як національної стратегії розвитку.

В контексті упровадження концепції розумного туризму та індустрії

послуг як стратегічної галузі опори національної економіки розвиваються цифрові технології представлення інтелектуальних мальовничих місць, таких як інтелектуальні путівники для мальовничих місць, рішення платформи управління ресурсами мальовничих місць і системні рішення для моніторингу.

Концепція інтелектуального туризму в Китаї означає, що будівництво інформатизації туризму матиме повний набір науково-технічної підтримки, покладе край безладній ситуації «розпорошеного будівництва та відсутності правил, яких слід дотримуватися», вийде на новий етап інтелектуального туризму в Китаї. Аналіз великих даних може допомогти краще побудувати концепцію розвитку розумного туризму, визначити напрямок заохочення інвестицій і планування бізнесу.

Переваги big data + tourism з точки зору розумного туризму краще дозволять зрозуміти туристичні продукти та ринки в умовах конкуренції туристичних агенцій щодо залучення клієнтів [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г., Венгерська Н.С., Безкоровайна Л. В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії COVID-19. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2022. С.113-115.

2. Воронкова В.Г., Венгерська Н.С., Безкоровайна Л.В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. III Міжнародна науково-практична конференція «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності» 11-12 травня 2022 року. Запоріжжя. Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. С.302-304.

3. Венгерська Н.С., Воронкова В.Г., Безкоровайна Л.В. Креативні індустрії як нова модель зростання туристичної економіки. Всеукраїнська науково-практична конференція «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції» 27 травня 2022 року. Дніпро: Дніпровський гуманітарний університет, 2022. С.13-15.

4. Венгерська Наталя, Воронкова Валентина, Безкоровайна Лариса. Напрями розвитку креативного сільського туризму після пандемії COVID-19. «Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітянських систем сучасного суспільства». Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів-Торунь : Liga-Pres, 2022. С.668-672.

5. Regina Andriukaitiene, Valentyna Voronkova, Vitalina Nikitenko. Didigitalisation of the workplac. Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітніх систем сучасного суспільства». Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів-Торунь : Liga-Pres, 2022. С.658-662.

Пономарьов В.Д.¹, Кобелева Т.О.²

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

СФЕРИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ РОЗРАХУНКІВ

Автоматизація економічних розрахунків є одним з перспективних напрямків діяльності в роботі промислових підприємств. Наприклад, автоматизація бухгалтерського обліку передбачає, перш за все, вибір систем автоматизації бухгалтерського, податкового та управлінського обліку з наявних на ринку програм і їх адаптацію з урахуванням специфіки діяльності клієнта. Крім того, участь в адаптації системи автоматизації перелік вимог і особливостей діяльності конкретного клієнта. Як правило, послуги з підбору, впровадження та налагодження системи автоматизації бухгалтерського обліку тісно пов'язані з такими послугами, як навчання персоналу роботі в цій системі. В аудиті та супутніх послугах аудитор надає різні рівні впевненості. При цьому впевненість розглядається як переконання аудитора щодо достовірності передумов складання економічної звітності, що подаються стороною, що звітує, і призначених для використання передбачуваними користувачами.

Для забезпечення такої впевненості аудитор оцінює докази, зібрані в результаті проведених процедур, і робить висновок про відсутність суттєвих викривлень у економічній звітності. Ступінь досягнутої переконаності і, отже, рівень довіри, яку можна забезпечити, визначається на підставі результатів проведених процедур. Під час проведення аудиту аудитор повинен забезпечити розумний, але не абсолютний рівень впевненості в тому, що перевірена інформація не містить суттєвих викривлень. В аудиторському висновку його виражається у вигляді позитивної розумної впевненості.

1. При проведенні перевірки аудитор забезпечує обмежений рівень впевненості в тому, що інформація, що підлягає перевірці, не містить суттєвих викривлень. У висновку відгуку це виражається у вигляді негативної довіри.

2. У разі узгоджених процедур аудитор повинен надати лише звіт про зазначені факти без запевнень. Натомість представникам суб'єкта господарювання або користувачам звіту надається можливість оцінити

проведені процедури та факти, представлені у звіті, та зробити власні висновки на основі даних роботи аудитора.

3. При складанні економічної інформації користувачі інформації отримують вигоду від участі аудитора з відповідною кваліфікацією економічного обліку, але аудитор не висловлює жодної впевненості у звіті.

Мета огляду економічної звітності полягає в тому, щоб дати можливість аудитору визначити на основі процедур, які не надають всіх доказів, необхідних для проведення аудиту, чи привернуло увагу аудитора щонебудь, що змусило б його припустити, що фінансова (бухгалтерська) звітність складена не в усіх суттєвих аспектах відповідно до встановлених вимог до її складання. Для тих самих цілей проводиться огляд фінансової або іншої інформації, підготовленої згідно з відповідними критеріями. Огляд складається в основному із запитів і аналітичних процедур, спрямованих на загальну перевірку достовірності передумов складання економічної звітності, за які відповідає сторона, що звітує, і призначених для використання передбачуваними користувачами. Хоча огляд передбачає застосування аудиторських навичок, а також збір доказів, оцінка систем економічного обліку та внутрішнього контролю, перевірка економічних записів та відповідей на запити шляхом збору підтверджуючих доказів, отриманих під час перевірки, спостереження, підтвердження та підрахунку (тобто специфічні для аудиту процедури), як правило, не передбачені.

При дотриманні узгоджених процедур аудитор наймається для проведення аудиторських процедур, щодо яких досягнуто згоди між аудитором, суб'єктом господарювання та третіми особами (наприклад, організацією, яка є власником або покупцем, кредитною організацією, що розглядає благонадійність позичальника тощо), а також для підготовки звіту про зазначені факти. Одержувачі звіту повинні сформулювати власні висновки на основі даних роботи аудитора. Звіт надається лише сторонам, які погодилися провести ці процедури, оскільки інші сторони, які не знають про причини процедур, можуть неправильно інтерпретувати їх результати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

2. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.

3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012)

Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

4. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

5. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

Потапов Ф.В.¹, Перерва П.Г.², Мехович С.А.³

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

³д.е.н., професор кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНСТРУЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНІКИ

Оцінка ефективності проектного забезпечення інновацій в рамках проектної документації представляється у вигляді сукупності єдиних методологічних і методичних принципів, заснованих на певних критеріях, які відображають відповідність інновацій цілям проекту.

На нашу думку, ефективність проектних рішень, заснованих на впровадженні інновацій, повинна визначатися шляхом порівняння критеріїв, заснованих на принципах безпеки. Під критеріями безпеки інновацій пропонуємо розуміти граничні значення кількісних і якісних показників стану будівельних конструкцій, будівельних матеріалів і технологій в умовах експлуатації, відповідні допустимому рівню ризику аварії.

Розрахунок порівняльної економічної ефективності здійснюється відповідно до нормативно-технічних документів проектної діяльності. Розрахунки економічної ефективності повинні проводитися для розробки техніко-економічних обґрунтувань впровадження інновацій в проект. Розробка інновацій в рамках конструкторської документації спрямована на підвищення якості дизайн-проектів, що вимагає попереднього вивчення і аналізу рішень інноваційних бізнес-структур і технічних замовників результатів їх діяльності з метою зниження витрат на проектування за рахунок впровадження інновацій. Удосконалення методів управління за рахунок проектного впровадження інновацій, спрямованих на впровадження організаційно-управлінських рішень, дозволить перемагати в конкурентному процесі в конкурентній боротьбі на ринку дизайнерських послуг.

Розрахунок економічного ефекту заходів, спрямованих на вдосконалення методів управління, планування і організації, проектної та проектної діяльності, вимагає спеціальних методів її визначення. Наші

рекомендації не ставлять цілей і завдань, щоб охопити всі методи оцінки ефективності. Вони детально описують оцінку на основі критеріїв та виділяють експрес-метод оцінки ефективності інновацій як частини проектної документації.

Оцінка нововведень на основі критеріїв на стадії проектування дизайну включає в себе ряд етапів.

1. Суть оцінки ефективності інновацій у складі проектної документації полягає у розгляді їх відповідності кожному з критеріїв (оцінка на основі критеріїв).

2. Основним критерієм оцінки нововведень в проектній документації є система критеріїв безпеки нововведень на відповідність необхідної міцності і стійкості при можливих несприятливих комбінаціях проектних навантажень.

3. Визначення значень критерію безпеки нововведень має здійснюватися на основі багатофакторного аналізу наступної інформації: наявність розрахунків міцності; наявність розрахунків стійкості; наявність розрахунків на надійність.

4. При оцінці можливості знищення елемента інновації дизайнер / проектувальник повинен визначити можливі види руйнування, виявити відповідні характеристики, за якими можна судити про ступінь небезпеки.

5. Еквівалентними критеріями оцінки інновацій на стадії проекту є:

- фінансово-економічні критерії: потенційний річний прибуток; очікувана норма чистого прибутку; відповідність інноваційної діяльності критеріям економічної ефективності інвестицій;

- науково-технічні критерії: ймовірність технічного успіху інновації; патентне оформлення (чи було порушено патентне право когось із патентовласників); унікальність продукції (відсутність аналогів);

- виробничі критерії: необхідність технологічних нововведень для реалізації проекту; відповідність проекту існуючим виробничим потужностям;

- екологічні критерії: можливий шкідливий вплив нововведення на навколишнє середовище; еколого-правовий супровід інноваційної діяльності;

- критерії енергоефективності: відповідність питомим витратам енергоресурсів і теплозахисним властивостям інновації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу

кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.

4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliava T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.

Саннікова С.Ф.¹, Кедич А.С.²

¹ к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

² здобувач вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

ФАКТОРИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасний економічний розвиток відбувається переважно на інноваційній основі, тому велике значення набувають активізація інноваційної діяльності, спроможність підприємств до інноваційного розвитку. Інноваційний розвиток проявляє себе як перехід системи на якісно новий рівень, відображає новий стан та підвищує потенціал. Характерним є те, що інноваційний розвиток пов'язаний із сталим розвитком, основними складовими якого є економічна, екологічна та соціальна [1, с. 141-142].

Активізація інноваційної діяльності полягає в прискоренні створення інновацій та їх практичній реалізації. Інноваційна діяльність є необхідністю для «виживання» в конкурентному середовищі. За просування інновацій у практику інноваційної діяльності відповідає механізм управління інноваціями, який базується на чотирьох ключових моментах: визначення мети змін, розробка інновацій, випробування інновацій та їх впровадження у виробництво, дифузія інновацій [2, с. 50].

Інноваційна активність забезпечує конкурентоспроможність підприємств у довгостроковій перспективі за рахунок інтенсивного впровадження інновацій у господарську діяльність. Але існують фактори, які гальмують інноваційну активність, це: нестача власних коштів та великі витрати на нововведення, високі кредитні ставки, недостатня фінансова підтримка держави, високий економічний ризик, не високий попит на інноваційну продукцію тощо. На даному етапі в складних умовах господарювання, коли бізнес має недолік вільних для інвестицій коштів та несе високі економічні ризики через нестабільність зовнішнього середовища,

на перший план виходять організаційні заходи з підготовки до сприйняття та генерування інновацій, впровадження дієвих мотиваційних систем до інноваційної діяльності, формування інноваційної культури підприємства.

Цінність інновацій повинна проявлятися не тільки в прикладному сенсі, дозволяючи генерувати ідеї та створювати інновації, а й у світогляді, сприяючи інноваціям. Важливим є локалізація інноваційних процесів і створення інтелектуальних робочих осередків [3]. Інновації – це здатність до нового мислення, до переосмислення стереотипів і догм. Важливу роль в формуванні креативного працівника відіграє розвиток інноваційного мислення. Інноваційне мислення – це здатність думати творчо та генерувати нові рішення для розв’язання складних проблем. Його розвивають шляхом навчання та практики. Воно дозволяє швидко виявляти проблеми та шукати ефективні рішення, підвищувати ефективність підприємницької діяльності.

Мотивування до інноваційної діяльності персоналу, здатного творчо мислити та продукувати нові ідеї, повинно включати матеріальні методи мотивації, але в значному ступені базуватися на нематеріальних мотивах до праці, таких як: кар’єрне зростання, залучення до управління компанією, можливості вибору сфер досліджень та праці, самореалізації, саморозвитку.

Забезпеченню готовності сприйняття та використання у практичній діяльності інновацій сприяє інноваційна культура, яка відображає рівень розвитку інноваційних процесів та втілює знання, досвід, переконання, особливості поведінки і взаємовідносин персоналу. Важливим є формування інноваційної культури компанії задля підвищення ступеня сприяння інновацій, готовності втілення їх у нові продукти, технології, управлінські рішення тощо.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що самий цінний капітал компанії, який здатний забезпечити їй конкурентні переваги, – це творчі співробітники, які володіють інноваційним мисленням. Розвиток інноваційного мислення персоналу дозволяє компаніям швидко адаптуватися до змін, отримати конкурентні переваги на ринку, підвищити ефективність бізнесу. Для реалізації інновацій необхідно застосування дієвої системи мотивування персоналу до інноваційної діяльності. Вихідним пунктом активізації інноваційних процесів на підприємстві та основою для інноваційного розвитку є формування інноваційної культури компанії.

Отже, компанії, які можуть знаходити нові інноваційні продукти та послуги, мають більші шанси на успіх на ринку. В сучасних умовах тяжкої політичної і економічної ситуації в країні і воєнних дій першочерговими факторами активізації інноваційної діяльності суб’єктів господарювання повинні стати організаційні заходи з підготовки до сприйняття та генерування інновацій, пошук здатних до генерування ідей співробітників, розвиток інноваційного мислення працівників компанії, мотивування персоналу до

інноваційної діяльності, формування інноваційної культури підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сидорчук І. Сутність та зміст основних понять, що складають термінологічний апарат управління інноваційним розвитком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. №1 (314). С.139-143.
2. Краус Н.М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.
3. Антохов А.А., Клевчик Л.Л. Наукові основи співпраці та кооперації у сфері інновацій та інтелектуальної праці. *Ефективна економіка*. 2023. №3. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1265>.

Слюсарь М.Ю.¹

¹аспірант спеціальності 073 «Менеджмент» кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

МЕРЕЖЕВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Актуальність дослідження у тому, що Інтернет, великі дані, хмарні обчислення, штучний інтелект та інші мережеві інформаційні технології нового покоління процвітають, низка нових компаній, що розробляють інтернет-платформи, стрімко розвиваються. Мета дослідження – концептуалізація мережевих платформ як чинників розвитку цифрової економіки, які кардинально змінюють виробництво та спосіб життя у різних сферах економіки та суспільства. Мережеві платформи стають важливою організаційною моделлю в епоху цифрової економіки, її атрибути безпосередньо пов'язані з правилами управління платформою та обов'язками управління, орієнтацією державного нагляду.

Поглиблений аналіз властивостей і характеристик нових Інтернет-платформ має важливе практичне значення для впровадження інклюзивних і обачливих нормативних вимог, побудови нової нормативної бази, яка адаптується до розвитку економіки платформ. Завдяки новому поколінню інформаційних технологій процвітають різноманітні види бізнесу та додатків, модель організації платформи приймається, щоб залучити різні групи користувачів та полегшити транзакції між різними користувачами шляхом надання інформації послуги. Нові інтернет-платформи є організаторами та важливими носіями онлайн-ринкових операцій. З одного боку, нова Інтернет-платформа є ринковою організацією, яка є посередником і зв'язує численні групи для сприяння їх взаємодії. Їх спільною рисою є надання фізичних або

віртуальних місць для взаємодії між різними групами клієнтів, надання посередницьких послуг і підтримання порядку на платформі.

Інтернет подолав обмеження регіонів, часу та простору. Створюючи різноманітні інноваційні платформи бізнес-додатків, підприємства можуть інтегрувати численні ресурси у глобальному масштабі. Ці новітні Інтернет-платформи встановлюють правила платформи, щоб зменшити витрати на транзакції між клієнтами та підтримувати порядок транзакцій на платформі. Це новий тип організації ринку. З іншого боку, нові інтернет-платформи - це ліцензовані онлайн-платформи, які надають інформаційні послуги або контент-послуги на основі даних та алгоритмів. Щоб вирішити проблему узгодження міжрегіональної інформації про попит і пропозицію, нова Інтернет-платформа технічно збирає різноманітні дані, такі як основна інформація про попит і пропозицію, інформацію про продукт або послугу, інформацію про відгуки користувачів і використовує програмні алгоритми для забезпечення пошуку, ставок, планування, оплати. Кредитні та інші послуги для узгодження попиту та пропозиції, підвищення ефективності транзакцій потребують отримання ліцензії, виданої відповідними регуляторними органами. Нові інтернет-платформи поступово стають ключовою ланкою в екосистемі цифрової економіки. Нові Інтернет-платформи використовують переваги мережевої економіки та покладаються на свої переваги на ринку основного бізнесу, щоб проникнути в інші галузі та побудувати цифровий економічний ланцюжок на основі відповідних видів діяльності. В ланцюжку компанії-платформи видають правила платформи, щоб чітко вказати суб'єктний доступ, норми поведінки, перегляд вмісту, якість послуг, захист користувачів, вирішення суперечок, запобігання незаконній інформації, налаштувати відповідні оцінки користувачів, кредитні системи та інші стимули і обмеження.

Насправді, покладаючись на такі переваги, як технологія, обчислення, дані та масштаб користувача, нові інтернет-платформи стали установниками правил роботи платформи, підтримуючи порядок роботи платформи та носіями цифрової екосистеми платформи. З постійним удосконаленням нових Інтернет-платформ з точки зору масштабу користувачів, частки ринку та впливу, деякі вважають, що нові Інтернет-платформи стали інфраструктурою або комунальними послугами, тоді як інші вважають, що вони є ключовою інформаційною інфраструктурою, а інші вважають, що це необхідний об'єкт.

Нові Інтернет-платформи відрізняються від традиційної інфраструктури чи комунальних послуг. Традиційно інфраструктура або комунальні послуги зазвичай означають фізичні об'єкти, активи та мережі, такі як електромережі, мережі нафто- та газопроводів тощо, а також включають нові інфраструктури, такі як промисловий Інтернет та Інтернет

речей. Більшість нових інтернет-платформ складаються з кластерів віддалених серверів або центрів обробки даних, інтерфейсів прикладного програмування (API) для сторонніх продавців і програм (APP) або веб-сайтів для терміналів користувачів. Його ключовими активами є ресурси великих даних і бібліотеки алгоритмів, а його конкурентні переваги походять від технологічних інновацій, мережевих ефектів і ефекту масштабу. У зв'язку з цим регуляторні органи можуть приймати відповідні стратегії для сприяння здоровій конкуренції на ринку платформ і підтримувати ринковий порядок справедливої конкуренції. Мережева платформа стосується веб-сайту, який використовує веб-сайт для просування та продажу продуктів або послуг, зокрема: онлайн-маркетинг, Інтернет-маркетинг, онлайн-маркетинг, онлайн-маркетинг тощо. Усі ці слова означають те саме. Загалом, мережевий маркетинг - основний засіб маркетингової діяльності. Інтернет-маркетинг має сильні практичні характеристики, і відкриття загальних методів і правил Інтернет-маркетингу на практиці є більш практичним, ніж порожні теоретичні дискусії. Головне - зрозуміти справжнє значення та мету мережевого маркетингу, тобто повністю зрозуміти нове маркетингове середовище Інтернету та використовувати різноманітні Інтернет-інструменти для забезпечення та підтримки корпоративних маркетингових заходів. Зі зрілістю розвитку Інтернет-технологій і низькою вартістю мереж Інтернет є своєрідним «універсальним клеєм», який з'єднує підприємства, групи, організації та окремих осіб у часі та просторі, роблячи обмін інформацією між ними «на кінчики пальців». Найважливішим у маркетингу є поширення та обмін інформацією між організаціями та окремими особами. Якщо немає обміну інформацією, то транзакція є джерелом нічого.

Мережева платформа стосується веб-сайту, який використовує веб-сайт для просування та продажу продуктів або послуг, зокрема: онлайн-маркетинг, Інтернет-маркетинг, онлайн-маркетинг, онлайн-маркетинг тощо. Усі ці слова означають те саме. Інтернет-маркетинг має сильні практичні характеристики, і відкриття загальних методів і правил Інтернет-маркетингу на практиці є більш практичним, ніж порожні теоретичні дискусії. Головне - зрозуміти справжнє значення та мету мережевого маркетингу, тобто повністю зрозуміти нове маркетингове середовище Інтернету та використовувати різноманітні Інтернет-інструменти для забезпечення ефективної підтримки корпоративних маркетингових заходів. Зі зрілістю розвитку Інтернет-технологій і низькою вартістю мереж Інтернет є своєрідним «універсальним клеєм», який з'єднує підприємства, групи, організації та окремих осіб у часі та просторі, роблячи обмін інформацією між ними «на кінчики пальців».

Мережна платформа – це онлайн-платформа, яка використовує Інтернет-технології для надання користувачам різноманітних послуг і ресурсів. Це може бути веб-сайт, програма, система або спільнота. Існує

багато типів мережевих платформ, які можна розділити на такі категорії відповідно до різних функцій і областей: 1. Платформа електронної комерції. Платформи електронної комерції – це онлайн-платформи, які торгують товарами чи послугами через Інтернет, наприклад Taobao, JD.com, Pinduoduo тощо. 2. Соціальні платформи. Соціальні платформи – це онлайн-платформи для міжособистісного спілкування та обміну інформацією через Інтернет, такі як WeChat, QQ, Weibo тощо. 3. Платформа контенту. Платформи вмісту стосуються онлайн-платформ, які надають різні форми вмісту через Інтернет для перегляду та споживання користувачами, наприклад Zhihu, Douyin, Bilibili тощо. 4. Освітня платформа. Під освітніми платформами розуміються онлайн-платформи, які надають різні форми освітніх ресурсів і послуг через Інтернет, щоб користувачі могли навчатися та тренуватися, наприклад Китайський університет МООС, Tencent Classroom, Cloud Classroom тощо. Серед онлайн-платформ останнім часом стрімко розвиваються освітні платформи. Особливо під час епідемії онлайн-викладання стало новою нормою.

Платформна економіка - це нова економічна система, заснована на цифрових технологіях, що складається з керованих даними, підтримуваних платформою та координованих мережею одиниць економічної діяльності. Це загальний термін для різних економічних відносин, заснованих на Інтернет-платформах . З популяризацією Інтернету економіка платформ стала головною силою розвитку цифрової економіки моєї країни та займає важливе місце в національній економіці.

Компанії-платформи швидко розвиваються, постійно сприяючи появі нових моделей і нових форматів і відіграючи позитивну роль у сприянні економічному розвитку, технологічному прогресу та зайнятості. Однак також виникли такі проблеми, як недобросовісна конкуренція та недостатні можливості для технологічних інновацій. Інтернет-платформа заснована на інформаційно-комунікаційних мережевих технологіях і забезпечує носій для з'єднання, взаємодії, узгодження та створення вартості для двосторонніх і багатосторонніх суб'єктів ринку. Зважаючи на довгу історію, платформа зараз не є унікальною, а офлайн-платформи, такі як базари, які люди часто бачать, існували з давніх часів. Стародавня платформа може бути відроджена та очолити новий економічний розвиток сьогодні, заснований на появі нового витка технологічної революції, підтримуваної Інтернетом, мобільним Інтернетом, Інтернетом речей, великими даними, хмарними обчисленнями, штучним інтелектом, блокчейном та розумним пристрої Інтернет-платформа.

З різних вимірів існують різні розуміння платформи. З точки зору створення вартості платформа - це бізнес-модель; з точки зору промислової та комерційної реєстрації платформа - це підприємство; з точки зору розподілу ресурсів платформа - це ринок; з точки зору функції - платформа це

інфраструктура. Очевидно, що платформа – це складна економічна та соціальна організація з кількома функціями та багатьма атрибутами. Відповідно, платформи мають деякі відмінні характеристики: цифрове підключення, двосторонні та багатосторонні ринки, мережеві ефекти, створення вартості тощо. Дані є важливим фактором виробництва для розробки платформи.

Розвиток платформ можна назвати найважливішою бізнес-подією з 21 століття. Він об'єднує людей і людей, людей і речі, речі і речі, послуги і послуги з безпрецедентною силою. Через платформу люди за тисячі миль від них спілкуються один з одним, торгують і здійснюють ефективний розподіл праці та співпрацю. Платформа також має багато інших переваг. Наприклад: значно зменшити транзакційні витрати, покращити виробничі та операційні можливості та ефективність розподілу ресурсів, полегшити життя людей, допомогти малим і мікропідприємствам розпочати власний бізнес, а також сприяти споживанню, обігу та торгівлі. Можливо, платформи є ключовими факторами цифрової торгівлі. Платформа робить світ плоским, швидким і простим. Модель платформи в поєднанні з цифровими та інтелектуальними технологіями значно підвищить ефективність виробництва. Модель платформи відповідає бізнес-логіці цифрової ери. Економіка платформи є сумою серії економічних видів діяльності, заснованих на платформі. Різні типи платформ створюють різні типи економіки платформ.

Економіка платформ стала важливою частиною цифрової економіки та новою рушійною силою економічного зростання. Економіка платформи перебуває на стадії швидкого зростання, тому необхідно дотримуватися концепції інклюзивності, регуляторної нейтральності, збалансувати зв'язок між наглядом та просуванням інновацій, своєчасно інновувати традиційну нормативну базу та створити платформу, яка відповідає характеристикам правила доступу, які адаптуються до особливостей розвитку економіки платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Слюсарь М.Ю. Методологія дослідження IoT-платформ як складних інформаційних конструкцій управління мережами/даними, комунікаціями Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2022» : у 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т.5. С.80-82.

Тебенко В.М.¹

¹к.е.н., доцент ТДАТУ імені Д. Моторного, Україна

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ

У 2021 році соціально-економічний розвиток Запорізької області у

цілому характеризується позитивними тенденціями, які насамперед сформовано за рахунок промисловості, агропромислового комплексу, активної зовнішньоекономічної діяльності, а також надходжень до місцевих бюджетів.

Активізація підприємництва, зростання масштабів і ефективності функціонування підприємницького сектору є одним з головних чинників позитивних структурних змін та модернізації економіки регіону, становлення нових ресурсів економічного поживлення, підвищення якості життя [1].

Щорічно в Україні, на підставі наявних даних офіційної статистики та інформації центральних та місцевих органів виконавчої влади, проводиться соціально-економічний моніторинг регіонів. Оцінка здійснюється за 64 показниками, що характеризують ситуацію за 12 напрямками в різних сферах соціально-економічного розвитку регіонів. Можна відмітити, що Запорізька область в рейтингу регіонів країни за показниками розвитку малого та середнього підприємництва в останній рік покращила свою позицію. За проведеним аналізом можна стверджувати що в регіоні більший розвиток мають суб'єкти малого підприємництва.

Важливими показниками економічного стану підприємництва в регіонах є кількість малих та середніх підприємств в розрахунку на 10 тис. осіб населення. Кількість суб'єктів середнього підприємства за підсумками 2020 року в Україні зросла до 4,3 одиниць (проти 4,2 одиниць у 2019 р.), в той час як кількість суб'єктів малого підприємства збільшилася з 448,8 до 468,3 одиниць. Запорізька область за показниками кількості суб'єктів як середнього так і малого підприємства знаходиться на 9 та 11 місцях в регіональному рейтингу відповідно (рис. 1). Рівень перелічених показників збільшується, але він є нижчим за середньоукраїнський [2].

Можна відмітити незначне зменшення показника частки обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами середнього підприємства. В середньому по країні він зменшився з 39,9 до 39,6 %. Однак за цим показником Запорізька область є одним із регіонів-аутсайдерів з показником 26,1%.

В той же час відбулося збільшення показника обсягу реалізованої продукції суб'єктами малого підприємства у загальному обсязі реалізованої продукції в середньому по країні з 25,6 до 27,6 %. Рівень цього показника по Запорізькій області перевищував середньоукраїнський та збільшився з 27,7 до 30,6 %, але в рейтингу за ним регіон був на 18 місці.



Рисунок 1. Місце Запорізької області в рейтингу регіонів країни за показниками розвитку малого та середнього підприємництва

Серед загальних проблем, які вплинули на погіршення стану розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва, можна віднести: зростання затратності виробництва, обмежений доступ до фінансово-кредитних ресурсів, недостатньо розвинена мережа об'єктів інфраструктури підтримки суб'єктів МСП, нестабільне регуляторне середовище, високий рівень конкуренції, відсутність технологій впровадження досягнень науково-технічного прогресу у підприємницьку діяльність, відсутність бюджетної підтримки заходів з розвитку підприємництва, брак кількості висококваліфікованих управлінців, недостатня поінформованість стосовно нових можливостей для розвитку; карантинні заходи, запроваджені у зв'язку з епідемією COVID-19.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку: Монографія / Л.О. Андреева, Л.О. Болтянська, М.І. Грицаєнко та нш. Мелітополь, Люкс, 2021. 300 с. (Власний внесок 2,02 у.д.а.)
2. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за 2020 рік URL: <https://dei.kyivcity.gov.ua/content/za-2020-rik1.html>
3. Завадських Г. М., Тебенко В.М., Терещенко М.А. Регіональні особливості розвитку малого підприємництва MODERN SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference Stockholm, Sweden 20-22 September 2020. с. 428-434.

Трашков В.Д.¹, Нікітенко В.О.²

¹аспірант спеціальності 073 «Менеджмент» кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

²доктор філософських наук, професор, професор. кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СФЕРУ МЕДИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА УСТАНОВ

Розвиток цифрової економіки має велике значення і є стратегічним вибором для використання нових можливостей нового витка технологічної революції та промислової трансформації у сфері медицини. Цифровізація, використання нових Інтернет-технологій для трансформації традиційних галузей промисловості в комплексі та по всьому ланцюгу, підвищують загальну продуктивність факторів виробництва та дають повну можливість посиленню, суперпозиції та множенню ефектів цифрових технологій на розвиток медицини. Рівень розвитку цифрової економіки пов'язаний з промисловою цифровізацією, яка є важливою характеристикою розвитку цифрової економіки.

Промислова цифровізація - це застосування нового покоління цифрових технологій, головним напрямком якого є випуск цінностей і розширення можливостей даних як основного напрямку, для здійснення всесторонньої та повної трансформації традиційних галузей. Прискорення просування промислової цифровізації та розширення можливостей промислової трансформації та модернізації за допомогою цифрових технологій має велике значення для реалізації глибокої інтеграції та розвитку традиційних галузей промисловості та цифрових технологій, а також впливу на сферу медичних закладів та установ. Зараз економічний розвиток стикається з потрійним тиском скорочення попиту, шоку пропозиції та ослаблення очікувань.

Сприяння цифровій трансформації традиційних галузей промисловості та розширення можливостей промислової трансформації та модернізації за допомогою цифрових технологій не лише створить нові інвестиційні можливості та ефективно розширить внутрішній попит, але й сприятиме технологічним інноваціям та промисловій трансформації, розширить межі виробничих можливостей та ефективно захистить від зростання витрати на оплату праці.

В її основі - підвищення ефективності виробництва та корпоративної прибутковості, формування нових точок росту та полюсів зростання, відкриття нового простору для якісного розвитку [1].

По-перше, сприяння цифровізації промисловості є важливою

рушійною силою зростання у сфері медицини. З одного боку, просування промислової цифровізації може розширити межі можливостей споживання, створити нові сценарії споживання, моделі споживання та типи послуг, змінити пізнання та концепції споживачів, підвищити готовність до споживання, збагатити споживчий вибір і стимулювати потенційний споживчий попит, направляти та сприяти новому споживанню; з іншого боку, сприяння цифровізації промисловості може не тільки стимулювати інвестиції в нові галузі та нові сектори медицини, але й стимулювати інвестиції в галузі та сектори медичних закладів та установ.

По-друге, сприяння цифровізації промисловості є важливим шляхом до підвищення ефективності виробництва у сфері розвитку цифрової медицини. Сприяння цифровій трансформації традиційних галузей може не тільки підвищити продуктивність праці шляхом сприяння збігу людей і робочих місць і забезпечити інтелектуальні інструменти та технології, але також підвищити продуктивність капіталу шляхом підвищення точності інформації та ефективності збору, обробки та аналізу, а також може підвищити загальну продуктивність факторів виробництва у сфері медицини шляхом стимулювання інновацій.

По-третє, сприяння цифровізації промисловості може сприяти розвитку промислової інтеграції. Сприяння промисловій цифровізації сприяє широкому використанню цифрових технологій і всебічній циркуляції та циркуляції даних. Це не тільки робить технічні зв'язки між традиційними галузями промисловості ближчими, але також сприяє зв'язку попиту та пропозиції між галузями та розширює ланцюг у сфері медицини від вгору за течією до нижньої течії.

По-четверте, сприяння цифровізації промисловості може породити нові галузі, нові формати та нові моделі у сфері медицини. З розвитком цифрових технологій і прогресом цифрової трансформації з'явилася велика кількість нових галузей. Наприклад, інтеграція цифрових технологій і біонауки створила індустрію біочіпів; поєднання цифрових технологій і галузі медицини породило нову галузь медичних технологій, яка значно покращила спосіб і досвід лікування; інтеграція цифрових технологій Розвиток енергетичної Інтернет-технології сприяють оптимізації структури енергоспоживання та екологічному розвитку. Подібним чином інтеграція цифрових технологій та інших сфер може створити різноманітні нові галузі, нові формати та нові моделі, викликаючи багатогалузеві, багаторівневі та системні зміни. З початку 21-го століття глобальні науково-технічні інновації вступили в безпрецедентно інтенсивний та активний період [2]. Новий виток технологічної революції та промислової трансформації змінює глобальну інноваційну карту та глобальну економічну структуру.

Індустріальна цифровізація демонструє такі основні тренди та

напрямки розвитку.

По-перше, промислова цифровізація проникає від точки до лінії до всієї екології. На даний момент промислова цифровізація почала формуватися від інтеграції підприємства до промисловості. У майбутньому промислова цифровізація пошириться від підприємств і галузей до всієї екології та медицини.

По-друге, цифрові технології стали ядром сприяння цифровізації медичної промисловості. Основні проблеми промислової цифровізації, такі як реалізація зв'язку між фізичним світом і цифровим світом, сприяння об'єднанню даних, реалізація хмарифікації традиційних центрів обробки даних і вирішення проблеми видобутку цінних даних у масивних базах даних, вимагають використання Інтернету речей і хмарних обчислень, великих даних, штучного інтелекту, промислового Інтернету та мереж 5G та інших цифрових технологій нового покоління для вирішення проблеми 3D-виробництва.

По-третє, дані стали ключовим елементом у просуванні промислової цифровізації. З одного боку, потік даних веде до потоку матеріалів, потоку технологій, потоку капіталу та потоку талантів. Елементи даних змінюють промисловий поділ праці та спосіб кооперації та сприяють режиму виробництва, стимулюючи інтенсифікацію, створення мереж, обмін, співпрацю та ефективність соціальних, виробничих, медичних факторів, сприяючи інноваціям та підвищенню ефективності виробництва. З іншого боку, самі дані мають важливу цінність, як важливий фактор виробництва, вони входять у виробничу функцію медичної галузі, що може покращити процес медичного виробництва та оптимізувати організаційну форму.

По-четверте, платформа стала важливим носієм промислової цифровізації. Платформа має більш точні можливості зіставлення інформації, більш ефективну операційну ефективність і можливості швидшого зворотного зв'язку з інформацією, а також діє як прискорювач і прискорювач цифрової трансформації. Зокрема, промислова Інтернет-платформа та споживча Інтернет-платформа сприяють комплексному з'єднанню та оптимальному розподілу корпоративних технологій, людських ресурсів, капіталу, даних та інших елементів, надаючи повну силу функціям технологічних досліджень і розробок, застосування технологій, обміну технологіями, розвиток промисловості та сприяння ланцюжку послуг, технологічному ланцюжку. Верхній і низхідний ланцюжок даних і ланцюг капіталу є більш скоординованими, що сприяє прискоренню цифрової трансформації всієї галузі медицини. Зіткнувшись з історичним етапом промислової цифрової трансформації та модернізації, медичні установи повинні рішуче скористатися можливістю, яку надає цифрова економіка, постійно вдосконалювати систему та механізм сприяння цифровізації

медичних установ, вивільняти ефект посилення та мультиплікації цифрової економіки на модернізацію медицини та сприяти розширенню цифрових ресурсів для розширення можливостей трансформації та модернізації медичної галузі [3]. Сприяння цифровізації медичної галузі - це складна системна інженерія, і дуже важливо зміцнити дизайн верхнього рівня. Хороша робота над дизайном верхнього рівня повинна висвітлити перспективні, стратегічні та загальні аспекти, комплексно розглянути вплив цифрової трансформації на розвиток медицини. Це має велике значення для модернізації медичної галузі та створення нових переваг у національній конкуренції. Те, чи зможемо ми прискорити незалежні інновації базових цифрових технологій нового покоління, тісно пов'язане з процесом цифрової трансформації медицини. З цією метою слід прискорити будівництво нової цифрової інфраструктури та консолідувати основу для цифрової трансформації медичної галузі,

Нове покоління цифрової інфраструктури є наріжним каменем прогресу цифровізації медичної галузі. Основна увага зосереджена на побудові інтелектуальної комплексної цифрової інформаційної інфраструктури, яка є повсюдною високошвидкісною, інтегрованою з хмарою та мережею, розумною та гнучкою, екологічною та низьковуглецевою, безпечною та керованою. Необхідно прискорити побудову комплексних платформ великих даних та промислових інтернет-платформ, прискорити трансформацію та модернізацію міських і сільських мереж широкосмугового зв'язку, комплексно покращити рівень інфраструктури Інтернету та ефективність роботи у медичних галузях та установах, Необхідно всебічно сприяти будівництву та плануванню основної національної науково-технологічної інфраструктури, національних лабораторій, повністю відкрити «артерію» медичної цифрової трансформації. Необхідно вдосконалити правила ринку для елементів даних, щоб забезпечити інституційні гарантії для прискорення цифровізації у сфері медицини. Ефективне функціонування ринку даних є важливою умовою сприяння її цифровізації.

Необхідно регулювати розвиток ринку даних через розумні та ефективні правила ринку, координувати розробку та використання даних, захист конфіденційності, прискорити створення медичних стандартів, встановити та вдосконалити операції з правами власності на дані та механізми щоб розвивати платформи у сфері медицини. Необхідно покращити класифікацію даних та систему захисту класифікації, посилити оцінку безпеки даних та сприяти безпечному та впорядкованому потоку даних, щоб забезпечити інституційні гарантії для цифрових трансформацій у сфері медицини. Для цього слід зосередитися на створенні безпечної цифрової медичної екосистеми для створення сприятливого середовища для сприяння цифровізації медицини.

Цифрова екологія тісно пов'язана з прискоренням цифрової трансформації медицини у цілому. Підтримуючи технологічні інновації промислових Інтернет-платформ і споживчих Інтернет-платформ та збільшуючи міжнародну конкурентоспроможність платформних компаній, необхідно прискорити вдосконалення роботи платформних компаній, активно сприяти інклюзивності, постійно оптимізувати цифрове середовище медичних організацій та установ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Трашков Володимир. Самоорганізація соціальних систем в умовах інформаційного суспільства. Цифрова трансформація соціо-економічних, управлінських та освітніх систем сучасного суспільства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів: Liga-Pres, 2022. С.396-402.
2. Трашков Володимир. Управління організаціями як складними соціально-економічними системами в умовах цифровізації. Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2022» : у 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т.5. С.85-86.
3. Трашков В.Д., Воронкова В.Г. Управління організаціями як складними соціально-економічними системами. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції за участю молодих науковців «Актуальні питання сталого науково-технічного та соціально-економічного розвитку регіонів України». Запорізький національний університет. Запоріжжя, ЗНУ, 2022. С.190-192.

Труш С.В.¹, Перерва П.Г.², Мехович С.А.³

¹аспірант НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

³д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

МЕХАНІЗМ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Якість - одне з головних вимог до продукту, що розробляється. Технічне оснащення нашої галузі і підвищені вимоги споживачів поставили проблему підвищення якості продукту на перше місце з усіх проблем, що вирішуються галуззю. Під якістю розуміється сукупність властивостей продукту, що визначають його придатність до використання за призначенням. Побудова сучасного конкурентоспроможного продукту немислима без належної якості всіх складових при його розробці. І вирішальна роль в цьому

процесі належить дизайнерської підготовки.

Конструкція виробу залежить від його правильної експлуатації та догляду. Конструкція виробу повинна виключати можливість включення несумісних рухів і режимів форсування. Паспорт та інструкція з експлуатації, складені конструктором або з його участю, повинні давати вичерпний опис виробу і умов правильної експлуатації. Чітке бронювання умов і режимів роботи машини, догляд за механізмами гарантує розрахункову надійність виробу. Крім того, важливу роль відіграє конструкція раціональної упаковки і технологія збереження продукту, що запобігає його передчасний вихід з ладу при доставці споживачеві.

Пропонується оцінювати якість проектної підготовки за допомогою трьох оцінок: технічної, товарної та економічної.

Технічна оцінка якості дозволяє визначити, який товар технічно краще іншого. Технічна оцінка визначає технічний рівень якості, включаючи технічну характеристику; надійність в експлуатації; простота управління і обслуговування; відсутність збоїв; довговічність і таке ін. Оцінка якості товару додає до технічної оцінки характеристику корисності товару, тобто придатності товару до виконання передбачуваних функцій.

Економічна оцінка враховує конкретні умови виробництва і показує, за якою ціною досягається те чи інше поліпшення якості, наприклад, ціна одиниці потужності або інший показник якості продукту. На практиці зустрічаються випадки, коли, наприклад, витрати на ремонт перевищують витрати на виготовлення нового виробу. Це означає, що розробник не приділяє належної уваги якості, довговічності виробу і його складових.

Боротьбу за високу якість продукту необхідно вести на всіх етапах його життєвого циклу. Певний рівень якості продукції закладається в конструкцію, забезпечується при виготовленні і підтримується в процесі експлуатації. Найважливішим етапом є етап проектування, який безпосередньо впливає на забезпечення якості продукту.

Конструктор закладає в конструкторську документацію не тільки принцип роботи і конструктивні особливості виробу, але і його показники (призначення, надійність, технологічність, стандартизація і уніфікація, ергономічні, екологічні, естетичні, патентно-юридичні, економічні та ін.). Для оцінки якості проектних робіт недостатньо керуватися тільки якістю конструкторської документації (відсутність помилок і упущень) або тільки експлуатаційними характеристиками виробу. При такій оцінці проект слід розглядати за всіма перерахованими вище показниками - за основу оцінки береться ефективність проектування. Ефективність конструкції виявляється, як правило, в процесі експлуатації виробу або за результатами випробувань. Однак деякі показники, такі як естетичний, ергономічний, стандартизація та уніфікація, можуть бути визначені з достатньою достовірністю з конструкторської документації.

Оцінка технічного рівня машин і обладнання проводиться в порівнянні з кращими зразками вітчизняного та зарубіжного машинобудування. Стандарт може бути прийнятий за реальний продукт або умовно прийнятий, до якого встановлені вимоги, що містять всі необхідні показники якості. Умовно прийнятий стандарт створюється на основі аналізу групи продукції, показники якої прийняті в стандарті. Продукція, що становить базову групу, повинна бути: аналогічною за призначенням, класом і умовами експлуатації; представити продукцію, що становить значну частину загального обсягу аналогічної продукції, виробленої і реалізованої в країні і за кордоном; характеризують рівень якості в певний момент часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fimm.kpi.ua/article/view/108749>
2. Кобелєва Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobieliєva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
5. Tkachova N., Kobieliєva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations*: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala. 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

Тюфанов Г.Л.¹, Перерва П.Г.², Мехович С.А.³

¹аспірант НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

³д.е.н., професор кафедри економіки бізнеса НТУ “Харківський політехнічний інститут”, Україна

БІЗНЕС-ПРОЦЕС НА ОСНОВІ РЕІНЖІНІРИНГУ

В даний час державна підтримка сприяє проникненню інноваційної діяльності на промислові підприємства. Але, як показує практика, для підприємства це не є запорукою підвищення ефективності в сфері економічного і соціального середовища, незважаючи на те, що реалізовані інноваційні проекти мають високий потенціал. Часто це пов'язано з тим, що реінжиніринг бізнес-процесів не проводиться або проводиться неефективно при впровадженні

інновацій. Інновації накладаються на неадаптовану і незавершену систему бізнес-процесів, в результаті чого виходить негативний результат.

Причинами розвитку подібних подій на підприємстві є наступні аспекти:

- неоднозначне розуміння теоретичних основ реінжинірингу бізнес-процесів, інновацій та інновацій та їх особливостей;
- відсутність алгоритму, що дозволяє ефективно і результативно перепроєктувати бізнес-процеси при впровадженні інновацій.

На більшості підприємств, як правило, менеджери використовують інтуїтивний підхід при реінжинірингу бізнес-процесів і, як наслідок, це не завжди закінчується успіхом. Таким чином, існує певна невідповідність між потребою господарюючих суб'єктів в ефективних методах реінжинірингу бізнес-процесів при впровадженні інноваційних технологій і недостатнім рівнем теоретичної вивченості даного питання. Також розглядаються і вивчаються питання реінжинірингу бізнес-процесів і питання інновацій, інновацій в не пов'язаному між собою контексті, тобто окремо відносно один одного.

Розглядаючи виробничу та управлінську діяльність як об'єкти вдосконалення з метою підвищення ефективності роботи підприємства, ми використовуємо термін бізнес-процес. Розгляд підприємства у вигляді системи бізнес-процесів допоможе виявити недоліки функціонування діяльності в конкретних місцях виникнення проблемних питань з подальшим їх усуненням. Такі проблемні питання виникають досить часто через нестабільність зовнішнього середовища підприємства. Така ситуація сприяє необхідності моніторингу внутрішнього і зовнішнього середовища з метою виявлення проблем самої діяльності і зміни зовнішніх факторів для своєчасного реагування систем бізнес-процесів, з метою підвищення і підтримки їх високого рівня ефективності та конкурентоспроможності. Цьому сприятиме застосування методу реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. У свою чергу, на ступінь підвищення і підтримки високого рівня ефективності бізнес-процесів буде впливати інноваційна діяльність підприємства.

Таким чином, резюмуючи вищесказане, пропонуємо наше визначення: бізнес-процес - це функція ефективного перетворення вхідного об'єкта в результат, який виконується за допомогою ресурсів під керівництвом власника процесу, а потім відображає завершення перетворення за допомогою події.

Відповідно до запропонованого визначення поняття «бізнес-процес», на його ефективність і результативність, як об'єкта бізнес-аналізу, істотно впливає вплив суб'єкта - керівника бізнес-процесу, виражене в управлінських рішеннях. Вплив здійснюється на основі потоку інформації в напрямку бізнес-процесу - керівника бізнес-процесу, і навпаки, який представлений у вигляді даних, що характеризують бізнес-процес процес. Повнота даних

визначається системою показників бізнес-процесу. Таким чином, система показників визначає управлінське рішення з планування, реалізації, коригування бізнес-процесу як системи, що складається з елементів. Показники повинні володіти рядом властивостей, які забезпечать власника процесу інформацією для представлення повної картини того, що відбувається на підлеглому йому об'єкті: а) повне, адекватне, об'єктивне відображення справ, що мають місце в бізнес-процесі; б) забезпечення періодичного збору та обробки даних; с) цінність даних повинна перевищувати витрати на їх отримання та обробку; д) показники повинні давати якісну і кількісну характеристику бізнес-процесу; е) надана інформація повинна бути однозначною і зрозумілою.

Отримані показники повинні бути порівнянними з аналогічними показниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019- 274-5-142-148.
2. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) *Compliance program*. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
4. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

Хоменко І.О.¹, Сорока А.В.²,

¹доктор економічних наук, професор, Національний університет
«Чернігівська політехніка», Україна

²здобувачка вищої освіти, Національний університет «Чернігівська
політехніка», Україна

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Україна є країною з багатою історико-культурною спадщиною та великим потенціалом інноваційних технологій та розвитку ринку. Але, на жаль, у сфері інновацій та розвитку наша країна стикається з такими помітними проблемами, як низький рівень інвестицій у науку та технології, недостатня підтримка інновацій та підприємництва, недостатня увага до національного інноваційного потенціалу. Проте, незважаючи на ці проблеми, Україна все ще має багато перспективних напрямів інноваційного розвитку, таких як інформаційні технології, біотехнології, енергоефективність та відновлювана енергетика, які можуть стати ключовим фактором для подальшого розвитку економіки країни.

У складній соціально-економічній ситуації та нестабільному політичному середовищі України особливо важливим є знаходження нових рішень, які допоможуть вийти з кризового стану та прискорити розвиток суспільства. Єдиним безсумнівним шляхом досягнення цих цілей є впровадження соціально-економічних інновацій.

Поточні проблеми України не обмежуються тільки негативним впливом воєнних дій, але також включають глибинні виклики, які виникають внаслідок кризового стану в політичній, економічній та соціальній сферах.

Перевагою впровадження інновацій в Україні є наявність низки здібних спеціалістів, які здатні створювати національні інноваційні проекти. Та головна проблема полягає в тому, що ці спеціалісти виїжджають з країни і при збереженні такої тенденції, Україна може втратити значну частину своєї наукової еліти протягом кількох років. Сьогодні спостерігається динаміка зменшення кількості науковців та організацій, які проводять дослідження наукові дослідження та розробки. [1]

Головною перешкодою для впровадження інновацій на сучасних вітчизняних підприємствах є існування недосконалої нормативно-правової бази, зокрема недоліки у митному та податковому регулюванні інноваційної діяльності, гостра необхідність посилення захисту прав інтелектуальної власності тощо. [2] Усунення цих проблем можливе завдяки впровадженню змін на законодавчому рівні, які фактично захищатимуть суб'єктів господарювання, що впроваджують інноваційну діяльність. До прикладу, шляхом надання відповідних податкових пільг, здійснення відповідних

грошових виплат тощо.

Відсутність стимулів з боку держави для проведення досліджень і розробок також ставить під загрозу розвиток інновацій. Безумовно, за роки незалежності робилися численні спроби відродити науковий потенціал країни, але, оскільки ці заходи часто були фрагментарними та непослідовними, суттєвих змін так і не відбулося. Крім того, низький рівень вкладень у науку та інновації затримує розвиток інноваційного бізнесу та обмежує можливості впровадження нових технологій в реальний сектор економіки. Неналежне асигнування в науку призводить до того, що стан матеріально-технічного забезпечення науково-технічної діяльності стає застарілим та критичним, що спричиняє згортання експериментальних досліджень в ряді важливих напрямів насамперед природничих і технічних наук. [3]

Серед інших гострих проблем, що блокують інноваційний потенціал виступають наявність бюрократичних процедур, які ускладнюють впровадження інноваційних проектів і цим самим сповільнюють розвиток інноваційної сфери. Також Україна має недостатню кількість інноваційних компаній, які б були готові інвестувати у розвиток інноваційної сфери. Це призводить до обмеження розвитку інноваційних технологій. Україна має низький рівень науково-технічної культури серед своїх громадян. Це може призвести до обмеженого застосування технологій інноваційного розвитку.

Однак, Україна має досить великий потенціал людських ресурсів, що може стати важливим ресурсом для розвитку нових технологій та інноваційних проектів. Високопрофесійні фахівці працюють у вітчизняних наукових установах та в компаніях, які займаються розробкою та впровадженням інноваційних технологій.

Щоб забезпечити стабільний розвиток інноваційного сектору в Україні, необхідно забезпечити достатнє фінансування та підтримку наукових досліджень та інноваційних проектів, зокрема шляхом створення більш сприятливої інвестиційної клімату в країні та сприяння розвитку інновацій. Підвищення ефективності фінансового забезпечення наукових досліджень та інновацій дасть можливість суттєво поліпшити продуктивність виробництва та конкурентоспроможність України.

Аналіз інноваційного потенціалу України показує, що країна має значний потенціал для розвитку інноваційної економіки, проте на сьогоднішній день Україна відстає від більш розвинених країн за кількістю інноваційних проектів та їх реалізацією. З одного боку, наявність висококваліфікованих кадрів, багатообіцяючих стартапів та галузей, таких як ІТ, свідчить про потенціал України у сфері інновацій. З іншого боку,

проблеми з доступністю фінансування, слабкість інтелектуальної власності та низький рівень співпраці між науково-дослідними установами та бізнесом становлять виклики для подальшого розвитку інноваційного потенціалу країни.

Україна має потенціал для розвитку інноваційного сектору, проте для його реалізації необхідно вирішити проблеми, які існують на сьогоднішній день та вжити додаткових заходів для забезпечення сталого розвитку інноваційного сектору в майбутньому. Важливо, щоб уряд, бізнес та наукова спільнота працювали разом, щоб сприяти розвитку інновацій і використовувати потенціал країни для побудови економіки майбутнього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Черба В. М., Криша В. В. Інноваційний потенціал України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 13. С. 37–42.
2. Долина І.В. Проблеми та перспективи розвитку інноваційного потенціалу України. *Вісник НТУ «ХПІ»*. № 20(1296). 2018. С. 125-128
3. Бондарчук Н.В. Аналіз основних показників розвитку інноваційного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. № 8/2011. С. 64-66
4. Хоменко І.О, Волинець Л.М, Колоток М.О. Транзитний потенціал України та розвиток міжнародних перевезень. Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. – К.: КиМУ, 2020. – Випуск 2(12).– С.152-154.
5. Хоменко І.О., Садчикова І.В., Костюченко І.А. Інноваційно-логістичні та митні аспекти управління ланцюгами постачань швидкопсувної продукції. Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. – К.: КиМУ, 2020. – Випуск 1(11). – С. 69-78.

Цвілий С.М.¹

¹к.е.н., доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу НУ «Запорізька політехніка», Україна

АНІМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ СТРУКТУР

Інноваційні технології є набором методів, засобів, які підтримують етапи реалізації нововведення і забезпечують інноваційну діяльність, а також орієнтовані на формування системного, творчого, технічного мислення та здатність генерувати нестандартні технічні ідеї при вирішенні виробничих, творчих завдань. Інноваційна технологія є способом застосування конкретної інновації в системі певної сфери економіки чи соціального життя, що тягне початок змін у галузі. Існують педагогічні, маркетингові, медичні, кадрові, соціальні, інші інноваційні технології. Успішність розвитку інноваційних технологій пов'язана з певною сукупністю робіт, які виконуються в певній

галузі і дозволяють з'явитися, продемонструвати результативність діяльності. Дуже часто інноваційна технологія зачіпає величезну кількість проблемних питань, які належать до технічної складової та до процесів управління і координації праці. З їх допомогою вперед рухається наука, культура, освіта, туризм, медицина. Підхід має велике значення у туристичній діяльності у сучасних реаліях усіх країн світу. Інноваційні технології використовують для створення конкурентоспроможного туристичного продукту, залучення нових туристів, підтримки інтересу до окремих туристичних об'єктів, зростання рівня комфорту і створення ексклюзивних послуг [1]. Основною вимогою для розвитку й реалізації будь-яких інновацій є процес генерування творчих ідей.

Глобальну сукупність інновацій в анімаційній сфері туризму логічно згрупувати за п'ятьма напрямками: значення та використання в різних сферах діяльності (туризм, санаторно-курортна справа, рекреація); використання для певної категорії населення (молодь, туристи з дітьми); проектування інноваційних анімаційних технологій; екскурсійна діяльність; особливості та аналіз використання анімаційних програм у санаторно-курортних установах, готелях, будинках відпочинку та інших організаціях туристичної індустрії.

Анімаційна програма є складовою туристичного продукту. Програма буде вважатися інноваційною, якщо вона значною мірою впливає на підхід до виробництва туристичних продуктів і послуг, додає істотно нові елементи, змінює форму і зміст, цілі й завдання діяльності, спрямованої на задоволення потреб різних категорій туристів та екскурсантів. Оскільки сучасні туристи більш вимогливі до отримання яскравих вражень та сильних емоцій, то при впровадженні інноваційних анімаційних програм з поля зору організаторів не повинні випадати такі питання, як: наскільки ці програми змінюють усталені у суспільстві стереотипи відпочинку та проживання; як вони впливають на присутній аудиторії з урахуванням віку, статі, етнічної приналежності, рівня освіти, інших характеристик; якою мірою впроваджена програма сприятиме створення умов для участі туристів та екскурсантів у проведених заходах. Кінцевою метою туристичного підприємства при впровадженні інноваційної анімаційної програми є підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту і послуг та зростання її доходів. Залучення туристів і екскурсантів у анімаційні програми роблять проживання у колективних засобах розміщення, перебування у санаторно-курортних установах тощо незабутніми, внаслідок чого у споживачів виникає бажання отримати яскраві враження знову, що призводить до повторних відвідувань уподобаних організацій [2]. Створення позитивного враження є гарантією успіху та подальшого розвитку компанії.

При впровадженні анімаційних інновацій у туристичну діяльність слід враховувати: 1) трансформацію інтересів та потреб туристів у розвитку кругозору, вивченні нових культур і народів, придбання новітнього досвіду і знань, отримання яскравих емоцій та незабутніх вражень; 2) зростання рівня

конкурентної боротьби на будь-якому рівні туристичного ринку (локальному, регіональному, національному, міжнародному); 3) зниження актуальності та привабливості традиційних анімаційних програм; 4) поєднання привабливих умов відпочинку, що дозволяє задовольнити потреби вибагливих туристів.

Анімаційні команди в санаторно-курортних установах, туристських базах, готелях та інших підприємницьких структурах повинні взаємодіяти із гостями протягом дня. Вранці вони можуть організувати ігри, естафети, спортивні змагання, вдень – запросити на творчий конкурс з участю гостей, ввечері вразити публіку барвистим шоу, дискотекою, конкурсом танців та клубом знайомств. Важливою складовою роботи аніматорів є диференціація за віком; іншими словами, дитячий і дорослий асортимент програм є різним.

Взагалі, інноваційними технологіями є способи та форми реалізації інновацій, які частіше розглядаються щодо конкретних галузей діяльності. Інноваційні технології є рушійною силою розвитку сфери послуг в туризмі, покращуючи якість обслуговування клієнтів, дозволяючи посилити наочність для більш повного занурення у заходи, що проводяться. Активне включення туристів та відпочиваючих в анімаційні програми постає як сучасна практика реалізації туристичних продуктів з використанням інноваційних технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг в туризмі : Навчальний посібник. / С.М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
2. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Coronavirus priorities in marketing management of microenterprises in the hospital field. *Інфраструктура ринку. Електронний журнал*. Одеса : Гельветика, 2021. №52/2021. С. 120-125.

Шапуров О. О.¹

¹д.е.н., професор, завідувача кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ГАЛУЗІ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ 4.0

Інноваційний потенціал орієнтований на постійний розвиток є вагомим чинником конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва промислового сектора, які діють в умовах високодинамічної середовища. Зростання мінливості зовнішньої середовища (прикладом може бути скорочення життєвого циклу технологій, скорочення фінансового та операційного циклу), обумовлює необхідність більш оперативного впровадження відкритих інновацій в діяльність промислових підприємств чорної металургії. Інновації є результатом новацій (нових ідей), вони створюють для споживача нову

цінність продукту та використовуються для розвитку бізнесу. Можна стверджувати, що саме теорія організації та управління, а в її рамках і теорія стратегічного управління вагомо підкреслює тему досліджень, розробок та інновацій в ринковій економіці. Науково-дослідна та інноваційна діяльність є підґрунтям розвитку підприємств на мікрорівні та національного господарства на макрорівні, вектором темпів конкурентоспроможності.

В даний час великі сталеплавильні компанії мають власні науково-дослідні центри з потужною лабораторною базою. Перша дослідницька секція (міні лабораторія) була створена на державному сталеплавильному заводі Яхата (Nippon Steel Corporation) у 1916р., а потім схожа лабораторія була запущена на Tata Iron & Steel Company (TISCO) (1936р.). Науково-дослідна діяльність у сталеплавильних компаніях розвивається разом із динамікою бізнес-середовища. Інновації призводять до появи нових продуктів і технологій, а також більш ефективних бізнес-процесів. З 2011 року з'явилась на Ганноверському ярмарку нова модель радикальних інновацій: німецька стратегія «Індустрія 4.0», яка швидко стала дуже популярною у багатьох розвинених країнах світу. Нова концепція є довгостроковим процесом розвитку компаній з радикальними технологічними змінами, які можуть створювати кіберфізичні системи як усередині компаній, так і в цілих ланцюжках поставок. Ключовими технологіями Індустрії 4.0, впровадженими в компаніях, є набір інноваційних рішень, що складаються з: інтернету речей, великих даних, блокчейн, хмарних обчислень, людино-машинної взаємодії, робототехніки, програмного забезпечення з відкритим вихідним кодом та штучним інтелектом. Цифровізація виробничих процесів суб'єктів чорної металургії за допомогою штучного інтелекту сформує архітектуру нової ринкової економіки, що забезпечить вертикальну інтеграцію внутрішньоорганізаційних виробничих систем та підвищення їх стійкості в умовах кон'юнктурної динаміки [1]. Логістичні системи виробничих промислових підприємств та ланцюги постачання досягнуть достатнього рівня гнучкості у проектуванні збутових можливостей реагуючи на постійну зміну споживчих потреб та невизначеність ринку [2].

Особливо важливо в металургійні промисловості впровадження інструментів індустрії 4.0 у зв'язку з сильним впливом виробничих процесів даної галузі на природне середовище, що з існуючими екологічними проблемами на рівні ЄС неприпустимо. На нашу думку також можна зазначити про вагомий вклад впроваджуємих інструментів індустрії 4.0 в ергономіку та промислову безпеку, внутрішньоорганізаційну співпрацю між людьми та машинами [3].

Індустрію 4.0 з роками все більше пов'язують із принципами сталого

розвитку, а впроваджені технології четвертої промислової революції покликані допомогти компаніям економити ресурси (сировину) та енергію. Металургійна промисловість є одним із найенергоємніших секторів, тому сталеплавильні компанії виявляють великий інтерес до інновацій, які економлять енергію. У міру збільшення інвестицій у технології в досліджуваному металургійному секторі скорочуються енергоносії та сировина. Слід зазначити, що енергоефективність включена до стратегії промислового розвитку розвинених країн у всьому світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. R.Y. Zhong, X. Xu, E. Klotz, S.T. Newman Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0 Engineering, 3 (2017), pp. 613-630
2. Y. Lu, F. Ju. Smart Manufacturing Systems based on Cyber-physical Manufacturing Services (CPMS) IFAC Int. Fed. Autom. Control. Pap. Online 50-1,50 (2017), pp.15883-15889
3. J. De Beer, E. Worrell, K. Blok. Future technologies for energy-efficient iron and steel making. Annu. Rev. Energy Environ., 23 (1998), pp. 123-205

СЕКЦІЯ 4. «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ»

Horiashchenko Y.¹

¹Dr. Sc. (Economics), Associate Professor, University of Customs and Finance, Ukraine

BUSINESS COOPERATION OF UKRAINE IN WARTIME

In the conditions of a military conflict, it is advisable to use different analytical materials and draw parallels to the business situations of different countries. First, consider the Progress Report: Uniting Business in the Decade of Action. In difficult financial and economic conditions all over the world, companies need to take more ambitious actions, at scale, to meet the objectives of the 2030 Agenda and create the world we want [1]. Let's try to explain: why is the year 2030 the criterion value? Among all innovative theories, cycle theories are most useful for studying integration processes in innovative entrepreneurship. For the first time, the recurrence of economic crises (with a period of 54 years) was paid attention to by H. Clark, who did not develop his thoughts and observations so significantly, later by V. Jevons, K. Marks, M. Tuhon-Baranovskyi and M. Kondratiev, who proved, that before the beginning of the rising part of the long wave, significant changes in the conditions of economic activity are observed: the spread of technical and technological innovations, changes in the conditions of monetary circulation, strengthening of the role of new countries. Approximately every 50 years, the «long technological wave» appears at its highest and, accordingly, its lowest point (the period of long-term fluctuations is about 50 years). According to M. Kondratiev's theory of long waves, the world economy is currently heading towards the lowest point of the Great V cycle recession (the 30s of the 21st century), globalization is gaining momentum and producing recession and depression against the background of changing financial and economic crises, cataclysms, pandemics, wars and, according to the theory, in the near future – revitalization and growth. Cyclical development is a natural phenomenon associated with Scientific and Technical Progress and caused by innovations. Therefore, we reached the logical conclusion of the observations that already in the 30s of the 21st century. the world economy will reach the lowest point of the great V cycle recession, so there is every reason to believe that recession and depression will change to revival and upswing in the near future. However, we will have a difficult period of reconstruction and post-war reconstruction of Ukraine ahead of us.

Analyzing the influence of the industry structure on the competitiveness of the state and the innovative development of entrepreneurship, we came to the conclusion that the modern source of competitive advantages of the state is innovation and entrepreneurial activity, based on knowledge, produced by software

products and information technologies. In modern conditions, when great hopes are placed on business and entrepreneurship for the recovery of the economy, the state should promote the entry of enterprises into industry integrated structures, cluster formations or territorial economic complexes, and further, into the national economy and international cooperation [2].

Unfortunately, today, the cost of the resource is an obstacle to financing business credit projects. The high discount rate caused by a full-scale war does not in any way motivate banks to make loans cheaper.

In order to include Ukraine in global processes in the post-war period, it is necessary that all countries adhere to certain principles:

- foster global collaboration to collect and share data. This will enable identification of key data needed to measure and track circular performance, plus provide the necessary infrastructure and alliances to collect, retrieve and share data.

- translate global trends into national pathways. This will enable countries to set goals, peer review, measure and benchmark ambitions; while still allowing them to formulate practical pathways that are aligned to local context, incentives, and mandates.

- build a global coalition for action that is both diverse and inclusive. This will bring together front-running businesses, governments, NGOs and academics to collectively boost capacity and capability to better serve societal needs more sustainably [4].

We live in the overshoot era. A global circular economy will allow us to fulfil people's needs with only 70% of the materials we now extract and use—moving human activity back within the safe limits of the planet.

REFERENCES

1. Progress Report: Uniting Business in the Decade of Action. URL: <https://sdghub.com/project/progress-report-uniting-business-in-the-decade-of-action/>.

2. Горященко Ю. Г. Глобалізаційні процеси в інноваційному підприємстві України: дескриптивно-аналітичний аспект. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*: зб. наук. праць; за ред.: В. В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2022. № 7 (296). С. 28-33.

3. Падерін І. Д., Горященко Ю. Г. Парадигма функціонування малого підприємства в умовах децентралізації регіонів. *Економічний вісник Донбасу*. 2016, 3(45), 90-93.

4. The Circularity Gap Report 2020. URL: <https://circularity-gap.world/>.

İsmayilov V.İ.¹

¹ Doctor of Economics, Professor Azerbaijan Academy of Labor and Social Relations, Azerbaijan

THE ROLE OF FOREIGN COMPANIES IN THE DEVELOPMENT OF AZERBAIJAN'S OIL AND GAS SECTOR

The article examines the role of foreign Companies in the development of the oil industry of Azerbaijan, and the country's economy as a whole, also indicates the role of BP in the socio-economic life of Azerbaijan and its main obligations of BP Companies, which took over after the "Contract of the Century". At the same time, the article analyzed some aspects of BP's activities in Azerbaijan, and then summarized the main benefits of the company for the country.

The revival of the Caspian Sea as one of the largest centers of the oil and gas industry in the world began with a contract that was signed in 1994, just three years after Azerbaijan became an independent state [7]. With the independence of Azerbaijan, the accelerated growth of foreign investments in the country's economy began. Foreign investments channeled into the country's economy mainly began to arrive as financial loans, direct investments, oil bonuses, portfolio investments and others. Azerbaijan has been cooperating with International Financial Institutions since the first years of independence. Given the serious economic difficulties and the high level of poverty in the country, the Azerbaijani government has announced that it needs the support of International Financial Institutions (IFIs). Financial loans directed to the economy of Azerbaijan came mainly from financial organizations belonging to the World Bank Group (WB), the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), the Asian Development Bank (ADB), the International Monetary Fund (IFIs), the Islamic Development Bank (IDB), etc. [3, pp.1-11]

Experts in oil and gas exploration announced the existence of crude oil in Central Asia and the Caucasus already in the XIII century. It has become known in the world community that oil and gas production will bring large incomes. But at that time, in the world community, oil was used only as fuel in households, for medical, military, and other purposes. At the beginning of the XVI century, there were about 500 oil pits and wells in Baku, from which white and heavy oil oil was extracted. One of the Turkish travelers arriving in Azerbaijan described in detail all the oil companies operating in Baku. He also gave information about oil fields in Baku. He noted the diversity of oil produced and the transportation of oil to some countries of the world (Central Asia, Turkey, India, Iran, etc.) At the beginning of the XVII century, for the first time in the world, Azerbaijan produced oil in the Bibiheibat area 18 and 30 meters from the Caspian coast. After a while, a strong sea breeze destroyed this source of oil. After this event, an exploration well was drilled to a depth of 21 meters using the Bibiheibat industrial method [8].

In 1899, Azerbaijan was first in the world in terms of oil production and

processing, giving half of world oil production. Investments in other industries have begun to decline, in spite of the disproportionate increase in investments in the oil industry in order to increase oil production and exports over the twentieth century. Azerbaijan, having rich oil and natural gas reserves after the collapse of the USSR, unfortunately did not have the material and technical capacity to use the oil and natural gas reserves. Azerbaijan's oil production and development in the Caspian Sea was concentrated in four areas, including Gunashli, Chirac, Azeri and Kapaz. However, the use of simple technology has resulted in a number of problems in both extraction and transportation. Increasing oil production and improving existing resources would only be possible through the use of modern technology and new projects. Azerbaijan's economic power and technology were insufficient for the use and development of existing resources. These problems necessitated alliances of Azerbaijan with major oil companies. In January 1991, Azerbaijan announced a tender for oil projects. BP, Statoil, Amoco, Unocal and other companies participated in this tender. In 1991, a group of foreign companies, including Amoco, BP, McDermott, Pennzoil, Ramco, Unocal, Turkish Petroleum Corporation (TPAO) and Statoil, started to conduct research in Chirac and Gunashli in Azerbaijan in the sector of the Caspian Sea for 3 years.

In 1992, companies wishing to operate in the Caspian oil fields, joined the consortium and signed contracts. However, the non-political stability in Azerbaijan led to the ineffectiveness of the discussions. At that time, Heydar Aliyev was elected president of the country, he again began negotiations on a contract with world oil and gas production companies. Long negotiations were held, and finally, on September 20, 1994, the "Contract of the Century" was signed. At the same time, about 30 international oil contracts were drawn up with the participation of 33 companies from 19 countries.

Oil contracts signed for the discovery and development of energy resources accelerated the flow of foreign capital into the country, and at the same time, foreign aid and loans from international financial institutions have increased. Since the BP's first visit to Azerbaijan 27 years ago, the Company's goal was to build and maintain a sustainable company that has earned the safety and the environment as a priority, gaining public confidence and respect, as well as creating value for all stakeholders. The government and the people of Azerbaijan, as well as our partners, have trusted BP [1, p. 12] in order to benefit for both the government and the partners, BP in its turn has produced and exported oil and gas safely and reliably from the Caspian using advanced technologies. With the transportation of Azerbaijani hydrocarbon resources to world markets through Georgia and Turkey, the Caspian region has become one of the major oil and gas extractor in the world. A new signing ceremony was held in Baku on September 14, 2017, which will be in effect until the end of 2049.

Azerbaijani government and the State Oil Company of the Azerbaijan

Republic (SOCAR), as well as BP, Chevron, INPEX, Statoil, ExxonMobil, TP, TOCHU and ONTC Vides signed amended and revised Agreement on Joint development of Deepwater part of Azeri, Chirac and Gunashli (ACT) and production sharing [2, p.15-24]. BP will remain the operator of the project based on amended and revised Agreement on production sharing. The share of SOCAR in the ACT will increase from 11.65% to 25%, as opposed to the 1994 agreement and international partner companies will pay \$ 3.6 billion bonuses to the State Oil Fund of Azerbaijan. It is expected that over \$ 40 billion will be invested in the ACT over the next 32 years [6].

After the approval of the agreement, new Shareholding interests of the partners in the ACT were as follows: BP - 30.37%; AzACT (SOCAR) - 25.00%; Chevron - 9.57%; INPEX - 9.31%; Statoil - 7.27%; Ex-HanMobil - 6.79%; TP-5,73%; ITOCHU - 3.65% and ONTC Videsh Limited (OVL) - 2.31%. The signed new agreement is more profitable than the agreement signed in 1994 and is more beneficial for Azerbaijan. And so, the signing of the new agreement is considered as the beginning of the new era in the development of Azeri-Chirac-Gunashli oil field and the historic day. In 1994, when the "Contract of the Century" was signed, the bonus was supposed to be paid, and then the Azerbaijani government was paid \$ 300 million. But, of course, the bonus is not paid once. The current bonus is 12 times more than 23 years ago - \$ 3.6 billion. Usually after the contract is concluded, initial tranche is given from bonus and then paid in the form of tranches in accordance with the contractual arrangements. BP is the operator of large oil and gas fields in the sea.

Onshore Company manages one of the world's largest complex oil and gas processing terminals (Sangachal), as well as pipelines linking it with the region and the world markets. Shah Deniz (SD) gas field was discovered in 1999. The bed is located in an area 70 km away from the shore to the sea, where water depths range from 50 to 600 meters. The thickness of its productive layer is more than 1000 meters and its length is 22 kilometers. Technologically complicated SD has very high pressure and many productive layer horizons. Shah Deniz Stage 2 (SD2) is a huge project that will deliver gas from Azerbaijan to Turkey and Europe. This project will strengthen the gas supply and energy security of European markets by opening a new Southern Gas Corridor. SD-2 is one of the world's largest gas development projects. Oil is the most valuable asset of Azerbaijan. The oil, which has played an important role in our economy since the beginning of its production, is still the main source of the country's main source of income and export goods. After gaining independence, the medium and long-term prospects for the development of the country were directly dependent on the strengthening of the oil sector [9].

Revenues from oil sales continue to play a key role in solving many social and economic problems. With the signing of the "Contract of the Century"

established the foundation for the future economic development of Azerbaijan. Since the first contract was signed up today, \$ 33 million has been invested to ACT and Azerbaijan has earned more than \$ 125 billion in direct profits by producing 440 million tons of oil. The entry of foreign currency into the country required the establishment of the State Oil Fund [5]. A number of state-funded projects have been financed through the Fund, and this process continues: - Transfers to the state budret - 88 576.0 million manat - Improvement and settlement of social and living conditions of refugees and internally displaced persons - 2 302.7 million manat - Oguz-Habala-Baku water pipeline project - 779.6 million manat - Reconstruction of Samur-Absheron irrigation system - 1 469.6 million manat - Financing of the State Investment Company's authorized capital - 90,0 million manat - Baku-Tbilisi-Kars railway project - 748.6 million manat - State Program on Education Abroad - 212.7 million manat - Construction of "Star" oil-processing complex - 1,663.3 million manat - Financing of SOCAR's share in the ACT project - 87.6 million manat - Southern Tas Corridor -1 530.3 million manat - Transfer to Central Bank of Azerbaijan - AZN 3 949.5 million manat and so on. Certainly, the Company's activity in Azerbaijan cannot be limited to only economic aspects. Performance indicators of BP depend on highly skilled, persistent and talented workforce. The company regularly organizes trainings to ensure that the operations are carried out in a safe and secure manner, with a clear understanding of the employees' skills and abilities. The Company has a commitment to respect individual diversity and to create equal opportunities for all employees. The company is always looking for ways to increase its competitiveness by increasing its economic efficiency and better costs within severe market conditions. The company believes that a strong national workforce in Azerbaijan remains one of the key priorities. Company invests in young people with little or no work experience, involves new talents, and offers a wide range of development and career opportunities to employees at all career levels. The company also has a memorandum of understanding on cooperation in the field of employment with SOCAR.

As part of the nationalization strategy, "BP" experts are conducting more than 20 extra-curricular sessions and other training activities for the students of the Baku Higher Oil School. BP continues to support its contractors to develop and implement their nationalization plans in Azerbaijan. These activities include sharing experiences, helping to develop performance indicators and controlling their implementation. BP's goal is to create and maintain a positive business environment where employees behave with respect and dignity and are able to fully complement their potential. Properly selecting the right people to achieve this goal is a prerequisite. There is a commitment to allowing everyone to work for the recruitment and promotion of the Company. The "Contract of the Century" states that Azerbaijani citizens have the right to use medical insurance and other social privileges as foreign citizens. For example, as part of a social package of privileges

in Azerbaijan, the Loan Support Program is intended to assume the employee's debt obligations to the bank. The main purpose of the Loan Support Program is: - To extend the privileges package of local employees of BP Azerbaijan and ensure the level of competitiveness - Motivate employees by giving loan and contribute to their stay in the company - Involve talented employees to the organization. This support applies to loans received for the following reasons: - Purchase of Apartment / House (within the territory of the Republic of Azerbaijan only); - Construction of houses (within the territory of the Azerbaijan Republic only); - Renovation of the apartment / houses (within the territory of the Azerbaijan Republic only); - For education of employee's children under 18 years of age. The project envisages providing services to detect disability and developmental retardation in children as early as possible so that appropriate assistance can be provided. The work under this project encompasses the creation of early intervention centers, training for early intervention specialists, and the creation of conditions for parents to actively participate in the development of their children and the public's awareness of the importance of early intervention. Encouraging open communication between employees and contractors is crucial for ethical conduct and compliance strategies. It is important for everyone to express their dissatisfaction with any existing violations, as well as talking about improvements, sharing views or even new ideas. Speaking clear is crucial for the success of the business, allowing for improvement of processes and operations. At the same time, there are any conditions for expressing employee's ideas openly if there are concerns about the failure to comply with the code of conduct of employees, contractors or other third parties or simply suspicions of any situation.

Senior employees are directly responsible for the Code of Support for the BP's Zero-tolerance principle. When it is necessary to speak freely, the greatest fear of workers is often the result. BP's OpenGalc Global Assistance is a confidential tool for both employees and third parties to raise concerns. This helpline, operated by an independent company, works every day, day and night at any time and accepts calls in more than 75 languages. Issues raised through OpenGalc are provided for evaluation and, where relevant, for taking action. Some of the recent geological explorations in Azerbaijan have been near the Absheron National Park in the country. It is an area of about 75 species of flora and fauna that are internationally preserved. Among these species there are also Caspian seals. There is a risk of extinction of this type that mirror twice a year. As part of its work, the company is conducting seismic surveys in the Caspian Sea to create a spectacular view of the geological structure of thousands of feet of the sea [4]. BP regularly reports to communities located along the route of the Baku-Tbilisi-Jeyhan (BTJ) and the South Caucasus Pipeline (SCP) and explores issues that worry them. In order to achieve this purpose, the company uses many forms, ranging from distribution of educational resources and formal inquiries and community-level

questions or complaints. Responsible employees conduct public consultation and review community complaints and suggestions. In addition, the Company has started social infrastructure projects in various communities: - restoration and capital repair of five kindergarten buildings in Agstafa, Shamkir and Tovuz districts - Purchase and installation of furniture for eight kindergartens in Yevlakh, Ujar, Agstafa, Shamkir and Tovuz districts The company started the project "Sweet told" in December 2017. The goal of the project is to increase the revenues of communities in Azerbaijan affected by oil transportation. Additional 600 beekeepers will be trained in six districts along the BTJ and SCP pipelines - Yevlakh, Samukh, Goranboy, Shamkir, Tovuz and Agstafa. As a result of the project, it is also expected that 60,000 trees will be planted as a source of nectar for honey bees.

At the same time, BP is an official partner of the National Olympic and Paralympic Committees. BP was also proud to be an official partner of the Baku Fourth Islamic Solidarity Games, held from May 12 to 22, 2019.

The Government's plans for building the nation's future were multifaceted. They included the desire of the people to create a business, legal and tax environment that will be favorable, transparent and consistent, an education system based on past achievements, to direct capable people into business, to create a state and business culture that ensures integrity and efficiency. All this will not only attract foreign investment and create a solid foundation for profitability and sustainability, but will also contribute to the development of local entrepreneurship [7].

Thus, summarizing the role of foreign Companies on the example of BP, the following conclusions can be drawn:

- The "Contract of the Century" provided for the improvement of the city of Baku, the regions and the whole of Azerbaijan, as well as the implementation of major social projects, the creation of the country's Oil Fund.

- Creating opportunities for the modernization of assets and modernization of the oil and gas industry in Azerbaijan with the introduction of modern world technologies in all areas (exploration, production, transportation) of this industry.

- Azerbaijan has allowed the world business and the markets of crude oil and has successfully used its raw material advantages as a source of income for the development of the country's economy. At the same time, the income received from this industry was directed to the development of other sectors of the economy, such as agriculture, tourism, construction, etc.

- With the increase in oil and natural gas production in the country, the level of employment of the population was increased, and new infrastructure projects were also implemented. At the moment, these projects are aimed at the development of the Karabakh and East Zangezur zones of the country.

- Ultimately, the reduction in oil production as a result of the signed

contracts led to an increase in revenues from this industry and the country as a whole.

- The implementation of the projects taken by "BP" under the Contract of the Century is currently still being successfully implemented. These projects include the "Loan Support Program", "Environment and its Monitoring", "Culture of Free Expression" In THESE PROJECTS, development initiatives, work with communities, support for education, culture and sports are part of BP's obligations, which were assumed in the Contract.

REFERENCES

1. "Contract of the Century", Baku, 20 September, 1994, Ling-<http://e-qanun>.
2. Mehdiyev R.A., Azerbaijan's model of development, Baku: "Oskar" NPM, - 2010, - 416 p.
3. Гюльалиев М., Алиев Р. Динамика и отраслевая структура иностранных инвестиций, направленных в экономику Азербайджана. Экономика и финансы Узбекистан. -2015, -№11, -С.1-11
4. https://www.bp.com/az_az/caspian/aboutus.htm
5. <https://www.oilfund.az/>
6. <https://www.milli.az/>
7. <https://www.trend.az/business/energy/3119540.html>
8. https://az.wikipedia.org/wiki/Azerbaycanda_neft_sanayesi#cite_note-gasgoal-2
9. http://www.aak.gov.az/upload/dissertasion/tarix/AVTOREFERAT_-_Ulker-az-28_04_20221.pdf

Voronin A.V.¹, Lebedev S.S.²

¹candidate of technical sciences, associate professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

²senior lecturer, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

STRUCTURAL INSTABILITY OF THE INNOVATION PROCESS: MATHEMATICAL MODEL

Innovative factors play a decisive role in ensuring the country's competitiveness, contributing to increasing the efficiency of its economic system. There are various approaches that allow predicting the impact of innovations on the development of the economy of an enterprise, industry or country [1-3]. Recently, when solving such problems, more and more attention is paid to the study of qualitative structural changes occurring in the economic system. In this case, it is necessary to take into account complex purely non-linear effects: cumulative effect, saturation, etc [4]. This paper proposes a mathematical model of dynamics that allows evaluating the structural changes that can occur in the economic system in the process of introducing innovations.

The process of evolution of innovative impact on the economic system

can be described by a logistic curve defined by an ordinary differential equation:

$$\frac{dy}{dt} = \gamma(y - a)(b - y) \tag{1}$$

where t is a parameter reflecting the time spent on the development of new technologies; $y(t)$ is technologically and economically significant indicator that characterizes this innovation; γ is scale parameter ($\gamma > 0$), the inverse value of which is the characteristic time of the transient process in the system; a and b are positive constant values that limit (from below and above) the values of the indicator $y(t)$. In equation (1), the parameter a reflects the starting capabilities of the system, and b characterizes the limit of potential growth opportunities. The function is monotonically increasing over the entire domain of its definition and grows the faster, the farther the system has moved away from the initial state in development. But the process of its growth slows down when the function $y(t)$ approaches its technological limit. Equation (1) is essentially a reflection of the law of transition of quantitative changes into qualitative ones.

However, there may be factors in the external environment that negatively affect the speed of innovative development of the system. Let C_0 is the coefficient of the generalized resistance of the external environment, where $C_0 > 0$. Then equation (1) takes the form:

$$\frac{dy}{dt} = \gamma(y - a)(b - y) - C_0 y \tag{2}$$

If we switch to a new time scale $\tau = \gamma t$ and $C_0 = \gamma C$, then equation (2) takes the form:

$$\frac{dy}{d\tau} = (y - a)(b - y) - Cy \tag{3}$$

In equation (3), the parameter has the meaning of the specific resistance coefficient of the external environment for the implementation of this innovation.

Provided that $C < (\sqrt{b} - \sqrt{a})^2$, for equation (3) there are two equilibrium positions: stable and unstable. When the specific resistance coefficient approaches its critical value $C^* = (\sqrt{b} - \sqrt{a})^2$, the equilibrium breaks down with a catastrophic loss of stability.

Thus, taking into account the factors characterizing the resistance of the

external environment to the implementation of innovations makes the economic system structurally unstable, especially when the values of the system parameters approach the limit values, which leads to the appearance of undesirable bifurcations and catastrophes. Preventing such manifestations of structural instability is the most important task of economic policy in the implementation of an innovative strategy for sustainable development.

REFERENCES

1. Klochko T.A. (2023). Pozrobka shliakhiv innovatsiinoi adaptatsii pidprijemstva [Development of Ways of Innovative Adaptation of the Enterprise]. *Upravlinnia zminamy ta innovatsii*, No 5, pp. 17-22.
2. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. (2020). Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles Management, Marketing and Economic Diagnosis. *Business Inform*, No 4(507), pp.191-199
- Zhang H., Xu X. (2023). Innovative Technology Method Based on Evolutionary Game Model of Enterprise Sustainable Development and CNN–GRU. *Sustainability*, 15(5), 4058; <https://doi.org/10.3390/su15054058>
3. Voronin A., Zhelezniakova E. (2020). Problema stiikosti kerovanoho innovatsiinoho protsesu [The problem of sustainability of the controlled innovation process]. *Visnyk KhNU imeni V.N. Karazina. Seriiia "Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm"*, No 11, pp. 46-53.

Воронкова В.Г.¹, Венгерська Н. С.², Безкоровайна Л.В.³

¹ доктор філософських наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій та управління проектами, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

² кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, Україна

³ доктор педагогічних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету, Україна

РОЗУМНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Зі зростанням попиту на внутрішні економічні перетворення зелена індустрія культурного туризму поступово стала новою точкою зростання прибутку, яку міста намагаються досягти, а якість послуг є одним із основних конкурентоспроможних показників індустрії туризму. Використання інтелектуальних технологій та сприяння розвитку індустрії туризму є важливою сферою практичного застосування розумних міст. Розумний туризм має базуватися на новому поколінні інформаційних технологій, щоб задовольняти індивідуальні потреби туристів, надавати високоякісні послуги

з високим рівнем задоволення та реалізувати використання та ефективне використання туристичних і соціальних ресурсів.

Розумний туризм є частиною розумної планети та розумного міста. Основним змістом розумного туризму є здатність вирішувати нові проблеми в розвитку туризму, задовольняти нові потреби у розвитку туризму та реалізовувати нові концепції у розвитку туризму.

Концепція розумного туризму зосереджується на трьох аспектах:

1) Задовольняти індивідуальні потреби великої кількості туристів. Таким чином, він забезпечує більш зручні та ефективні інтелектуальні, персоналізовані та інформатизовані вимоги до послуг.

2) Здійснити повну інтеграцію туристичних державних послуг, приймати науково обґрунтовані управлінські рішення.

3) надавати послуги туристам [1].

Інтелектуальна туристична платформа, заснована на хмарних обчисленнях, заощаджує інвестиції та витрати на створення інформаційних технологій. Завдяки встановленню сенсорних інтерфейсів по всій мальовничій зоні реалізується сприйняття реальної сцени мальовничої зони у реальному часі, розумне сприйняття та управління мальовничою територією, реалізується віртуальний туризм для туристів. Інтелектуальне сприйняття та управління: використання різних сенсорних пристроїв, таких як інтелектуальні термінали відеоспостереження, щоб здійснювати сприйняття у режимі реального часу, інтелектуальне керування фактичною ситуацією у мальовничій місцевості, контроль дорожнього руху на мальовничій території.

Віртуальний тур: туристи можуть підключитися до інтелектуального терміналу сприйняття у мальовничому місці через портал публічних послуг мальовничого місця, щоб здійснити віртуальний тур, включаючи перегляд панорами на 360° та мальовничого місця у режимі реального часу, щоб отримати відчуття занурення, багату інформацію про мальовничі місця та оцінку мальовничих місць. Завдяки створенню «розумного мозку», реалізуючи всебічне сприйняття мальовничого місця, він також реалізує інтеграцію та взаємозв'язок кількох систем, інтегрує вихідні незалежні підсистеми та реалізує взаємозв'язок системи та даних. У той же час він забезпечує зовнішній інтерфейс для реалізації взаємозв'язку зі сторонніми системами за межами мальовничої зони.

Інтелектуальна взаємодія може реалізувати обмін різноманітною інформацією та бізнес-даними між системою управління індустрії туризму та туристичними визначними пам'ятками, готелями, агентствами, транспортними засобами, ресторанами, торговими центрами та системами керування розважальними закладами. Обмін інформацією та бізнес-даними виступає як інтелектуальна взаємодія. Щоб створити розумне мальовниче місце, можна використовувати для здійснення інтелектуального аналізу

історичних даних і прогнозування майбутніх даних, таких як очікуваний пасажиропотік і потік транспортних засобів.

Інтелектуальний вибір туристичного продукту: туристи можуть шукати та запитувати різноманітну мультимедійну туристичну інформацію за категоріями на порталі туристичних послуг у мальовничому місці та вибирати туристичні продукти в мальовничому місці відповідно до аналізу тенденцій загальнодоступних даних, бронювати або замовляти туристичні продукти, квитки, номери та харчування, туристичні продукти. Інтелектуальна оптимізація маршруту: туристи можуть оптимізувати налаштований інтелектуальний маршрут відповідно до своїх особистих уподобань на порталі громадських туристичних послуг мальовничого місця та відобразити його у вигляді карти.

Завдяки створенню розумних мальовничих місць реалізується диференційована обробка даних, оброблена інформація активно надсилається туристам через інтелектуальну платформу. Рекомендації туристичних продуктів Push з високим ступенем відповідності особистої інформації для туристів: отримання активної інформації, такої як автоматичні нагадування про пасажиропотік, транспортні засоби для відділів управління. Автоматичне надсилання: відповідно до даних, наданих туристами під час перегляду мальовничого місця, система надсилає відповідний вміст мальовничого місця для туристів.

Інтелектуальне супроводження: за допомогою навігації за дорожнім рухом у мальовничій точці та підсистеми інтелектуального відеомоніторингу він може надавати туристам, які самостійно керують екскурсіями, інформацію про туристичні маршрути та інформацію про транспортні потоки поблизу, а також надавати туристам, які рухаються самостійно, інформацію про розташування паркувальних місць, безкоштовні паркувальні місця поблизу пункту призначення, здійснювати орієнтування по маршруту. Самостійна екскурсія: використання самостійного екскурсовода або обладнання, як-от смартфони та планшети, щоб завантажити клієнтське програмне забезпечення для самостійного екскурсовода, яке може здійснювати самостійні екскурсії мальовничими місцями, оптимізацію та навігацію маршрутами призначення, споживання з гідом готелів, ресторанів, магазинів і розваг, а також мальовничих місць [2].

Виходячи з цього, запровадження інтелектуальних туристичних рішень значно допоможе відділу управління мальовничими місцями створювати інтелектуальні туристичні визначні пам'ятки, покращувати рівень інформаційного обслуговування мальовничих місць, дозволити туристам відчувати розумніше, зручніше та краще туристичне життя. Зважаючи на дедалі гостру конкуренцію у світовому туризмі та безперервне зростання кількості глобальних туристів слід використовувати можливості, які надає розумна

технологія для розвитку сталого туризму, створення якіснішого туристичного середовища та інтелектуальних нових послуг для туристів, щоб покращити глобальний туристичний ринок.

Конкурентоспроможність вже є центром уваги туристичної галузі майбутнього. Спостереження за глобальним розвитком, включаючи штучний інтелект, VR/AR, додатки цифрових технологій блокчейн, великі дані в туризмі, економіку спільного використання, що стало тенденцією розвитку глобального розумного туризму. Індустрія туризму повинна скористатися новим витком технологічної революції та можливостями, використовуючи інновації як рушійну силу, ефективне використання та оволодіння туристичними великими даними для оптимізації туристичного продукту. Технічні характеристики 5G керують розумними додатками [3].

Як комунікаційна технологія нової ери, технологія 5G має високу швидкість, низьку затримку та широкі з'єднання. Три властивості. Заснований на технології зв'язку 5G, він зможе керувати різними сучасними технологіями для досягнення кращих комерційних застосувань.

Три основні особливості зв'язку 5G:

1. Висока швидкість. Він підтримує швидкість передачі даних понад 10 Гбіт/с і велику пропускну здатність.

2. Низька затримка зв'язку. 5G поєднує різні обчислювальні технології, найнижча затримка може підтримувати затримки передачі даних менше однієї тисячної секунди та підтримувати високу надійність, тому її можна використовувати в сферах, які вимагають негайної передачі сигналу відповіді, включаючи заводське автоматичне керування, автоматичне водіння, та Інтернет транспортних засобів. Тенденції застосування розумного туризму через 5G.

3. Широкі зв'язки (з'єднання). 5G має характеристики підтримки понад 1 мільйона вузлів на квадратний кілометр. Простіше кажучи, це чудова архітектура IoT. Він може підтримувати широкий спектр додатків і задовольняти різноманітні потреби в обслуговуванні.

У майбутньому інтелектуальні термінальні пристрої більше не будуть лише мобільними телефонами, а й досягнуть сценаріїв використання Інтернету всього. Три основні характеристики 5G стимулюватимуть розвиток апаратної основи для індустрії розумних терміналів, а завдяки поєднанню різноманітних технологій, що розвиваються, створюватимуть нові сценарії застосування, а також цифровій/інтелектуальній промисловості різних галузей.

Технологія 5G є ключовою інфраструктурою для застосування різноманітних технологій, і країни намагаються інвестувати в неї. За допомогою заходів AR/VR або спрощення процесу автоматичної ідентифікації штучного інтелекту інтегроване застосування технології

приносить туристам персоналізований досвід подорожі, всі вони реагують на споживання, потреби туристів у «високій якості» та «поглибленому досвіді» туризму. Оскільки епідемія поступово сповільнюється, і людство поступово входить у «постепідемічну еру», майбутнє цієї галузі буде залежати від того, як зрозуміти хвилю розумних технологій і стимулювати розвиток індустрії туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г., Венгерська Н.С., Безкоровайна Л.В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. III Міжнародна науково-практична конференція «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності» 11-12 травня 2022 року. Запоріжжя. Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. С.302-304.

2. Венгерська Наталя, Воронкова Валентина, Безкоровайна Лариса. Напрями розвитку креативного сільського туризму після пандемії COVID-19. «Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітніх систем сучасного суспільства». Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів-Торунь : Liga-Pres, 2022. С.668-672.

3. Воронкова Валентина, Череп Алла, Венгерська Наталя. Умови досягнення сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС. Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості : Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 15–16 вересня 2021 року) / за ред. А.В. Череп, Н.С. Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 67-69.

4. Воронкова В.Г. Інноваційні аспекти розвитку креативних технологій національної й світової індустрії туризму в умовах COVID-19. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. С.458-462.

¹аспірантка кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІСТ

Актуальність розвитку креативних індустрій, як галузі, за якою уважно стежить світ, відіграватиме важливу роль у коригуванні та оптимізації поточної промислової структури та трансформації режиму економічного зростання. Креативна індустрія є новою концепцією, її розвиток не може обмежуватися кількома регіонами чи містами. З прискоренням процесу світової економічної інтеграції та перетворенням міста на глобальний інвестиційний центр, промислова структура поступово оптимізується та коригується, щоб стати більш розумною, а режим економічного зростання поступово змінюється з режиму екстенсивного економічного зростання на інтенсивний. Однак наразі у містах все ще переважають трудомісткі галузі промисловості, існують значні відмінності в регіональному економічному та соціальному розвитку. Тому необхідно сприяти реструктуризації промисловості та подальшій реалізації промислової структури. Оптимізація та модернізація економіки, активний пошук нових точок економічного зростання стали головним пріоритетом.

У нинішніх умовах у багатьох країнах бурхливий розвиток креативної індустрії став неминучим вибором. Креативна індустрія, безсумнівно, стане однією зі стовпових індустрій у новій міській індустріальній системі в найближчому майбутньому. Термін креативна індустрія (Creative industrie) був вперше офіційно запропонований у 1998 році в «Документі шляхів розвитку британської креативної індустрії». Британська робоча група креативної індустрії визначає її як «індустрію, яка бере початок від індивідуальної творчості, навичок і таланту, та має потенціал для створення багатства та зайнятості через розвиток і використання прав інтелектуальної власності». Згідно з цим визначенням, включаючи рекламу, архітектуру, торгівлю мистецтвом і культурними реліквіями, ремесла, дизайн, дизайн одягу, кіно, програмне забезпечення для інтерактивного дозвілля, музика, виконавське мистецтво, видавництво, програмне забезпечення та телевізійне мовлення, визначені як творчі індустрії. Але фактично креативну індустрію відокремлено від вищезазначених галузей промисловості та стало самостійним індустріальним сектором, який виробляє такі продукти, як реклама, архітектура, одяг, творчий дизайн у ремісничому виробництві, кіно та телевиробництво [1].

На відміну від індустрії культури, конотація креативної індустрії відноситься до деяких галузей, які використовують культурну та мистецьку творчість як засіб доданої вартості, і, де це можливо, використовують

оригінальні бізнес-методи для сприяння продажам і використовують права інтелектуальної власності для захисту прибутку. У його значенні можна виділити два ядра: культурну творчість та інтелектуальну власність. Найбільша особливість креативної індустрії полягає в тому, що креативність забезпечує культурну додану цінність, окрім практичної цінності продуктів чи послуг, і, зрештою, підвищує економічну цінність продукції. Можна сказати, що креативна індустрія — це нова культурна концепція, тенденція мислення та економічна практика, розроблена на тлі вступу світової економіки в епоху економіки знань, яка виступає за інновації, індивідуальну творчість, а також наголошує на підтримці та просуванні культури. і мистецтва до економіки. Основними характеристиками міського розвитку на сучасному етапі є:

1) Спосіб міського зростання змінився від чистого розширення масштабу до масштабу та якості. Пристосовуючись до економічної трансформації країни та соціальної трансформації, міста звертають увагу на трансформацію режиму економічного зростання та здійснюють стратегічні коригування економічної структури, особливо структури промисловості. Деякі міста перейшли від промисловості, особливо важкої промисловості, до нової економічної структури та індустріальної системи, в якій високотехнологічні індустрії, сучасні індустрії послуг, культурні та творчі індустрії є провідними галузями. Коригування економічної структури та трансформація режиму економічного зростання зменшили залежність міста від ресурсів, створили більш вільний простір розвитку, сформували орієнтоване на збереження та екологічне місто та сприяли зміні або трансформації природи міста [2].

2) Міська просторова форма змінилася від розвитку окремих міст до розвитку міських груп. Міський розвиток особливо розвиток великих міст, поступово увійшов у період розвитку міських агломерацій, міських поясів і міських кіл. Це не тільки вимога саморозвитку великого міста, як-от перенесення назовні певних галузей промисловості, коригування просторового планування міста, покращення міського екологічного середовища, необхідність міського житлового будівництва тощо, а й вимога та тенденція регіонального економічного розвитку.

3) Модель міського розвитку змінилася від зосередження лише на розвитку технологій і продуктивності до зосередження на міських характеристиках і брендах. В даний час китайські міста приділяють все більше уваги своїм характеристикам і брендам. Наприклад, Пекін повною мірою використовує статус столиці та відповідні переваги, користуючись можливістю успішно претендувати на проведення Олімпійських ігор, енергійно розвиває олімпійську економіку, сприяє розвитку суміжних галузей, зміцнює будівництво міської інфраструктури та управління

навколишнім середовищем, розширює обміни та зв'язки з міжнародними колами, розвиває міжнародну обізнаність та дипломатичні здібності мешканців, покращує моральну культуру та рівень етикету мешканців, відображає моду історичного та культурного міста Пекіна та характеристики міжнародних міст, а також створює новий міський бренд Пекіна, що значно підвищило привабливість і популярність Пекіна. Так відбувається в Шанхаї, Гуанчжоу, Тяньцзіні, Чунціні та інших містах. Або використовувати ресурси міста, особливо туризм та історико-культурні ресурси, або за допомогою спеціальних заходів, або виробництва спеціальних продуктів, або за допомогою спеціальних заходів тощо, щоб зробити його брендом і стати характеристикою міста, привертаючи увагу світу та сприяючи розвитку міста [3].

4) Зовнішні відносини міста змінилися з чистої конкуренції на поєднання конкуренції та співпраці. Історичний досвід розвитку зарубіжних креативних індустрій після третьої хвилі нової технологічної революції пов'язаний з економікою знань. Його знаковою індустріальною формою є креативна індустрія. Становлення економіки знань є одним із найважливіших чинників, які мають глибокий вплив на майбутній розвиток світу. У середині 1990-х Сполучені Штати та інші розвинені країни послідовно запропонували план «інформаційної супермагістралі», економіка знань, позначена креативними індустріями, поступово сформувалася в розвинених країнах.

Першою країною у світі, яка за допомогою політики сприяла розвитку креативних індустрій, є Велика Британія. Основним пунктом є сприяння оптимізації та модернізації внутрішньої структури третинної промисловості. Творча індустрія - це інтелектуальна індустрія з високою доданою вартістю, що базується на знаннях, та оцінює вартість своїх продуктів із збільшенням у десятки чи сотні разів. Тому розвиток креативних індустрій може значно покращити культурний і інформаційний зміст традиційних виробництво продукції та сприяння модернізації та трансформації галузей, підвищить міжнародну конкурентоспроможність традиційних галузей. Роль креативних індустрій у розвитку міст стимулює життєздатність міста своєю потужною креативністю, яка є основним джерелом міської конкурентоспроможності.

В усьому світі, майже без винятку, великі міста з кіно та телебаченням у світі є районами з найбільш концентрованими та розвиненими творчими індустріями та характеризуються відмінними. розвиток креативних індустрій може значно покращити культурний і інформаційний зміст традиційних виробничих продуктів та підвищення доданої вартості продукції, що є вигідним для сприяння модернізації традиційних галузей промисловості до галузей з високою доданою вартістю, оптимізації внутрішньої структури самої третинної галузі, підвищення

конкурентоспроможності галузей промисловості, стимулювання життєдіяльності міських функцій, які є суттю конкурентоспроможності міст, а потім підвищити конкурентоспроможність міст. Творча індустрія може сприяти розвитку низки пов'язаних галузей, вона не лише значно покращує та каталізує оригінальну структуру міської третинної промисловості, але й сприяє швидкому поділу традиційної міської третинної промисловості на нові промислові групи [4].

Таким чином, підведемо підсумки. Нові можливості в креативних містах виходять з того, щоб залучати все більше і більше інвесторів, прискорювати потік людей, капіталу, товарів та інформації в місті, значно сприяти агломерації та розширенню міста. Креативні міста мають такі характеристики: креативний центр сприяє соціально-економічному розвитку та розвитку культури через розвиток креативних індустрій. «Соціокультурні кластери» створюють здорове міське середовище, об'єднуючи різні соціокультурні спільноти. Мережа креативних міст має на меті сприяти міжнародній співпраці між містами та заохочувати міста до встановлення партнерства для спільного розвитку згідно з глобальною стратегічною структурою ЮНЕСКО щодо пріоритетності культури та розвитку та сталого розвитку. Приєднавшись до мережі креативних міст, міста-учасники зможуть використовувати міжнародну платформу для обміну досвідом і створення можливостей з іншими містами, особливо щодо креативної економіки та креативного туризму. Міські креативні системи включають органи місцевого самоврядування та багато партнерських спільнот у державному/приватному секторі, професійні установи, громадянське суспільство, культурні установи тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Gramchuk, Marina, & Nikitenko, Vitalina. Present trends and prospects of smart city development. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed.V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishinghouse "Helvetica", 2023. 14 (91). P. 35–41.
2. Мар'єнко В.Ю., Бурашнікова О.С., Грамчук М.О. Технології інформаційного забезпечення менеджменту як нового наукового напрямку XXI століття. XI наукова конференція «Наукові підсумки 2022 року». Збірка наукових праць. Харків: Технологічний центр, 2022. С.66.
3. Грамчук М. О., Нікітенко В. Філософська рефлексія стратегії розвитку креативного міста та креативних індустрій. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції за участю молодих науковців «Актуальні питання сталого науково-технічного та соціально-економічного розвитку регіонів України». Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 437 с. Запоріжжя: ЗНУ, 2022. С. 109-111. URL:

https://www.znu.edu.ua/ii_znu/nauka/conf2/znrbyk_22.pdf.

4. Грамчук Марина, Нікітенко Віталіна. Розробка стратегії розвитку креативного міста в умовах діджиталізації. Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітянських систем сучасного суспільства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів-Торунь: Liga-Pres, 2022. С. 342-346.

Григор'єва О.В.¹

¹ аспірантка кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

«КЛІМАТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ» АДАПТАЦІЇ БІЗНЕСУ ДО ЗМІН КЛІМАТУ

Як і будь-який мегатренд, зміна клімату неминуче принесе для бізнесу як можливості, так і виклики для відставання. Тож, поки світ зосереджується на пом'якшувальних заходах, то компанії, прагнучі до процвітання, вже вживають заходи щодо адаптації до змін клімату та забезпечення у такий спосіб стійкості бізнесу і повноцінного використання кліматичних можливостей. А чим більш енергійно бізнес присвячує себе адаптації, тим більше частка суспільства в цілому допомагає адаптуватися і отримувати користь.

Наразі ж більшість бізнес-лідерів надають перевагу «пом'якшенню» - заходам щодо зменшення викидів CO₂. Це, в першу чергу, заходи з декарбонізації, які в результаті зменшують обсяги спалення викопного палива при збереженні або збільшенні випуску обсягів продукції (заходи з енергоефективності). У цьому випадку досягається глобальна ціль зменшення викидів CO₂ та локальна для підприємства – зменшення собівартості продукції через зменшення затрат на енергію та паливо і підвищення конкурентоспроможності продукції. Відтак, пом'якшення стосується рішень, які зменшують або навіть усувають причини або наслідки зміни клімату. Втім, «адаптація» не менш важлива.

«Адаптація» – це заходи з пристосування до змін клімату. До цих заходів можна віднести зміни технологій з урахуванням нових кліматичних умов чи переорієнтація на випуск нових видів продукції [1]. Тобто, адаптація припускає неминучість зміни клімату і передбачає використання «кліматичних можливостей».

Чіткого визначення поняття «кліматичні можливості», на жаль, до тепер не існує. Тож, дана економічна категорія продовжує супроводжуватись активними дебатами щодо того, які активи та види діяльності вважаються кліматичними можливостями бізнесу.

Більшість дослідників та практиків під «кліматичними

можливостями» бізнесу розуміють інвестиції, які мають принести позитивний еколого-економічний ефект, оскільки світ трансформується до вуглецево-нейтральної економіки та вживає заходів щодо адаптації до глобального потепління. Втім, Робоча група з розробки таксономії та розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом (далі - TCFD), розподіляє кліматичні можливості на п'ять основних категорій:

ефективність використання ресурсів - товари, послуги та діяльність, які сприяють зниженню споживання енергії;

джерело енергії - інвестиції в джерела енергії з низьким рівнем викидів (вітрова та сонячна генерація);

продукти та послуги - інновації, спрямовані на зміну клімату та фізичні ризики (фінансові продукти, які упаковують і передають екстремальні погодні умови компаній на ринки капіталу);

ринки - можливості, пов'язані з новими ринками та доступом до стимулів державного сектора (зростаюча торгівля вуглецевими кредитами);

стійкість - зусилля, спрямовані на підвищення здатності компаній, громад і країн протистояти фізичним впливам, пов'язаним із кліматом, і стихійним лихам і відновлюватися після них (інвестиції в сучасний захист від повеней).

Ці категорії можливостей не виключають одна одну, і деякі з них збігаються. Однак вони є «корисною лінзою», через яку можна оцінити різні варіанти інвестування, сприятливі для клімату.

Масштаби кліматичних можливостей величезні. В аналізі 2021 року в рамках кампанії ООН Race to Zero було оцінено, що для досягнення нульової чистої економіки до 2050 року та уникнення найгірших фізичних наслідків зміни клімату необхідно 125 трлн. дол. США інвестицій. Тільки до 2030 року необхідно 32 трлн. дол. США на шість секторів: електроенергетика, будівництво, промисловість, транспорт, паливо з низьким рівнем викидів, а також сільське господарство, лісове господарство та інше землекористування.

Тож, вибір кліматичних можливостей за інвесторами. Інвестори, які зосереджуються виключно на фінансових показниках, наражаються на всесвіт нефінансових ризиків, пов'язаних зі зміною клімату. До них належать репутаційні, політичні юридичні ризики та ризики «зеленого відмивання». Безперечно вони не мають безпосереднього впливу на прибутковість інвестицій, проте опосередковано з часом через можуть їх зруйнувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Буренко Т. Що таке зміни клімату та «зелені» ініціативи і чому вони стосуються кожного підприємства?». Федерація роботодавців України. 2022. URL: <https://fru.ua/ua/media-center/news/fru/shcho-take-zmini-klimatu-ta-zeleni-initsiativi-i-chomu-voni-stosuyutsya-kozhnogo-pidpriemstva>

2. The Investment Case for Climate Opportunities. Manifest Climate. 2022. URL:https://www.manifestclimate.com/blog/investment-case-climate-opportunities/?utm_source=esgtoday&utm_medium=paid&utm_content=20230119_guestpost&utm_campaign=ESG+Today

Захарченко В.І.¹, Варварчук Г.В.²

¹доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

² здобувач вищої освіти, Національний університет «Одеська політехніка», Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ВИХІДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

В умовах ринкової економіки кожний товар потребує ретельного відстеження свого становища на конкурентних ринках і постійному вдосконаленні[2,с. 64-65].

У визначенні конкурентоспроможності товару по відношенню до споживача і виробника існує певна відмінність, яка полягає в наступному:

- для споживача рівень споживчих властивостей товару має перевищувати значення економічних витрат споживача на його придбання та експлуатацію;

- для виробника економічні вигоди повинні перекривати технологічні та організаційні складності виробництва.

У зв'язку з цим визначати мотивацію споживача та конкурентоспроможність виробника слід окремо. Потім на основі отриманих показників виводиться узагальнений алгоритм дослідження конкурентоспроможності саме товару[3, с. 16].

Для застосування на практиці узагальненого алгоритму аналізу конкурентоспроможності товару та для узгодження інтересів споживача та виробника необхідно провести аналіз вихідної інформації та прогнозування конкурентоспроможності конкретного досліджуваного товару, а також визначити чутливість показника конкурентоспроможності товару до вихідних даних, що змінюються.

Усі вихідні одиничні показники для проведення аналізу доцільно поділити на три класи відповідно до тенденції їх впливу на конкурентоспроможність:

У 1 клас входять показники, зі зростанням абсолютного значення яких, конкурентоспроможність товару збільшується (ймовірність безвідмовної роботи, потужність ресурсів, тощо).

До 2 класу входять показники, зі зростанням величини яких конкурентоспроможність виробу зменшується (вага, матеріаломісткість,

інтенсивність відмов і т. д.).

До 3 класу входять так звані "критичні показники", які мають принаймні одне допустиме значення,- вище або нижче якого виріб взагалі вважається непридатним для використання і конкурентоспроможність стає нульовою (зміст шкідливих викидів у навколишнє середовище, рівень патентної чистоти тощо). Такий клас показників насамперед оцінює необхідність наступних досліджень.

Конкретні приклади розподілу одиничних показників на класи свідчать про наявність взаємопротилежного їх впливу на показник конкурентоспроможності товару. Для аналізу цих складних процесів пропонується слідуєча методика:

Методика аналізу вихідної інформації та прогнозування конкурентоспроможності товару:

1. Аналіз вихідної інформації та її зміни по даному виробу.

1.1. Визначення переліку одиничних показників за групами, необхідними для аналізу конкурентоспроможності виробу, що розглядається.

1.2. Розподіл одиничних показників за класами відповідно до тенденції їхнього впливу на конкурентоспроможність виробу.

1.3. Вивчення "критичних" показників (3 клас), як основного обмеження, невиконання якого призводить до недоцільності подальших розрахунків конкурентоспроможності.

1.4. Оцінка чутливості інтегрального показника відносної конкурентоспроможності до змін кожного з аналізованих одиничних показників.

1.5. Обмеження переліку аналізованих одиничних показників, до змін яких інтегральний показник відносної конкурентоспроможності найбільш чутливий.

1.6. Вивчення реальних у минулому та можливих у майбутньому тенденцій зміни обмеженого (п. 1.5) переліку одиничних показників у часі (аналіз накопичувальної статистики).

1.7. Побудова змін у часі аналізованих одиничних показників та їх апроксимація.

2. Аналіз вихідної інформації та її зміна за товарами-аналогами.

2.1. Вивчення реальних у минулому та можливих у майбутньому тенденцій зміни обмеженого (п. 1.5) переліку одиничних показників у часі по товарах-аналогів (аналіз відповідної статистики).

2.2. Побудова змін у часі одиничних показників та їх апроксимація за товарами-аналогами.

2.3. Екстраполяція одержаних у п. 2.2 залежностей одиничних показників для прогнозування процесів їх зміни.

3. Прогнозування зміни конкурентоспроможності товару.

Кожне підприємство встановлює важливість конкретного виду ефекта в залежності від прийнятих цілей бізнесу. Також найважливішою характеристикою конкурентоспроможності товару/послуги є якість – інтегральна характеристика, що відображає ефективність застосованих технологій(стійкість та надійність, інноваційність та безпека), системи маркетингу, а головне – менеджменту якості в межах системи управління якістю[1,с.67].

Інтегрована оцінка конкурентоспроможності продукції повинна визначатися сукупністю найбільш важливих факторів. До таких, наприклад, можливо віднести якість, ціну, просування товару на ринку, оперативне доведення його до споживача[1, с.70]. У кожному конкретному випадку такий склад факторів визначається фахівцями.

Запропонована методика пройшла апробацію під час здійснення колсантингового проекту, що проводилася на ПАТ «Одескабель» (м.Одеса) при оцінці конкурентоспроможності кабельної продукції на світових ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Дубницький В.І., Комірна В.В., Науменко Н.Ю., Овчаренко О.В. Конкуренція, конкурентоздатність, ринкова кон'юнктура: навчальний посібник. Днеп: ГВУЗ «УГХТУ», 2016. 400с.
- 2.Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер з англ Київ: Основи, 1998. 390с.
- 3.Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпекоорієнтованого розвитку : коп.монографія. Відпр ред В.І. Захарченко. Одеса: Фенікс,2020.196 с.

Іванова М.І.¹, Варяничекно О.В.², Бутенко В.В.³

¹ докт. екон. наук., проф. НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

² канд. екон. наук., доц. НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

³ студ. гр. 073-193-1 «НТУ «Дніпровська політехніка», Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКЕ ФУНКЦІОНУЄ У НЕПЕРЕДБАЧУВАНИХ УМОВАХ

Однією з найбільш важливих характеристик підприємства є його конкурентоспроможність, яка визначає результат його виробничо-збутової діяльності на конкурентному ринку. Завдяки конкуренції підприємства мають змогу відстежувати зміни попиту та пропозиції, знижувати виробничі витрати та матеріальні ресурси, а також підвищувати якість своєї продукції та послуг.

Поняття конкуренції відображає сутність ринкових відносин. Конкуренція є найважливішим і найсуттєвішим елементом всієї системи ринкової економіки. Слово «конкуренція», що походить від латинського «conspicentia», означає змагання або суперництво [1].

Найбільш повні теоретичні положення щодо динаміки конкуренції були вперше сформовані в середині 18 століття, і їх основна заслуга належить класичній політичній економії, оскільки представники цього періоду досліджували їх протягом тривалого часу, встановивши і сформувавши принцип досконалої конкуренції – «Конкуренція вирівнює прибутки і веде до оптимального розподілу праці та капіталу» [2].

Як правило, підприємства відстежують зміни попиту та пропозиції через конкуренцію, коригують виробничі витрати та вартість матеріальних ресурсів, а також підвищують якість своєї продукції та послуг.

Конкуренція дійсно є складним соціально-економічним процесом, який, з одного боку, реагує на зростаючі потреби суспільства та індивідів на більш високих технологічних, технічних, екологічних та економічних рівнях.

Конкуренція має як позитивні, так і негативні сторони.

До негативних аспектів належать: 1) посилення соціальної несправедливості; 2) поглинання дрібних виробників великим капіталом; 3) розорення одних, збагачення інших; 4) посилення бідності.

Активний моніторинг інновацій, їх впровадження у виробництво, просування науково-технічних програм та раціональне використання матеріалів, робочої сили та коштів є позитивними рисами конкуренції для підприємств.

Для виникнення конкуренції необхідні певні умови. Основні з них наведено на рисунку 1.1.

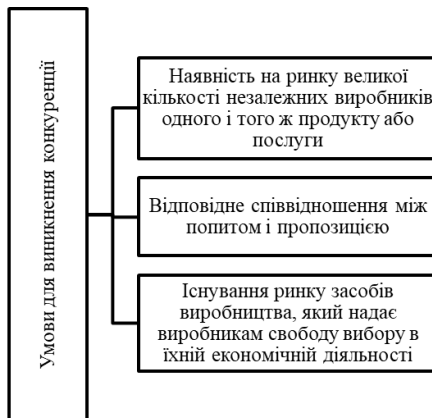


Рисунок 1.1 – Умови для виникнення конкуренції [3]

Рівень ринкової конкурентоспроможності компанії визначається шляхом комплексного аналізу кількісних показників, які динамічно порівнюються з показниками конкурентів в умовах однакового впливу зовнішнього середовища. Механізмом оцінки конкурентоспроможності

підприємства є поділ підприємства на ключові бізнес-процеси.

Зі зростанням конкуренції у світовій економіці бізнес-лідери постійно шукають нові інструменти та методи для управління та підвищення своєї конкурентоспроможності. У першій половині 20-го століття компанії могли досягати успіху та забезпечувати собі конкурентну перевагу з меншими витратами. Диференціація між товарними групами була незначною, а здатність виробляти з мінімальними витратами була ключем до успіху. На той час основним критерієм оцінки ефективності такого виробництва було співвідношення доходів і витрат.

Яскравий приклад – компанія Ford на початку свого розвитку. Початковою метою було створити «автомобіль для всіх», тобто автомобіль, який був би доступний широким верствам населення. Генрі Форд, представник компанії, винайшов конвеєр і з його допомогою зміг налагодити масове виробництво продукції та значно знизити собівартість одиниці продукції. Однак впровадження новітніх технологій, швидке насичення попиту, інтернаціоналізація та посилення конкуренції, а також збільшення державного втручання в промисловість першого покоління, такого як верстатобудування, виробництво сталі та сільськогосподарської техніки, означало, що певні операційні та управлінські методи більше не давали бажаних результатів, причому не тільки з точки зору продажів, але й конкурентоспроможності компанії.

Бізнес працює в умовах жорсткої конкуренції. Ті, хто програє цю боротьбу, банкрутують. Щоб уникнути банкрутства, підприємствам необхідно постійно відстежувати зміни в ринковому середовищі, розробляти шляхи подолання негативних аспектів і підтримувати свою конкурентну перевагу.

Основою ефективної конкурентної стратегії компанії є наявність знань і достовірної інформації про структуру ринку, характер конкуренції на ньому, оцінка внутрішнього потенціалу компанії та визначення шляхів досягнення конкурентних переваг. Підприємства стикаються з багатьма варіантами, але після кропітких зусиль учасники ринку можуть обрати найбільш ефективну та реалістичну стратегію розвитку та отримати конкурентну перевагу в довгостроковій перспективі.

Важливим елементом конкурентоспроможності підприємств (організацій) є їх операційна ефективність, оскільки вони мають здатність швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та впроваджувати інновації на основі раціонального використання наявних ресурсів.

У зв'язку з цим, однією з передумов економічного виживання підприємства є розробка конкурентної стратегії, тобто підвищення здатності підприємства реагувати на запити ринку на основі відносно ефективного використання обмежених фінансових ресурсів у порівнянні з конкурентами.

Конкурентна стратегія – плани, програми та загальний курс дій

підприємства, спрямовані на досягнення його стратегічних цілей, котрі сприяють формуванню конкурентних переваг на ринку.

Для того, щоб компанія просувалася до своїх цілей, їй необхідно постійно відстежувати проміжні результати та контролювати мікро- та макрозміни в навколишньому середовищі. У багатьох випадках бізнес-спільнота є стабільною протягом досить тривалого часу, і її розвиток відбувається передбачувано. Однак у деяких випадках ситуація є непередбачуваною і швидко змінюється. У таких випадках компаніям доводиться аналізувати свої програми, стратегії і навіть цілі, а також послідовність своїх дій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ткаченко А.М., Іванова М.І., Загорудько В.Л. Визначення рівня економічної безпеки, враховуючи конкурентоспроможність підприємства. Підприємництво та інновації: Міжнародний університет фінансів. 2019. № 10. С. 52–57.
2. Бродюк І.В. Стратегічний аналіз інвестиційного розвитку підприємства. Економіка та держава. 2015. № 4. С. 131–133.
3. Стахів О.А., Адамчук Т.Л. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 12. С. 360–365. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/60.pdf.

Іпполітова І. Я.¹, Близно І.Д.²

¹к.е.н. доц., доцент кафедри підприємництва і торгівлі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

Сьогодні жодна сучасна людина не уявляє свого дня без гаджета та Інтернет-трафіку. Онлайн-індустрія розвивається з величезною швидкістю, суттєво впливаючи на сферу торгівлі. Так, у світі з'явився новий напрямок – онлайн-торгівля. Вона передбачає купівлю/продаж товарів та послуг оптом та в роздріб за допомогою електронної мережі.

Інтернет-торгівля – це вид підприємницької діяльності, здійснюваний електронним способом, у якому здійснення угод відбувається у вигляді телекомунікаційних мереж (обов'язково – з використанням Інтернету). Тому її розвиток буде залежати від інформаційної інфраструктури, правового забезпечення електронних угод, платіжних систем і систем доставки товарів, і навіть інших механізмів реалізації [1, с. 144]. Відповідно до стандартів ООН, бізнес визнається електронним, якщо дві з чотирьох складових (виробництво

товару або послуги, створення попиту, доставка до споживача та оплата) здійснюються за допомогою мережі Інтернет. Вважається, що електронний бізнес включає продаж, маркетинг, фінансовий аналіз, здійснення платежів, пошук співробітників, підтримку користувачів та підтримку партнерських відносин [2, с. 7]. Електронна комерція розпочала трансформацію діяльності підприємств у мережу віртуальних співтовариств організацій, кожне з яких може сконцентрувати свою діяльність на тих напрямках, у яких найбільш компетентне, щоб постачати кінцеве виробниче рішення своїм клієнтам [1, с. 144]. Можемо виділити такі переваги електронної комерції: відсутність географічних кордонів, таргетинг, tracking, постійна доступність ресурсу та гнучкість моделювання, інтерактивність, можливість розміщення великої кількості інформації, оперативність поширення та отримання інформації, скорочення витрат. До недоліків відносять: відносно невелика аудиторія споживачів проти аудиторії традиційної комерції, консерватизм мислення споживачів, недовіра до сучасних платіжних систем та якості необхідного товару, технічні складнощі при здійсненні покупки (необхідний комп'ютер, швидкісний доступ до інтернету [3-4].

Кожному керівнику онлайн-бізнесу варто спочатку побачити картину роботи Інтернет-магазину цілком, а вже потім заглиблюватися в деталі. Нами було виокремлено дев'ять етапів успішної організації та розвитку інтернет-магазину (рис. 1).



Рис. 1. Етапи успішної організації та розвитку інтернет-магазину (узагальнено автором за [5])

Отже, електронна комерція вносить суттєві зміни в економічну структуру, традиційну модель економічного зростання, а також режим роботи.

Завдяки електронній комерції, Інтернет-магазинам було створено нові можливості, пов'язані з бізнес-моделями та інтеграцією між каналами розповсюдження, що зможе підвищити конкурентоспроможність ведення бізнесу суб'єктами підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цибура А. В. Роль електронної комерції в розвитку національної економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 26. Ч. 2. С. 143-145.
2. Новицький А. Сутність та зміст поняття «електронна комерція». Правова інформатика. 2007. № 1(13). С. 5–11.
3. Яценко О. М., Грязіна А. С. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8. С. 4–15.
4. Іпполітова І.Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство. 2023. No 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2106> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-47-18
5. Як створити Інтернет-магазин: чек-лист для новачків. Торгсофт. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/chek-list-sozdaniya-internet-magazina/>

Іпполітова І. Я.¹, Ларчікова Л. О.²

¹к.е.н. доц., доцент кафедри підприємництва і торгівлі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні тенденції глобалізації світу та розвитку глобальної економіки переконливо доводять необхідність переосмислення способів і моделей ведення бізнесу під впливом використання інформаційних систем та технологій. Це надає нові перспективи розвитку підприємництва.

Переваги електронного бізнесу для суб'єктів підприємництва полягають у:

- швидшій реакції виробника на ринкові умови: зміну асортименту, послуг, ціни;
- можливості аналізу реакції покупців шляхом отримання додаткової інформації щодо їхніх потреб і створення відповідної реклами;
- отримання оперативного доступу до ділової інформації, автоматизації своєї діяльності, контактів зі своїми покупцями, партнерами, досвіду різноманітних компаній і фірм;

- можливості створення деталізованої (для потреб сегментації) бази даних споживачів, що дозволяє з великою ймовірністю визначати покупця для будь-якого товару;
- цілеспрямованому впливі на цільового покупця (сегмент): можливості відправлення своїх пропозицій, використовуючи індивідуальні електронні засоби зв'язку (електронна пошта, соціальна мережа).

Суб'єкти підприємництва, які займаються електронним бізнесом, повинні мати свою стратегію.



Рис. 1. Стратегії залучання до е-бізнесу [5]

Правильно формулювати свої думки, формувати унікальні торгові пропозиції та робити їх графічно привабливими – непросто, але цілком можливо. Саме це представляє собою інтернет-маркетинг, а також й наступні інструменти цього напрямку.

Таблиця 1.

Інструменти Інтернет маркетингу [2]

Назва	Використання
Таргетована реклама	Допоможе влучно показувати Вашу пропозицію представникам цільової аудиторії та тим, хто вже цікавиться брендом
Email-маркетинг	Проінформує діючих та потенційних клієнтів про акційні пропозиції чи новини

Ронтекстна реклама

Приведе потенційних покупців на сайт компанії

Нині великої популярності в Україні та у світі в цілому набуває побудова особистого бренду. Насамперед сильний особистий бренд потрібен людям, які займаються просуванням інтелектуальних послуг (наприклад, смм-просування, seo-аудит, юридичні консультації та ін.), особистої діяльності, найчастіше індивідуальних проєктів блогерів та дорогих продуктів. Люди часто обирають певний продукт, адже впізнають власника його назви, який їм імонує.

Просування через особистий бренд має і мінуси. Наприклад, постійна публічність і відповідальність за репутацію особистого бренду, зіпсувавши яку можна сильно нашкодити своєму бізнесу.

Нині особистий бренд відіграє важливу роль, як у презентації себе в діловому середовищі, так і під час представлення власного продукту. Успішний персональний бренд формується з набору образів, вдало побудованої репутації та залученої аудиторії, яка реагує на вашу комунікацію. У часи діджиталізації та соціальних мереж можливість якісно створити особистий бренд має кожен.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Волот О.І. Застосування хмарних технологій в обліку та управлінні підприємствами реального сектору економіки / Волот О.І. // Зб. наук. праць 209 Центральноукраїнського наукового вісника «Економічні науки», Кропивницький: ЦНТУ, 2019. Вип. 2 (35). С. 190—198. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9144/1/20.pdf>

2. Іпполітова І.Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. Економіка та суспільство. 2023. No 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2106> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-47-18

3. Кіпоренко С. С. Використання хмарних технологій у бізнесі // Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації : збірник тез IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Хмельницький, 20 вересня 2019 року) ; за заг. ред. д. е. н., проф. Синчака В. П. – Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2019. – с. 116-119 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://old.univer.km.ua/doc/zbirniki/IV_Zbirnik_2019.pdf#page=117

4. Савченко, О.С. Хмарні технології в бізнесі / О.С. Савченко ; наук. кер. О.О. Карпіщенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013. — Т.4. — С. 144-146. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/324268321.pdf>

5. Шевчук І.Б. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навч. посіб. / Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М. та ін. // Львів: Видавництво ННБК «АТБ», 2020. — 455 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Posibnyk_IT-v-biznesi_2.pdf

Іпполітова І. Я.¹, Лохненко А.В.²

¹к.е.н. доц., доцент кафедри підприємництва і торгівлі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИЩОГО ПОРЯДКУ

Однією з ключових філософій у сучасному бізнесі є розуміння конкурентних переваг, що дозволяють підприємствам відмінитися від конкурентів та досягти успіху на ринку. Конкурентні переваги можуть бути різного характеру, однак вищий рівень переваг, таких як інноваційність, флексібільність, здатність до відтворення та інші, називаються конкурентними перевагами вищого порядку.

Конкурентні переваги вищого порядку — це ті переваги, які дозволяють підприємству або організації відокремитися від конкурентів на ринку та досягати довготривалої успішності. Ці переваги зазвичай є складним поєднанням різних факторів, які дозволяють компанії створити унікальне значення для своїх клієнтів й ефективно конкурувати на ринку. Таким чином, конкурентна перевага — це наявність у системі якої-небудь ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами.

Конкурентні переваги вищого порядку відіграють надважливу роль в стратегії розвитку підприємства. Вони дозволяють підприємству відзначитися на ринку, забезпечити стійку позицію в конкурентному середовищі та досягти довгострокової конкурентної переваги. Здійснення підприємствами своєї основної діяльності у рамках галузевої приналежності обумовлює наявність взаємозв'язку між конкурентоспроможністю підприємства і конкурентоспроможністю галузі [1]. Вплив конкурентних переваг вищого порядку на конкурентоспроможність представлено у табл.1. Конкурентоспроможність галузі визначається, з одного боку, обґрунтованим вибором стратегічних напрямів розвитку, а з іншої — ефективністю тактичних

рішень, що приймаються окремими підприємствами.

Таблиця 1. Вплив конкурентних переваг на конкурентоспроможність підприємства

Конкурентна перевага	Вплив на конкурентоспроможність
Висока якість товару/послуг	Збільшення цін на продукцію, підвищення лояльності споживачів
Широкий асортимент продукції	Збільшення ринкової частки
Створення власного бренду	Збільшення цін на продукцію, підвищення кількості споживачів
Висока культура підприємства	Збільшення продуктивності

Ролі, які виконують конкурентні переваги вищого порядку в стратегії розвитку підприємства [2]:

1. Визначення основи стратегії. Конкурентні переваги вищого порядку можуть бути основою стратегії підприємства, на яку будується його конкурентна позиція на ринку. Вони визначають ті ресурси, компетенції або унікальні властивості, які відмічають підприємство від конкурентів і дозволяють йому відповідати на виклики ринку ефективніше за інших гравців.

2. Пошук засобу досягнення конкурентної переваги. Конкурентні переваги вищого порядку є засобом досягнення переваги над конкурентами. Вони дозволяють підприємству зайняти вигідні позиції на ринку, наприклад, за рахунок нижчих витрат, унікальних продуктів або послуг, високої якості, ефективної логістики, взаємодії з клієнтами тощо.

3. Існування джерела стійкої конкурентної переваги. Конкурентні переваги вищого порядку можуть бути джерелом стійкої конкурентної переваги, оскільки вони можуть бути важко копіюваними або перевершеними конкурентами.

При розробці стратегії конкуренції необхідно, з однієї сторони, мати чітке уявлення про сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, його позицію на ринку, а, з іншої сторони, розуміти структуру національної економіки в цілому та структуру галузі, в котрій працює підприємство.

Отже, конкурентні переваги вищого порядку відіграють одну з головних ролей в конкурентному середовищі, дозволяючи підприємствам створювати особливі переваги, що роблять їх конкурентоспроможними на ринку. Конкурентні переваги вищого порядку є унікальними перевагами, які відрізняють підприємство від його конкурентів на ринку і дозволяють йому здійснювати успішну діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Белова А. І. Система стратегічного управління реструктуризацією підприємств: цілі, проблеми та перспективи : монографія / А. І. Белова ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ : КНУБА, 2014. 292 с.

2. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.

3. Іпполітова І. Я., Романова А. С. Аналіз факторів забезпечення конкурентних переваг підприємств молокопереробної галузі України Економіка та суспільство. – 2016. – №. -Електронний ресурс - Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>

Іпполітова І. Я.¹, Тищенко Р. С.²

¹к.е.н. доц., доцент кафедри підприємництва і торгівлі Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток сільськогосподарського підприємства є важливим елементом сталого розвитку суспільства. Одним з ключових аспектів розвитку сільськогосподарських підприємств є розроблення стратегії, яка дозволяє вирішувати проблеми, що виникають в ході їх діяльності та планувати подальший розвиток. Не виключенням є й Україна, яка має значний сільськогосподарський потенціал для розвитку. Розвиток агробізнесу передбачає вирішення складних завдань на довгострокову перспективу шляхом взаємодії з зовнішніми та внутрішніми факторами в умовах нестабільного середовища. Успіх підприємства в агробізнесі значною мірою залежить від правильної стратегії, яка повинна бути спрямована на досягнення поставлених цілей. Проте, слід зазначити, що стратегічне планування в аграрному секторі має свої особливості, які пов'язані зі змінністю природно-кліматичних умов, сезонним характером виробництва, тривалістю виробничого циклу та високим рівнем ризику. Тому важливо мати єдиний концептуальний підхід до стратегічного планування, що забезпечить виживання підприємства протягом тривалого періоду та ефективність його діяльності. Враховуючи різноманіття трактувань та розуміння поняття "стратегія розвитку", необхідно знайти оптимальний підхід для його застосування в аграрному секторі.

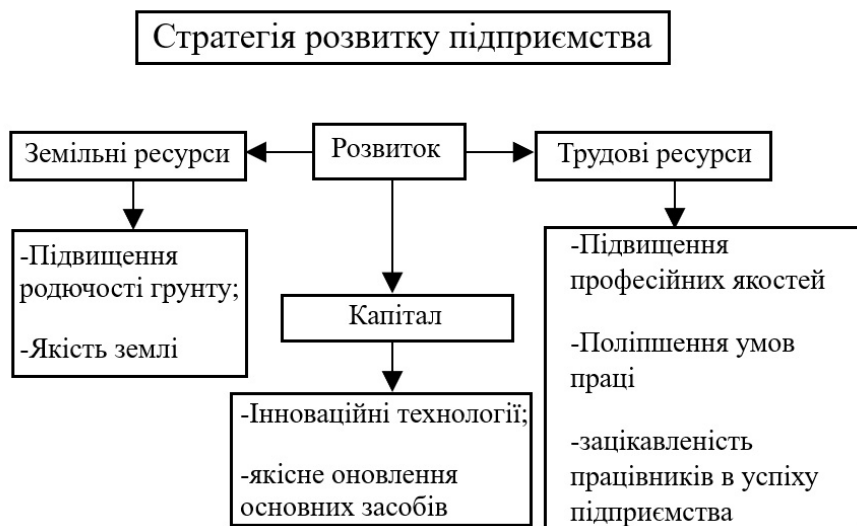


Рис. 1. Стратегія розвитку сільськогосподарського підприємства

Однією з головних особливостей розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства є аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище включає політичні, економічні, соціальні, технологічні та інші фактори, які можуть вплинути на діяльність підприємства. Внутрішнє середовище включає структуру та організацію підприємства, ресурси та процеси, які використовуються для досягнення мети.

Іншою важливою особливістю є визначення конкурентних переваг та ризиків. Підприємство повинно знати свої переваги та недоліки в порівнянні з конкурентами та визначити, які можливості та загрози можуть вплинути на його діяльність. Це дозволяє підприємству розробити ефективні стратегії для досягнення своїх мети. Вибір стратегічного напрямку розвитку є ще одною важливою особливістю розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства. Підприємство повинно вирішити, які напрямки розвитку є найбільш ефективними для досягнення своїх цілей та забезпечення конкурентоспроможності. Напрямки можуть включати збільшення обсягів виробництва, удосконалення якості продукції, залучення нових ринків збуту, розвиток нових продуктів та послуг та інші. Аналіз тенденцій є необхідним етапом розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства. Він полягає у визначенні сильних та слабких сторін підприємства, можливостей та загроз зовнішнього середовища. Аналіз тенденцій допомагає визначити

потенційні ринки збуту, конкурентні переваги, стратегії розвитку та інші фактори, які впливають на діяльність підприємства. Нарешті, розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства включає планування ресурсів. Підприємство повинно визначити, які ресурси (фінансові, матеріальні, людські тощо) необхідні для реалізації обраних стратегічних напрямків та як їх забезпечити. Також необхідно планувати контроль та оцінку виконання стратегії та вносити необхідні зміни в разі потреби.

Отже, розроблення стратегії сільськогосподарського підприємства є складним та багатоетапним процесом, який включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення конкурентних переваг та ризиків, вибір стратегічного напрямку розвитку та планування ресурсів. Ці кроки дозволяють підприємству розвиватись ефективно та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільчук М.М., Барановська О.Д., Ус С.І., Дмитрук М.І. Підприємництво та організація агробізнесу в регіонах: навч. посібник. К.: НУБіП України, 2021. 416 с.
2. Халатур С. М. Сучасна практика формування стратегії економічного розвитку сільського господарства / С. М. Халатур // Бізнес Інформ. - 2017. - № 6. - С. 138- 142.

Клименко Т. А.¹, Глущенко В. В.²

¹ ст. викладач, кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Україна

²здобувач вищої освіти, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Україна

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС

В епоху глобалізації виробництва єдиним критерієм його ефективності та попиту продукції є конкурентоспроможність. Нині немає єдиного визначення поняття «конкурентоспроможності», оскільки товар, що успішно конкурує на одних ринках, – неконкурентоспроможний на інших. Безперечно, конкуренція є двигуном ринку, її вплив на споживача складно переоцінити. Завдяки конкуренції у підприємств існує мотивація для підвищення продуктивності і якості продукції, при високому рівні конкуренції ціни на товари є максимально об'єктивними, у споживача є можливість робити свій вибір з величезного асортименту пропозицій.

Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності передбачає

використання інструментів маркетингу, способів їх поєднання та чинної маркетингової концепції з метою посилення конкурентних позицій підприємства та його продукції. Сучасний маркетинг промислового підприємства – це діяльність підприємства, яка спрямована на вдосконалення усіх процесів виробництва та вплив на ринкову кон'юнктуру підприємства. У воєнний час маркетинг характеризується миттєвістю, він став українізованим, тобто має характерні акценти української мови, культури й «української ДНК», які до війни слабо відображалися в брендах і комунікаціях.

Зараз не всі підприємці розуміють про необхідність застосування осмисленої, агресивної та ефективної маркетингової політики компанії. Класично, необхідність в маркетингу виникла з причини пропозиції однотипних товарів на конкурентних ринках. Нині підприємства стикаються з проблемами щодо реалізації продукції, маржинальності продажів та отримання прибутків через обмеження платоспроможного ринкового попиту в кількісних та вартісних категоріях. Крім того, одночасно відчуваються агресивні дії конкурентів при обмеженому розмірі ринку [1]. Щоб залишатися конкурентоспроможним у складні часи, здобути прихильність нових споживачів, підприємства мають дуже обережно поводитися в інформаційному просторі та змінити підхід на користь відповідального маркетингу, тобто намагатися виконувати обіцяне у своїх ключових комунікаційних повідомленнях і утримуватись від зайвих обіцянок. Також необхідно максимально спрощувати досвід споживання продукту, пропонувати нові можливості, які оптимізують спосіб життя в умовах воєнного стану та тотальної невизначеності. Ні в якому разі не потрібно демонструвати очікування прибутку від кожного спілкування зі споживачем. Не слід паразитувати на війні та не використовувати інформаційні приводи, пов'язані з нею, там, де це є зайвим та недоцільним. Загалом воєнна комунікація має адаптуватися до поточних умов [2].

Комплексне дослідження маркетингової діяльності підприємств у воєнний час показало, що більшість з них згадують про маркетинг, коли вже мають різке зниження обсягів продажів. Майже половина власників та керівників бізнесу взагалі вважають маркетинг непрактичною діяльністю. Тільки 8% опитаних знають обсяги власного ринку. Лише чверть підприємців мають маркетингову стратегію. Близько половини підприємств не адаптували свої цілі у воєнний час, а п'ята частина з них взагалі не мають визначених цілей. Аналітику бізнес-середовища використовує тільки четверта частина опитаних. Половина підприємств взагалі не розуміє навіщо потрібна сегментація споживачів. Більшість підприємств не мають системної програми лояльності. Лише третина підприємств мають думки перейти на чисту онлайн торгівлю. Повторних покупок не відбувається у половини підприємств, а частота покупок впала у 66% компаній. Релокація клієнтів вплинула на 52%

підприємств, а 49% компаній не таргетують пропозицію за місцем релокації клієнтів. 77% керівників вважають, що споживачі змінили свої пріоритети на користь продукції першої необхідності, енергетики та безпеки [1].

Отже, практично всі підприємства відчули, що війна вплинула на споживчі ринки, а половина компаній відчули агресивний вплив конкурентів з початком війни. Великою помилкою більшості підприємств є те, що вони зовсім не вивчають нові потреби споживачів та потенційні ринки. Лише менше третини опитаних займаються пошуком нових потреб, адаптацією до нової поведінки клієнтів і залученням нових клієнтів. З війною інструменти, методики та методології маркетингу не змінились, але для того, щоб бути конкурентоспроможним і був ефект від діяльності, їх необхідно застосовувати постійно, агресивно й задовго до настання проблем на підприємстві [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг у воєнний та післявоєнний час. – Новини Міжнародного інституту бізнесу, грудень, 2022. – URL: <https://iib.com.ua/ru/novosti-mib/item/5884-marketing-u-voenniy-ta-pislyavoennyi-chas.html>.

2. Крючко К. Маркетинг воєнного часу: як змінилася поведінка споживачів під час війни? – URL: <https://cases.media/article/marketing-voyennogo-chasu-doslidzhennya-havas-village-ukraine>.

Котик О.В.¹, Окач С. О.²

¹ст. викладач, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

²Окач С. О., здобувач вищої освіти, Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних ринкових умовах, де темп життя швидко зростає, невпинно розвиваються наука та технології, з'являється велика кількість інформації. Це призводить до необхідності в пошуку нових підходів використання та обробки даних, автоматизації процесів для ефективного та конкурентоспроможного бізнесу. Щоб забезпечити розвиток, керівництво підприємства потребує висококваліфікованих фахівців, які вміють та готові працювати з новітніми технологіями та інноваціями, надавати якісне обслуговування та розвивати бізнес.

Діджиталізація, або процес перетворення традиційного бізнесу в цифровий формат, є однією з найбільш важливих тем в сучасному бізнесі. Цей процес має значний вплив на конкурентоспроможність підприємств, оскільки дає змогу збільшити ефективність виробництва, поліпшити якість

продуктів та послуг і зменшити витрати на їх виробництво [3, С. 184]. Діджиталізація також дозволяє підприємствам стати більш гнучкими та адаптивними до змін на ринку, що дозволяє підтримувати конкурентну перевагу на ринку. Сьогодні кожен суб'єкт господарювання прагне до підвищення конкурентоспроможності і тому керівництво повинне бути готовим до швидких змін та використання новітніх технологій для того, щоб зберегти та збільшити інтегрований розвиток, а також забезпечити стабільний майбутній успіх. І саме тому діджиталізація є ключовим фактором у розвитку бізнесу в цьому напрямку. Розширення та більш зручне використання цифрових технологій принесуть значні переваги для економічного зростання та трансформації.

Перехід українських підприємств на цифровий формат роботи стає все більш необхідним, очевидним та актуальним для більшості компаній. З часом цифровий розрив між високотехнологічними компаніями та компаніями, які залишаються прихильниками застарілих технологій, стає все більшим. При цьому важливо також звернути увагу на використання цифрових технологій у маркетингових стратегіях. Діджиталізація може допомогти підприємствам побудувати більш ефективну комунікацію зі своїми клієнтами та створити персоналізовані маркетингові стратегії, що збільшують ефективність реклами та продажів. Однак, для того, щоб підприємства могли успішно діджиталізуватися та бути конкурентоспроможними в сучасних умовах, необхідно мати не тільки досвідчених фахівців та високотехнологічне обладнання, а й стабільний бізнес-план та стратегію розвитку, яка відповідає вимогам ринку та споживачів. Крім того, необхідно забезпечити надійну інформаційну безпеку, оскільки цифрові технології відкривають нові можливості для кібератак та крадіжок даних. Необхідно також зазначити, що діджиталізація може привести до збільшення конкуренції на ринку, оскільки цифрові технології дозволяють підприємствам входити на нові ринки та конкурувати з іншими на ринку. Тому, для забезпечення конкурентоспроможності на ринку, підприємство повинно постійно оновлювати та вдосконалювати свої цифрові технології та стратегії. В свою чергу діджиталізація забезпечує підприємствам ряд конкурентних переваги, а саме: надання додаткової цінності товару через якісний сервіс; високий рівень зв'язку з клієнтами та цільовою аудиторією; підвищення іміджу компанії за допомогою швидкої комунікації з клієнтами; зниження ціни за допомогою автоматизації процесів та оцифрування бізнес процесів; прозорість внутрішніх та зовнішніх процесів підприємства; підвищення лояльності клієнтів до компанії[1, 73-74].

Одним з важливих аспектів діджиталізації є зміна культури підприємства та сприйняття цифрових технологій. Необхідно переконати всіх працівників підприємства, що діджиталізація - це новий підхід до бізнесу та

управління. Також потрібно навчитися відкрито співпрацювати зі сторонніми партнерами та стартапами, щоб розробляти нові продукти та послуги. Однак, кожний процес має як переваги так і недоліки. І процес діджиталізації не є виключенням. До переваг ми можемо віднести : високий рівень конкурентоздатності; спрощення роботи з масивом інформації; економію коштів; лояльність клієнтів; позитивне ставлення до іміджу підприємства. Що стосується недоліків, то це: необхідність у високоякісних виконавцях; погіршення взаємовідносини з клієнтами при недосконалому впровадженні; нестабільний характер переваг [складено на основі джерела 1, С. 74].

Узагальнюючи, можна сказати, що діджиталізація може значно підвищити конкурентоспроможність підприємства, зменшити витрати та покращити якість продукту або послуги. Проте, вона повинна бути розглянута як одна зі складових загальної стратегії розвитку компанії, а не як самостійний фактор та постійно оновлюватися і вдосконалюватися, щоб забезпечити стійку конкурентну перевагу на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лазебник Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економічний вісник*. Серія: фінанси, облік, оподаткування. Випуск №2, 2018 р. С.69-74.
2. Лазоренко Т. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу /Т. Лазоренко, І. Шолом // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». Випуск №1, 2020 р. С.50-51 URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201186>
3. Устенко М. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки / М. Устенко, А. Руських // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Випуск № 68. 2019 р. С.181-192.

Круглікова В.В.¹

¹к.е.н., доц. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК КРУГООБІГУ ОБОРОТНИХ КОШТІВ

Можливість успішного розвитку підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту, ефективності використання капіталу. Стійке підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств можливо тільки при

довгостроковому і безперервному розвитку всіх детермінантів конкурентоспроможності. Особливої уваги заслуговує проблема ефективного управління оборотними активами.

Наданий час питанням управління оборотними активами приділяється багато уваги у працях провідних українських економістів, таких як А. Д. Василик, М. В. Володькіна, К. В. Ізмайлова, І.В. Ковальчук, Л. А. Лігоненко, Л.В. Пельтек, та ін. Різним аспектам управління оборотними активами присвячені праці таких зарубіжних учених-економістів, як І. А. Бланк, В. В. Ковальов, Б. Коллас, М. Н. Крейніна, Т. Манесс. У той же час деякі питання щодо управління оборотними активами на підприємстві потребують удосконалення та подальшого розвитку.

Ефективність управління оборотними коштами на підприємстві характеризується швидкістю їх обороту (оборотністю). Чим менше вони затримуються на окремих стадіях, тим швидше завершується їхній кругообіг. [1]

Як відомо, кругообіг оборотних коштів і створення нової вартості відбувається за схемою :

$$Г - \text{ПП} \dots \text{В} \dots \text{Т} - \text{Г}' ; \quad (1)$$

де Г - кошти, що авансуються; ПП - предмети праці; В - виробництво; Т - готова продукція (товар); Г' - кошти, отримані від реалізації створеної продукції.

Прискорення обертання оборотних активів призводить як до підвищення ефективності їх використання, так і зростання ефективності діяльності підприємства. За умов прибуткової роботи підприємства наслідком прискорення процесу обертання оборотних коштів є збільшення величини виробленої продукції та річного прибутку. У разі, коли існують обмеження щодо попиту на продукцію, яку виробляє підприємство, прискорення процесу обертання призводить до вивільнення з обороту певної суми оборотних коштів і появи можливості їх використання в іншому напрямку діяльності підприємства з метою отримання додаткового прибутку або досягнення певного соціального ефекту [2].

Доцільно умовно поділити весь процес виробництва на декілька взаємозалежних етапів. На стадії створення виробничих запасів шляхами прискорення обігу можуть бути:

- економічне обґрунтованих норм запасу;
- при формуванні виробничих запасів використання принципу оптимального співвідношення ціни та якості;
- пошук постачальників за принципом оптимального розташування;
- поліпшення організації постачання, у тому числі через

установлення чітких договірних умов та їх виконання, оптимальний вибір постачальників, налагодження роботи транспорту;

- розширення складської мережі;

- комплексна механізація й автоматизація вантажно-розвантажувальних робіт на складах.

На стадії незавершеного виробництва:

- впровадження наукових розробок (прогресивної техніки і технологій);

- розвиток стандартизації, уніфікації, типізації;

- використання вторинних ресурсів;

- удосконалювання форм організації промислового виробництва, застосування більш дешевих конструкційних матеріалів;

- удосконалювання системи економічного стимулювання ощадливого використання сировинних і паливно-енергетичних ресурсів;

- збільшення питомої ваги продукції, що користується підвищеним попитом.

На стадії обігу:

- удосконалення маркетингової політики підприємства;

- ефективне управління дебіторською заборгованістю;

- пошук оптимальних схем взаємодії з банківськими установами з приводу залучення коштів і здійснення розрахунків;

- своєчасне оформлення документації та прискорення її руху;

- наближення споживачів продукції за рахунок вдосконалення логістичних процесів;

- удосконалювання системи розрахунків;

- збільшення обсягу реалізованої продукції унаслідок виконання замовлень по прямих зв'язках, дострокового випуску продукції;

- ретельна і своєчасна добірка продукції, що відвантажується, по партіях, асортиментові, транзитній нормі, відвантаження в строгій відповідності з укладеними договорами [3].

Таким чином ,основними напрямками управління оборотними активами є: скорочення матеріальних запасів на складах ;зменшення тривалості циклу виробництва основної продукції за рахунок застосування нової техніки і технології, підвищення продуктивності праці, скорочення залишків нереалізованої продукції через прискорення реалізації, підвищення ефективності роботи служби маркетингу, підвищення ритмічності виробництва внаслідок рівномірності випуску і відвантаження продукції, удосконалення планування і організації виробництва; розвиток концентрації, спеціалізації і кооперування; удосконалення асортименту продукції і підвищення якості виробів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Пельтек Л.В., Писаренко С.М., Методологічні аспекти формування системи управління оборотними активами підприємства / Пельтек Л.В., Писаренко С.М.//Вісник Запорізького національного університету – 2010. - №1(5). – 43-49 с.
2. Soroka R. Mexanizm upravlinnya oborotnim kapitalom torgivel`nix pidpriemstv// Regional`na ekonomika. – 2003. - №4. – S.200-204
- 3..Koval`chuk I.V. – Ekonomika pidpriemstva: navchal`nii posibnik, Kiiv „Znannya“ 2008 – 679 s.

Круглікова В.В.¹, Герцог Є.Г.²

¹к.е.н., доц. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ МАШИНОБУДУВАННЯ

Одним із основних факторів, що впливають на підвищення продуктивності праці є підвищення технічного рівня виробництва, а саме підвищення рівня механізації і автоматизації виробничих процесів; вдосконалення технології і підвищення технологічної оснащеності виробництва; підвищення якості продукції; зміна технічно-конструктивних характеристик виробництва; введення нових видів і покращення використання сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива і енергії.

У сучасних умовах для впровадження у виробництво досягнень науково-технологічного прогресу необхідно інвестиції спрямовувати насамперед на реконструкцію і технічне переозброєння діючих виробництв, підвищувати частку витрат на активну частину основних виробничих фондів. Наприклад проводити інвестування в об'єкт управління (створення об'єднань, укрупнення цехів, ділянок, введення без цехової структури, зміни в принципах побудови цехів і виробничих ділянок підприємства в співвідношенні між цехами, раціоналізацію планування підприємства, забезпечення пропорційності між всіма ділянками підприємства з метою приборання „вузьких місць“).

Кожне робоче місце повинне займати мінімальні, але достатні площі і обсяги виробничих приміщень в залежності від габаритів станків, обладнання і предметів праці. Наприклад, по діючим нормативам мінімальний розмір площі на одного працюючого встановлено рівним 4,5 м², а висота приміщення – 3, 2 м. Збільшення цих нормативів залежить від розмірів обладнання. Так, для машинобудівних заводів і цехів, оснащених дрібними станками, встановлений норматив площі робочого місця до 10 м², для

середніх за розмірами станків він підвищується до 20 м², для великих – до 40 м².

При загальному плануванні робочих місць в цеху необхідно створити потрібну для конкретного виробництва ширину і розміщення транспортних проїздів і проходів, які повинні бути, як правило, наскрізними і без тупиків. Приблизні нормативи ширини для головних проїздів — 3 м², а для допоміжних – ширина візка плюс 0,8 м.

В свою чергу підвищення рівню конкурентоспроможності відділів і служб, можна досягати шляхом прибирання, дублювання функцій, впровадження типових структур, покращання оперативного-виробничого планування, впровадження автоматизованих систем управління. Деякі варіанти досягнення підвищення рівня конкурентоспроможності представлено нижче:

- зміна внутрішньозаводського кооперування і спеціалізації виробництва (спеціалізація цехів, ділянок, робочих місць, укрупнення партій).

- вдосконалення організації допоміжних служб (покращання організації складського господарства, раціоналізація транспортних потоків, централізація і спеціалізація промислового транспорту, енергетичного, інструментального і ремонтного господарства, раціональна експлуатація інструменту і організації централізованого його заточування);

- удосконалення організації матеріально-технічного постачання (своєчасне і комплексне забезпечення матеріально-технічного постачання матеріалами, напівфабрикатами, паливом і енергією).

Покращення організації праці, як механізм підвищення продуктивності праці включає в себе:

- удосконалення організації і обслуговування робочих місць (впровадження типових проектів організації робочих місць робітників і службовців, а також організації праці на ділянках і в цехах);

- удосконалення кооперації праці. впровадження передових прийомів і методів праці, покращення оплати праці (включаючи системи матеріального заохочення і умов праці);

Крім того:

- підвищення кваліфікації робітників, інтенсивності праці, набуття практичних навичок;

- покращення використання робочого часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=66>

2. https://pidru4niki.com/1098120536263/ekonomika/shlyahi_pidvischennya_produktyvnosti_pratsi

3. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокіна М.Є. Економіка та соціологія праці: Посібник для ВНЗ. – М.: ЮНІТІ, 1999.

4. Френзель А.А. Прогнозування продуктивності праці: методи та моделі. – 1989. – 214 с.

Круглікова В.В.¹, Гринькова Т.Ю.²

¹к.е.н., доц. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Не зважаючи на кризову ситуацію в Україні, керівникам підприємств торгівлі, слід приділяти увагу підвищенню продуктивності праці робітників.

Мотивація співробітників компанії до продуктивної праці є запорукою швидкого розвитку успішної організації, незалежно від сфери її діяльності. Найголовніше - правильний підхід, щоб всі дії були ефективними.

Вивченням продуктивності праці, методів її підвищення та резервів займалося чимало українських вчених. Д.П. Богиня, О.І. Здоров, В.В. Кривоший, Н.О. Павловська, Н.Я. Питель, В.А. Плаксов, В. Філева, Ю. Фоміна, В.В. Шалімов та ін. Д.П. Богиня, О.І. Здоров, В.В. Кривоший, Н.О. Павловська, Н.Я. Питель, В.А. Плаксов, В. Філева, Ю. Фоміна, В.В. Шалімов – ці вчені зробили важливий внесок у розвиток наукових досліджень.

Вивчаючи продуктивність торгової праці, необхідно звернути увагу на особливості галузі та її праці. Можливість їх концентрації ускладнюється потребою покупців ближче до місця продажу товарів масового попиту (які становлять основну частину продовольчих і значну частину непродовольчих). Тому основу роздрібно-торговельної мережі становить невеликий магазин із кількістю працівників максимум 15 осіб. У таких цехах можливості вузької спеціалізації та технічного поділу праці значно обмежені, що призводить до відповідно високого співвідношення трудових функцій працівників, що свідчить про необхідність підвищення продуктивності праці робітників. [1, с.398]

Праця робітників торгівлі має характерні риси, що відрізняє її від робіт в інших галузях національної економіки.

Класифікація працівників за 8 ознаками з метою підвищення продуктивності праці на підприємствах торгівлі: за категоріями, за посадами і професіями, за спеціальностями, за рівнем кваліфікації, за віком і статтю, за стажем роботи в торгівлі, за відношенням до власності та по характеру трудових відносин. [2, с.87]

Якість праці на підприємстві залежить від різноманітних показників продуктивності праці характеру праці в кожному підрозділі. Вплив цих факторів на продуктивність праці виявляється у втратах робочого часу, оплаті понаднормової роботи, витратах на охорону праці, техніку безпеки, поліпшення умов праці та компенсаційні виплати працівникам.

Для максимального використання резервів зростання продуктивності праці підприємств роздрібною торгівлі необхідно скласти план управління продуктивністю праці, в якому закріпити конкретні заходи та терміни виконання, обґрунтувати вартісне обґрунтування цих заходів, очікувані економічний ефект після впровадження, необхідно призначити відповідального за впровадження.

Вирішальною передумовою зростання товарної продуктивності праці є передусім технологічні інновації, зокрема впровадження ресурсозберігаючих технологій та сучасного високопродуктивного обладнання. Розвинені країни витрачають у десять разів більше на науку та високі технології, ніж Україна, що призводить до великого розриву в продуктивності праці. [3, с.94]

Оскільки торговельні підприємства мають обмежені можливості для створення потужного імпульсу для зростання продуктивності праці, виникає необхідність державного втручання в соціально-економічні процеси, що створить умови для ефективного використання праці на всіх рівнях господарювання, забезпечить гідну оплату праці торговельного підприємства, працівників, а також підвищення продуктивності праці.

Підвищення продуктивності праці є основним фактором подолання рецесії, забезпечення тривалого економічного зростання та підвищення рівня життя людей. Теоретичне значення вивчення продуктивності праці полягає в тому, що економічна наука в цілому вивчає, як найбільш ефективно використовувати ресурси для задоволення потреб суспільства.

Водночас праці, як визначальному фактору виробництва приділялося значної уваги. З практичної точки зору актуальність дослідження полягає в тому, що вища продуктивність праці характерна для більш ефективних форм управління економікою.

Враховуючи вагому значимість продуктивності праці для економічного розвитку, необхідно включити цей показник у число основних макроекономічних показників і встановлювати галузям і регіонам завдання щодо його покращення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. <https://doi.org/10.32843/infrastruct37-57>
2. http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_1/087-092.pdf
3. Качмар, Назарій, Ярослав Демчишин, Руслан Лупак. "НАПРЯМИ ТА

Кучкова О.В.¹

¹к.е.н., доц., завідувач кафедри маркетингу та логісти, ДВНЗ Український державний хіміко-технологічний університет, м. Дніпро, Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування підприємства відбувається в умовах постійної конкуренції, що вимагає підвищеної уваги до оцінювання бізнес процесів, які відбуваються на підприємстві. Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як наслідок ефективного формування та використання ресурсного забезпечення, а саме конкурентних переваг. Попри ресурсне забезпечення конкурентоспроможність підприємства обґрунтовує стан інвестиційного, маркетингового, логістичного, інноваційного, соціального розвитку та підтверджує необхідність постійного моделювання його стратегічних засад. Відтак потенціал конкурентоспроможності підприємства залежить від методів та технології формування і забезпечення конкурентних переваг, а особливо від управління виробництвом та реалізацією продукції.

Розвиток конкурентоспроможності підприємства у цілому має комплексний стратегічний характер, є формування стратегічних цілей підприємства, а також аналіз можливостей і загроз, що існують у його зовнішньому та внутрішньому середовищі. Дослідження природи походження конкурентних переваг та конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства дозволить встановити, що формування конкурентних переваг підприємства відбувається на трьох основних рівнях:

- на продуктовому рівні (конкурентоспроможність окремих видів продукції, що виробляється, і товарного асортименту підприємства в цілому у порівнянні із кращими світовими аналогами);

- на рівні виробничо-технологічної основи підприємства (порівняна ефективність та інтенсивність використання виробничих ресурсів, виробничий потенціал підприємства у цілому, а також вплив підприємства на безпеку життєдіяльності та добробут людства);

- на ринковому рівні (сталість ринкової позиції підприємства та привабливість ринкового оточення в цілому, у т.ч. – з урахуванням національної конкурентоспроможності країни, де підприємство розташоване).

[1]

Конкурентоспроможність – це відносний показник, який передбачає порівняння бізнес-процесів з іншими, але, на відміну від конкурентоспроможності підприємства (яка оцінюється шляхом порівняння з іншими компаніями-конкурентами) або конкурентоспроможності продукції

(яка оцінюється шляхом порівняння з іншими аналогічними видами товарів чи послуг), конкурентоспроможність бізнес-процесів повинна оцінюватися у двох напрямках, розділяючи внутрішню та зовнішню. Оцінювання зовнішньої конкурентоспроможності бізнес-процесів – це відносно легкий процес, основною метою якого є визначення ефективності бізнес-процесів з її послідуочим порівнянням з ефективністю аналогічних бізнес-процесів підприємств-конкурентів. Окрім цього необхідно порівнювати також різні бізнес-процеси у межах одного підприємства для визначення загального внеску, який робить цей бізнес-процес у результативність усього підприємства [2]. Цей процес буде суттєво важчим, оскільки різні бізнес-процеси відрізняються якісно, іноді маючи навіть різну кількість характеристик. Можливим теоретико-методичним шляхом визначення внутрішньої конкурентоспроможності бізнес-процесів є застосування методичних засад визначення конкурентоспроможності стратегічних зон господарювання диверсифікованої компанії [3]

Результати визначення конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства можуть бути використані як інформаційна база у процесі прийняття рішень щодо реорганізації бізнес-процесів підприємства, зокрема у процесі використання аутсорсингу [4].

Слід зазначити, що в системі стратегій забезпечення конкурентних переваг на рівні бізнес-процесів має складний характер формування конкурентоспроможності підприємства. Конкурентні стратегії такого роду розглядаються як певні аналоги стратегій, розрахованих на забезпечення конкурентних переваг в межах певного цільового ринку. У будь-якому випадку, в ході розробки ефективної конкурентної стратегії для бізнес-процесів підприємства необхідним є посилення уваги як щодо конкурентів, так і відносно існуючих і потенційних споживачів. Для виробника виняткове значення набуває аналітична робота у цій сфері, а саме роботи, пов'язана із здійсненням таких операцій – аналіз конкурентів, визначення ключових чинників конкурентоспроможності, обґрунтування конкурентних стратегій, які забезпечують ефективне позиціонування підприємства стосовно конкурентів і дають максимально можливу конкурентну перевагу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2008. 632 с.
2. Brin P., Prokhorenko O., Nehme M., Trabulsi H. Strategic contribution of a business process to company's performance. *Journal of Information Technology Management*. 2020. № 12 (3), pp. 82–99. DOI: 10.22059/jitm.2020.76296.

3. Брінь П.В., Прохоренко О.В., Васильченко М.С. Оцінка конкурентоспроможності стратегічної зони господарювання диверсифікованого підприємства [Електронний ресурс]. Приазовський економічний вісник. 2018. № 6 (11). С.103–106. URL: <http://pev.kpu.ua/vypusk-6-11>.

4. Прохоренко О.В., Брінь П.В. Управління аутсорсингом на промисловому підприємстві : монографія. Харків : «Друкарня Мадрид», 2018. 236 с.

Линенко А. В.¹, Білобородько Я. П.², Солоненко І. Р.³

¹к.е.н., доц., кафедра управління персоналом і маркетингу, Запорізький національний університет, Україна

²здобувач вищої освіти, Запорізький національний університет, Україна

³здобувач вищої освіти, Запорізький національний університет, Україна

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РОЗРІЗІ КРИЗИ ВОЄННОГО СТАНУ

Оцінювання ефективності маркетингових рішень, які ухвалюються, є важливою складовою дієвого управління компанією, оскільки цей процес дає керівникам компаній змогу впроваджувати розумні рішення щодо розвитку бізнесу. Актуальність і важливість оцінювання ефективності маркетингових рішень полягають у тому, що це дає компаніям можливість розуміти, наскільки успішною була їхня маркетингова стратегія, а також виправданими інвестиції в маркетинг. Це також дає змогу змінювати та вдосконалювати маркетингові плани, що допомагає компаніям ефективніше використовувати свої ресурси та збільшувати свої фінансові результати.

Під час кризи воєнного часу оцінювання дієвості маркетингових рішень може бути важливою для компаній, які продовжують свою діяльність в умовах підтримки української економіки. Війна значно змінила ринкові умови, попит і пріоритети споживачів. Крім того, під час воєнного часу зазвичай зменшується кількість коштів, які люди готові витратити на товари і послуги. За таких умов ефективна маркетингова стратегія може допомогти зберегти позиції на ринку та не погіршити фінансове становище бізнесу.

Спершу в умовах повної невизначеності бізнес практично повністю призупинив рекламні кампанії та «заморозив» маркетингові бюджети. За дослідженням команди RemOnline воєнний стан вплинув на український бізнес таким чином, що найменший обсяг замовлень спостерігався в березні 2022 року – 29%. Але вже у квітні поступово почалося зростання – до 56%. В серпні підприємці навіть перевищили довоєнний рівень – 109% в порівнянні з січнем (рис. 1) [3].

Оцінювання ефективності маркетингових рішень в умовах воєнного стану може бути складним завданням, оскільки ринкові умови можуть

змінюватися швидко та непередбачувано. Однак, для оцінки їх ефективності можна використовувати такі підходи. Аналіз ринку: допомагає зрозуміти, як змінився попит на продукти та послуги під час воєнного стану. Дослідження можна проводити шляхом опитування споживачів, вивчення статистичних даних про ринок, аналіз поведінки конкурентів та їхніх рекламних стратегій. Однією з доступних сьогодні можливостей для маркетингу й реклами є використання алгоритмів штучного інтелекту для аналізу цільової аудиторії.



Рисунок 1 – Обсяги замовлень українського бізнесу у 2022 році

Моніторинг продажів: відслідковує зміни в попиті на продукти та послуги. Щоб підвищити ефективність, сучасний бізнес потребує якісного програмного забезпечення для моніторингу, що може перевіряти всі критичні показники продажів і генерувати відповідну інформацію.

Аналіз витрат: визначає, які заходи були найбільш ефективними та вартість яких не виправдала очікувань. Компанії можуть використовувати системи обліку витрат для визначення ефективності маркетингу.

Аналіз результатів: підсумовує, які заходи були найбільш успішними та оцінює їх вплив на попит, використовуючи кінцеві результати аналітики. На передній план виходить digital-маркетинг із характерною для нього гнучкістю: маркетологи бачать і аналізують реакцію споживачів у режимі реального часу, що дає змогу швидко коригувати стратегію [1].

Сьогоднішні реалії практично не залишають можливостей для класичного планування маркетингових рішень, потрібно враховувати специфіку ринку та конкретні обставини кризи. Для цього можна використовувати комплексний підхід, що включає аналіз ринку, моніторинг продажів, аналіз витрат та аналіз результатів маркетингових заходів. Важливо також звертати увагу на поведінку конкурентів та адаптувати маркетингові стратегії відповідно до змін умов на ринку [2].

У кризові періоди можуть бути змінені пріоритети та цінності споживачів, а також їхні купівельна спроможність і рівень доходів. Врахування цих факторів може допомогти бізнесу пристосувати свої

маркетингові рішення до нових умов і забезпечити успішне функціонування під час воєнного стану. Важливо також враховувати можливі зміни у правовому середовищі, що можуть вплинути на маркетингові практики. Деякі маркетингові стратегії, які були ефективними в звичайних умовах, можуть бути неактуальними або навіть неприпустимими в умовах воєнного стану. Тому оцінювання ефективності маркетингових рішень під час воєнного стану потребує ретельного аналізу та планування з урахуванням означеної специфіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Dubovyk T., Buchatska I., Zerkal A., Lebedchenko V. Digital Marketing in the Condition of Wartime Posture in Ukraine. *International Scientific Journal «Internauka»*. Series: «Economic Sciences». 2021. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1> (дата звернення: 27.04.2023).
2. Eduardo Torres-Moraga, Ignacio Rodríguez del Bosque. Corporate social responsibility and corporate reputation during a crisis: A multi-country study. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 121.
3. Малий та середній бізнес у 2022 році вийшов на довоєнний рівень за кількістю замовлень – дослідження РемОнлайн. URL: <https://business.dia.gov.ua/cases/novini/malij-ta-serednij-biznes-u-2022-roci-vijsov-na-dovoennij-riven-za-kilkistu-zamovlen-doslidzenna-remonlajn> (дата звернення: 27.04.2023).

Линенко А. В.¹, Дяченко О. А.²

¹к.е.н., доц., кафедра управління персоналом і маркетингу, Запорізький національний університет, Україна

²здобувач вищої освіти, Запорізький національний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Управління маркетинговою діяльністю банків у сучасних умовах об'єктивно ускладнюється низкою взаємопов'язаних проблем. З одного боку, вони можуть бути класифіковані в широкому сенсі, здебільшого як внутрішнього походження, а саме: інформаційно-аналітичні, реалізаційно-інструментальні, організаційно-контрольні, технологічні та логіко-дедуктивні. Кожен блок питань потребує певного управлінського підходу. З іншого боку, основними зовнішніми проблемами є негативний вплив пандемії й звісно російсько-українська війна, що триває.

Особливості банківського маркетингу зумовлені такими аспектами: абстрактність банківських продуктів, договірні відносини банків із клієнтами, тривалість користування банківськими послугами тощо. Банківський маркетинг є системою управління банківською діяльністю в рамках загальної

ідеології маркетингу [1].

В українській банківській системі АТ КБ «ПРИВАТБАНК» має домінуючі позиції за цілим спектром напрямів банківської діяльності, тому аналіз його маркетингового комплексу становить неабиякий інтерес з практичної точки зору.

Складна, багаторівнева система характеризує структуру фінансового ринку. В Україні на цьому ринку, де панує монополістична конкуренція, працює близько 67 банків. За даними Національного банку України, на 01.01.2023 року найбільший обсяг коштів клієнтів залучили саме АТ КБ «ПРИВАТБАНК» (464,9 млрд грн), АТ «Ощадбанк» (231,3 млрд грн), АТ «Укрессімбанк» (175,6 млрд грн) [2]. Це домінування відкриває широкі можливості АТ КБ «ПРИВАТБАНК» до розширення своєї діяльності, втім жорстке конкурентне середовище вимагає постійної пильності та вдосконалення своїх послуг для підвищення ефективності та розробки нових пропозицій.

Маркетингова команда АТ КБ «ПРИВАТБАНК» активно займається просуванням своїх послуг, їхні рекламні стратегії різноманітні, вони використовують різні засоби, такі як телебачення, радіо, зовнішній маркетинг, метро та великі магазини. АТ КБ «ПРИВАТБАНК» завершив 2022 рік із чистим прибутком 30,25 млрд грн в умовах воєнного стану в Україні, тривалого невизначеності та потреби в підтримці власних працівників, клієнтів, малого й середнього бізнесу [3].

У маркетинговій стратегії АТ КБ «ПРИВАТБАНК» використовуються такі прийоми: робота зі специфікою банку (оцінка розміру позики, визначення періодів і умов погашення, вибір назви, окреслення гарантій, надання технічного та комерційного обслуговування клієнтів банку, визначення властивостей продукту); цінова визначеність (фіксація та зміна процентних ставок, комісійних зборів, розробка умов платежу, можливості налаштування та надання знижок тощо); розподілення (система продажу послуг за допомогою різних торгових точок); комунікація (зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, реклама).

Для покриття підвищених кредитних ризиків за умов війни, у 2022 році АТ КБ «ПРИВАТБАНК» сформував резервів на суму понад 14,5 млрд грн. Також протягом року було сформовано резерви під очікувані збитки внаслідок бойових дій: під втрати готівки та інших активів через руйнування приміщень і банкоматів. У 2022 році банк залишався операційно ефективним, обмеживши всі витрати, не пов'язані із забезпеченням безперервності діяльності, та ефективно управляв операційними витратами. В умовах зростання інфляції витрати зросли лише на 5% (0,9 млрд грн), і перш за все за рахунок підтримки персоналу, захисту інформаційних систем та реалізації унікальних благодійних програм, спрямованих на зміцнення

обороздатності, зниження негативних наслідків війни та підтримку медичних закладів України [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що доцільно підходити до управління маркетинговою діяльністю як до процесу, який є максимально ефективним, що допомагає банку тримати себе в конкурентному середовищі, та бути там кращими. Дослідження АТ КБ «ПРИВАТБАНК» показує, що проблеми, пов'язані з управлінням маркетинговою діяльністю, можна розділити на взаємопов'язані блоки. Ці складові включають аналіз інформації, стратегію впровадження чогось нового, організаційний контроль, технологію та логічне мислення. Кожна частина стосується конкретних завдань управління, з якими доводиться стикатися банкам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сутність, функції та принципи банківського маркетингу. URL: <https://buklib.net/books/27123> (дата звернення: 26.04.2023).
2. Результати роботи АТ КБ «ПРИВАТБАНК» за 2022 рік: фінансова стійкість і довіра клієнтів. URL: <https://cutt.ly/R7mc6Zi> (дата звернення: 27.04.2023).
3. Рейтинг банків за обсягом депозитів. URL: <https://cutt.ly/i7mcTrf> (дата звернення: 28.04.2023).
4. Аналіз маркетингової діяльності АТ КБ «ПРИВАТБАНК». URL: <https://cutt.ly/M7mvPqu> (дата звернення: 29.04.2023).

Линенко А. В.¹, Тихонова К. К.²

¹к.е.н., доц., кафедра управління персоналом і маркетингу, Запорізький національний університет, Україна

²здобувач вищої освіти, Запорізький національний університет, Україна

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ У РИТЕЙЛІ

Сьогодні сфера роздрібно́ї торгівлі швидко розвивається та постійно змінюється. Це впливає на те, які продукти доступні покупцям, як вони продаються, доставляються та рекламуються. Маркетинг у магазинах стає більш інклюзивним. Роздрібний бренд-маркетинг є домінуючою силою, оскільки людям завжди потрібні продукти. Роль маркетолога полягає в тому, щоб донести інформацію про ці продукти до потрібної аудиторії, тобто те, як вони рекламуються, має велике значення для досягнення цієї мети.

Ритейлери намагаються мотивувати своїх покупців прокинутись в суботу вранці та витратити декілька годин саме в їхніх магазинах. Але варіант залишитися вдома та зробити покупки онлайн видається більш привабливим для багатьох людей. Із розвитком електронної комерції багато ритейлерів

переосмислили досвід покупця та методи, як його покращити. Щоб бізнеси були спроможні досягти більшого залучення покупців у магазини, вони мають критично передивитися свої KPI, сконцентруватися на відносинах із клієнтами та бути клієнтоорієнтованими. Багато власників бізнесу намагаються вирішити проблему з тим, що їх потенційний покупець робить в магазині, скільки витрачає на це часу та в якому настрої він заходить й виходить звідти. На ці питання треба мати відповіді [1].

Зі змінами в маркетинговому середовищі, вподобаннях споживачів і розвитку технологій, роздрібні торговці шукають нові маркетингові стратегії, щоб працювати прибутково. Вони стикаються з проблемами ухвалення маркетингових рішень щодо своїх цільових ринків і позиціонування, асортименту продукції, ціноутворення, просування та місця. Вони повинні почати з вивчення своїх цільових ринків. Чітко визначені цільові ринки дають роздрібним торговцям можливість вирішувати, як вони будуть позиціонувати себе на них. Продавець повинен шукати відповіді на важливі питання: чи має роздрібний магазин зосереджуватися на покупцях високого, середнього чи нижчого класів? Чого бажає цільова аудиторія магазину: різноманітності, глибини асортименту, зручності чи низьких цін?

Щоб ухвалювати відповідні та послідовні рішення щодо асортименту продукції, послуг, ціноутворення, реклами, декору магазину та будь-яких інших питань для підтримки своїх позицій на ринку, ритейлери повинні спочатку точно визначити та чітко сформулювати своє місце серед конкурентів, а також власне позиціонування.

В умовах дедалі більшої конкуренції, де споживачі розпечені вибором практично з усіх боків. Якщо торгівельна мережа не рекламує себе ефективно та не диференціюється, покупці знайдуть альтернативи. Кожна чудова маркетингова кампанія починається та закінчується історією. Це гачок, створений для того, щоб захопити аудиторію, втягнути її в себе та підключити до дуже особистих емоцій. Необхідно виділити проблему цільової аудиторії та показати, як саме торгівельна мережа може її вирішити. Так, мережа магазинів «Сільпо» залучає покупців впровадженням певних інновацій. Наприклад, тепер у клієнтів цих супермаркетів є можливість приходити до мережі разом зі своїми улюбленими та не перейматися з цього приводу. Мережа магазинів «Сільпо» запропонувала нове рішення для українського покупця, тепер у візочки впроваджене спеціальне місце для собак. Саме такі нестандартні, креативні та унікальні переваги бізнесів формують індивідуальність бренду. Але їхні власники повинні визначити не тільки те, як сформулювати маркетингове рішення, але й те, як виміряти його ефективність.

Маркетинговий аналіз у ритейлі є важливою функцією, яка спочатку створена не як засіб забезпечення функціонування організації, а як

інструмент розвитку. Але ролі маркетингу та маркетингового аналізу зокрема припустимі лише після ґрунтовного та грамотного опрацювання структури майбутньої системи маркетингових досліджень. У ній обов'язково повинні бути чітко й однозначно прописані цілі кожного заходу, методи контролю за результатами, і найголовніше – способи оцінки ролі маркетингових рекомендацій та аналітики у досягненні цих результатів. Також виміряти ефективність можливо тільки за допомогою маркетингових досліджень: збільшення впізнаваності бренду, збільшення частки на ринку в цілому, або в окремих товарних категоріях [2].

Монотонне ведення бізнесу без прагнення до розвитку прирікає компанії на повільну смерть: у сучасному світі виживають тільки ті, хто прагне йти вперед, озброївшись маркетингом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. An effective strategy for your retail marketing plan. URL: <https://www.papirfly.com/blog/retail-marketing/an-effective-strategy-for-your-retail-marketing-plan> (дата звернення: 28.04.2023).

2. Дмитро Коссе. Про нові реалії маркетингу в ритейлі. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/pro-novi-realiji-marketingu-v-ritejli-1815997.html> (дата звернення: 29.04.2023).

Литвиненко А.О.¹, Леонтьєва В.С.²

¹к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Маркетингові стратегії є важливою складовою будь-якого бізнесу, який прагне досягти успіху на міжнародному ринку. Міжнародний ринок є складним, з різними культурами, мовами та вподобаннями споживачів. Тому для компаній важливо розробити ефективні маркетингові стратегії, які допоможуть їм проникнути на нові ринки, збільшити свою частку ринку та отримати більший дохід.

В міжнародній практиці існує декілька підходів до класифікації маркетингових стратегій. Найбільш розповсюджені, вивірені практикою стратегії розвитку бізнесу називаються базисними або еталонними [1]. В цілому вони відбивають чотири різних підходи до росту підприємства і пов'язані зі зміною стану одного або декількох наступних елементів: продукт, ринок, галузь, положення підприємства всередині галузі, технологія. Таким чином в залежності від характеру економічного росту підприємства

виділяють чотири групи міжнародних маркетингових стратегій:

1. Стратегії зосередженого зростання: ця група включає стратегії, пов'язані зі зміною продукту чи ринку, які не торкаються інших трьох елементів. Існує три типи стратегій концентрованого зростання: стратегія зміцнення позиції на ринку; стратегія розвитку ринку; стратегія розвитку продукту.

2. Стратегії інтеграційного зростання: ці стратегії передбачають розширення фірми шляхом додавання нових структур. У більшості випадків вони використовуються фірмами, які знаходяться на високому рівні розвитку бізнесу і не можуть реалізувати стратегії концентрованого зростання. Компанія може досягти інтегрованого зростання як шляхом придбання власності, так і шляхом внутрішнього розширення.

3. Стратегії диверсифікованого зростання: ці стратегії впроваджуються у випадку, якщо підприємства більше не можуть розвиватися на певному ринку з даним продуктом у певній галузі. Існує три типи диверсифікованих стратегій зростання: стратегія концентричної диверсифікації; стратегія горизонтальної диверсифікації; стратегія диверсифікації конгломерату.

4. Стратегії скорочення: це стратегії скорочення, які реалізуються, коли фірмі необхідно перегрупуватися після тривалого періоду розвитку або під час спаду на ринку (у галузі). Існує чотири типи цільових стратегій скорочення бізнесу: стратегія ліквідації; стратегія «збирання врожаю»; стратегія скорочення збиткових підрозділів; стратегія зниження витрат.

В міжнародній практиці також існує класифікація маркетингових стратегій в залежності від місця, яке займає підприємство на цільових ринках: лідера ринку, претендента на лідерство, послідовника лідера, або підприємства, що спеціалізується на обслуговуванні вузьких сегментів ринку (ринкових ніш). Розглянемо окремі маркетингові стратегії, що можуть бути застосовані даними типами підприємств [2]:

1. Стратегії лідера зовнішнього ринку. Лідеру належить найбільша частка ринку певного продукту. До стратегій лідера зовнішнього ринку належать розширення ринку в цілому. З цією метою застосовуються наступні стратегії: залучення нових споживачів; пошук нових можливостей використання товару; підвищення частоти споживання товару; збільшення частки ринку; підвищення продуктивності; оборона лідируючої ринкової позиції.

2. Стратегії компанії-претендента. Іноді фірми, що займають друге, третє і наступні місця в галузі, являють собою досить великі підприємства. Ці підприємства, що складають свого роду «першу десятку галузі». Вони можуть почати атаку на лідера й інших конкурентів, відкрито заявивши свої права на більшу частку ринку.

3. Стратегії компанії-послідовника. Підприємство, що іде за лідером, може одержати безліч переваг. Ринковий лідер часто несе величезні витрати, пов'язані з розвитком нових товарів і ринків, розширенням каналів товароруку, освоєнням нових сегментів цільового ринку.

4. Стратегії компанії, що обслуговує нішу цільового ринку. Майже в кожній галузі існують підприємства, що спеціалізуються на обслуговуванні ринкових ніш. Не переслідуючи мети домогтися лідерства на всьому цільовому ринку, ці підприємства обирають цільові сегменти в межах інших, більш великих сегментів.

Отже, міжнародний ринок пропонує підприємствам широкий спектр можливостей для росту та розширення. Щоб досягти успіху на цьому ринку, вкрай важливо мати добре продуману маркетингову стратегію. Від цілеспрямованих стратегій зростання до стратегій скорочення, кожен підхід має свої унікальні переваги та проблеми. Важливо вибрати правильну маркетингову стратегію, яка відповідає цілям, ресурсам і цільовому ринку компанії. Вибравши відповідну маркетингову стратегію та ефективно її впроваджуючи, підприємства можуть досягти успіху та зростання на міжнародному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Холлсенсен С. Глобальний маркетинг. М.: Новое знание, 2004. 832 с.
2. Davenport T. H. Process Innovation: Reengineering Work through Marketing Strategies. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993. 337 p.
- Lytvynenko A., Lytvynenko O. Formation of the strategy of the company in international business // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – №2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8585>

Литвиненко А.О.¹, Синицька Д.О.²

¹к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва і торгівлі, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

²здобувач вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ: ДІАГНОСТИКА СТАНУ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 2023 РОКУ

Розвиток торгівлі в Україні залишається однією з ключових галузей економіки країни. У 2023 році вже можна спостерігати деякі тенденції, які будуть впливати на розвиток торгівлі в найближчому майбутньому. Діагностика стану торгівлі в Україні відіграє важливу роль в розробці стратегій розвитку та визначенні перспектив.

За останній рік, Україна переживала важкі часи через пандемію COVID-19 та наслідки війни на Сході країни. Проте, незважаючи на це, обсяг торгівлі в країні зрос на 15,7% у порівнянні з попереднім роком, що свідчить про збільшення споживчого попиту на товари та послуги.

Однією з найбільш відчутних тенденцій в торгівлі є зростання популярності онлайн-шопінгу. За останній рік, онлайн-торгівля зросла на 25% та є однією з найбільш прибуткових галузей торгівлі. Це зумовлено збільшенням кількості людей, які шукають зручний та швидкий спосіб здійснення покупок, а також змінами у споживчих пристрастях та поведінці споживачів.

З іншого боку, традиційні магазини також зберігають свою популярність серед споживачів. Зокрема, магазини з продуктами харчування, товари для дому та побутові товари є найбільш відвідуваними місцями для покупок.

Проте, існують деякі проблеми в розвитку торгівлі в Україні, зокрема, низький рівень конкурентоспроможності виробників, невисока якість та обмеженість асортименту товарів, складні процедури митного контролю та високі податки на ввезення товарів, недостатня розвиненість логістики та транспортної інфраструктури.

Однак, на щастя, уряд України приділяє увагу розвитку торгівлі та здійснює ряд заходів для поліпшення ситуації. Зокрема, було запроваджено реформи в митному та торговельному секторах, зменшено податковий тиск на підприємства, створено інвестиційні програми для розвитку торгівлі. Також, з розвитком електронної комерції, українські підприємці та виробники отримали можливість просувати свої товари на зарубіжних ринках та залучати нових клієнтів через Інтернет.

Отже, розвиток торгівлі в Україні має свої позитивні та негативні сторони. І хоча він залежить від багатьох чинників, на даний момент уряд здійснює ряд заходів для підвищення рівня конкурентоспроможності та якості товарів, що безпосередньо впливає на зростання рівня споживання і покращення життєвого рівня населення.

Проте, для подальшого успішного розвитку торгівлі в Україні, необхідно звернути увагу на деякі ключові аспекти. Перш за все, важливо підвищити якість товарів та послуг, які пропонуються на ринку. Для цього необхідно створити відповідні умови для підвищення рівня якості продукції, зокрема, проводити систематичний контроль якості та сертифікацію товарів.

Другим важливим аспектом є підвищення конкурентоспроможності виробників та продавців. Для цього необхідно сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, забезпечувати доступ до фінансування та підтримки у вигляді навчання та консультивання.

Третім важливим аспектом є розвиток електронної комерції та

торгівлі в Україні. Необхідно створити відповідну інфраструктуру та законодавчу базу для підтримки електронної комерції, а також забезпечити швидкий та надійний Інтернет-зв'язок для споживачів. Крім того, важливо залучити до розвитку торгівлі молодь та молодих підприємців, зокрема, створюючи сприятливі умови для їхньої підтримки та розвитку.

Узагальнюючи, розвиток торгівлі в Україні має великий потенціал для покращення економічного становища країни та життєвого рівня населення. Проте, для досягнення цієї мети необхідно звернути увагу на ключові аспекти, які включають підвищення якості товарів та послуг, підвищення конкурентоспроможності виробників, розвиток електронної комерції, створення сприятливих умов для молодих підприємців та залучення інвестицій у галузь. Такі заходи допоможуть зберегти популярність традиційної торгівлі та сприяти розвитку нових форм продажу, зокрема, електронної комерції. І, як результат, це принесе позитивний вплив на економічний розвиток України та покращення якості життя її громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Литвиненко А. О., Литвиненко О. Д. Міжнародна торгівля в умовах цифровізації глобальної економіки // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2022. - №9. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8256>
2. Lytvynenko A., Lytvynenko O. Formation of the strategy of the company in international business // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – №2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8585>
3. Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 864 с.
Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71-77.

Лобань С.І.¹

¹аспірант 1-го року навчання спеціальності 073 «Менеджмент» Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ПРОМИСЛОВЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК СУБ'ЄКТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні реалії свідчать, що передумовою економічного розвитку є зовнішньоекономічна діяльність підприємства шляхом розширення діяльності на міжнародних ринках і формування нових джерел доходу, отримання додаткових виробничих ресурсів, технологій та сучасної організації

виробництва. Також зауважимо, що зовнішньоекономічна діяльність характеризується швидкими змінами та зростанням значення міжнародних ринків [6, с. 146-196].

У сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність підприємств стала важливою складовою стратегії розвитку національної економіки, а ефективність їх діяльності визначає геополітичну орієнтацію економічної політики держави. Отже, враховуючи вищезазначене, актуалізується питання вивчення зовнішньоекономічної діяльності як основи забезпечення ефективного функціонування суб'єкта суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Функції та методика управління зовнішньоекономічною діяльністю широко розглядаються у працях таких зарубіжних науковців, як Р. Баззелл, К. Бакхаус, Й. Беккер, Т. Бонома, Ф. Бредлей, Г. Вайс, Е. Вебстер, Ю. Вісмайер, Б. Гале, А. Германнс, С. Дуглас, Ф. Котлер, К. Крейг, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Майер, С. Мюллер, Х. Мефферт, В.Ньюман, М. Портер, П. Россон, Г. Стар, К. Ховард, Р. Хюненберг. Питанням управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства присвячено низку публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких І. Терон, М. Юдін, Н. Янковський, О. Шнипко, Н. Радіонова, І. Нижник, Г. Глинська, О. В Болдуева, П. Друкер, Д. Деніелз, Л. Радеба, П. Бимич, А. Моррісон, Дж. М. Даннінг, Р. Харрод, С. Хаймер, І. Коломієць, В. Колонтай, О. Кириченко, А. Кредісов, В. Сіденко, Г. Дроздова. Таким чином, вищезазначені дослідження дають можливість всебічно розглянути шляхи стабілізації та максимізації ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Однак, незважаючи на велику науково-дослідну базу, присвячену теорії зовнішньоекономічної діяльності підприємства, сьогодні не всі проблеми вирішені, деякі питання залишаються дискусійними, особливо в контексті сталого розвитку економіки в післявоєнний період.

Тож, розглядаючи промислове підприємство, як суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, необхідно мати на увазі, що його необхідно розглядати як складну соціально-економічну систему мікрорівня із своєю внутрішньою структурою різних взаємодіючих елементів. В свою чергу ці елементи мають інтенсивні зовнішні зв'язки та взаємодії, що перебувають в постійному русі і розвитку [3, с. 201].

Термін «зовнішньоекономічна діяльність» активно використовується в Україні з моменту запровадження економічної реформи 1987 року, одним із центральних напрямів яких є децентралізація зовнішньої торгівлі, надання права підприємствам прямий вихід на зовнішні ринки та стимулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності на рівні суб'єктів господарювання [2, с. 7]. Поняття «зовнішньоекономічна діяльність» з'явилося в СРСР у контексті спільної спроби реформування адміністративно-командної системи

економіки, яка на той час перебувала в глибокій кризі [1, с. 10]. Суть так званої «перебудови системи управління економікою» полягала в спробі децентралізувати процес прийняття економічних рішень, надати підприємствам певні права без демонтажу державної власності на засоби виробництва, монопольної влади міністерств і відомств.

Щодо України, то в країні були реалізовані заходи, спрямовані на значну лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності та розширення прав підприємств і організацій у цій сфері з набуттям незалежності держави у 1991 р. [1, с. 76]. У цей період були прийняті важливі законодавчі акти, зокрема Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (1991 р.), «Про митницю в Україні» (1991), «Про митницю Тариф» (1992), «Про порядок розрахунків в іноземній валюті» (1994), «Про операції з сировиною за давальницькі збори» (1995) «Про режим іноземних інвестицій» (1996 р.) та ін.

Також, зазначимо, що зовнішньоекономічна діяльність відноситься до категорій міжнародної економіки. Міжнародну економіку можна трактувати як у широкому, так і у вузькому сенсі. У широкому сенсі це теорія, яка використовується для вивчення економіки сучасного взаємозалежного світу. Більш вузьке тлумачення визначає його як частину теорії ринкової економіки, що вивчає закономірність взаємодії суб'єктів з різних країн у міжнародному товарному обміні, переміщенні факторів виробництва та формуванні зовнішньоекономічної політики [4].

Одним з головних завдань зовнішньоекономічної політики, як зазначає А.Ткаченко, В.Воронкова та М.Ткаченко, є «розробка алгоритму оптимальної взаємодії національної економіки зі світовим господарством у контексті інтенсивних і швидкоплинних змін і трансформацій, що відбуваються як в світовій, так і національній економіках» [5, с. 32].

Таким чином, зазначимо, що високий динамізм цих процесів ускладнює вибір моделі зовнішньоекономічної стратегії яка в найзагальнішому вигляді має спрямовуватися на формування відкритої економіки, бути структурно орієнтованою. З переважною орієнтацією на розвиток місткого внутрішнього ринку. Трьома найважливішими підсистемами світового господарства є національні господарства, міжнародні економічні організації та міжнародні економічні відносини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Знання, 2006. 462 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю.Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с.

3. Сергієнко Т.І., Крайнік О.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств на мегарівні. *Промисловий потенціал складних соціально-економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо- та мікрорівень*; колективна монографія/ за ред. д.філософ.н., проф. Воронкової В.Г., д.е.н., проф. Метеленко Н.Г. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика». 2022. С. 195-245.
4. Міжнародні економічні відносини. Кознк В.В., Пайкова Л.А., Давнленко Н.Б., Навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання-Прес, 2002. 406 с. URL: <https://buklib.net/books/26884/> (дата звернення 29.04.23).
5. Ткаченко А.М., Воронкова В.Г., Ткаченко М.О. Міжнародні економічні відносини. Навчальний посібник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. 352с.
6. Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика: колективна монографія / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. 440с.

Лоза С.П.¹, Магдич Р.І.²,

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, Україна

ФОРМУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ В ПРОЦЕСІ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ

Відомо, що банківська система є активною складовою економіки країни, яка за умов ефективного функціонування має доволі вагомий внесок в економічне зростання країни загалом. При цьому зазначимо, що більшість сучасних, активно діючих банків у країнах Заходу утворено саме в результаті тривалих процесів об'єднань. Наприклад, у США на початок 1984 р. діяло 15101 банків, а в 2005 р. їхня кількість скоротилась удвічі: за рахунок процесів злиття й поглинання припинили свою діяльність близько 8112 банків [1, 35].

Виникнення синергії у фінансовій сфері пов'язане з впливом злиття і поглинання на процес залучення капіталу банками. У межах існування фінансової синергії в об'єднаних банківських структурах слід також знижувати витрати на капітал. Джерелами фінансової синергії можуть бути: переваги в оподаткуванні, нові можливості залучення ресурсів та ін. Об'єднання компаній із замороженими грошовими ресурсами й обмеженими проектними можливостями і компаній з високодохідними проектами, але обмеженими грошовими ресурсами може призвести до формування переваг у формі зростання вартості об'єднаної структури. Як зазначають економісти Заходу, об'єднання двох компаній може знизити ризик, якщо їхні грошові

потоки повністю не збігаються. Так, Р. Хігінс і Л. Шолл пояснюють цей ефект можливістю взаємного страхування боргу: “Якщо кореляція вхідних грошових потоків обох компаній абсолютно не збігається, то ризик банкрутства, що асоціюється з об’єднанням цих компаній, може бути знижений” [2].

Звичайно, що за певних обставин будь-яка компанія чи банк може опинитися в умовах загрози банкрутства, але якщо об’єднання двох компаній відбувається до настання фінансових проблем, то грошові потоки платоспроможної компанії, які перевищують її потреби з обслуговування власних боргів, можуть пом’якшити падіння грошових потоків іншої компанії. Отже, компенсуючих доходів виявиться достатньо, щоб не допустити банкрутства об’єднаної корпорації чи банківської установи. Саме у цьому й виявляється взаємне страхування боргу при злитті чи поглинанні фірм. Водночас, американські дослідники стверджують, що такий ефект не створює ніякої доданої вартості, а лише перерозподіляє вигоди між учасниками злиття чи поглинання [2]. Таким чином, фінансовою синергією є вплив злиття чи поглинання компаній на процес залучення капіталу поглинаючою компанією, тому в межах існування фінансової синергії в об’єднаних структурах необхідно зменшувати витрати на капітал. Варто зауважити, що питання реально існуючої фінансової синергії у корпоративних фінансах залишається суперечливим і потребує додаткових, детальних наукових досліджень.

У банківській системі України в сучасних кризових умовах не відбулося ще жодного внутрішнього злиття великих банків, а процеси консолідації середніх і малих кредитних установ є дуже повільними, що суперечить світовим тенденціям: найбільші банки розвинутих країн постійно зміцнюють свої конкурентні позиції на фінансовому ринку шляхом злиття і поглинання. Як свідчить практика сучасної консолідації, злиття відбуваються за участю не більше, ніж двох-трьох великих банків. Це зумовлено передусім недосконалістю вітчизняної законодавчої та нормативної бази, а також неготовністю власників банків до перерозподілу і розподілу власності та прав контролю над банківським бізнесом. Консолідаційні процеси банків мають суто фрагментарний характер [3]. Умовою успішного проведення злиття банківських установ в Україні має бути вдосконалення корпоративного законодавства і нормативної бази щодо регламентації таких процесів. Власники банків будуть частіше погоджуватися на консолідацію капіталів за наявності відповідної законодавчої підтримки, яка забезпечувала би захист прав акціонерів і мінімізувала негативні наслідки від невдалих об’єднань.

Синергетичний ефект у банківському бізнесі слід розглядати як взаємодоповнюючу дію активів двох чи кількох банків, сукупний результат діяльності яких значно перевищує суму результатів діяльності окремих

банків. Менеджери обох банків можуть бути зацікавлені у здійсненні об'єднання, коли результатом цього стане збільшення доходів їхніх акціонерів, тобто головним спонукальним мотивом для прийняття рішень з боку банку-покупця є одержання синергетичних ефектів від консолідації. Ось чому причини консолідації банків, відповідно до положень синергетичної теорії, полягають у намаганні досягти: зниження витрат за рахунок економії на масштабах; збільшення прибутку через диверсифікацію продуктів та універсалізацію банківської діяльності; отримання великих кредитів за рахунок комбінування взаємодоповнюючих фінансових ресурсів; диверсифікації кредитних ризиків; підвищення якості й ефективності управління; оптимізації організаційної структури і структури менеджменту [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Горелая Н. В. Зарубежный опыт моделирования эффективности банковских слияний // Деньги и кредит. – 2006. – № 8. – С. 35–41.

2. Robert C. Higgins and Lawrence C. Schall Corporate Bankruptcy and Conglomerate Mergers // Journal of Finance. – 1975. – March. – 93–113 p.

Банківський нагляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – www.bank.gov.ua.

3.Ткачук Н. Синергетичний ефект: економічна суть і феномен його виникнення у процесах консолідації банків // Світ фінансів. – 06.2009. - С. 31-32.

Лоза С.П.¹, Неалова Є.О.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, Україна

СИНЕРГІЯ: СУТНІСТЬ ТА ЇЇ ПРОЯВИ У СФЕРІ КРЕДИТУВАННЯ

Термін синергія дуже популярний серед маркетологів, керівників, економістів і тренерів, які спеціалізуються на особистісному зростанні. Це слово також активно використовується в якості назви самих різних організацій і компаній. При цьому мало хто замислюється про те, що таке синергія насправді. Але в реальності розуміння цього може надати чималу користь, якщо ретельно розібратися, що ж ховається під цим популярним терміном [1].

Синергія - це додаткова корисність, яку може отримати дві будь-які компанії, працюючи разом або об'єднуючись. Це взаємодія декількох елементів або сил, що призводить до кращих результатів. Цей термін походить від грецької, що означає командну роботу, дослівно слово "синергія" означає "працюючий разом".

Отже, синергія створюється тоді, коли в об'єднанні двох компаній

об'єднана компанія має більшу цінність, ніж дві компанії окремо. Це одна з основних мотивацій того, що компанії повинні об'єднувати або поглинати інші компанії. Щоб краще зрозуміти, що це таке, часто використовують вираз – формулу: $1 + 1 = 3$, що ми часто бачимо в рекламі товарів.

Працюючи разом – у команді, підприємства можуть досягти своїх цілей швидше та ефективніше, ніж коли працюють поодиночки. Це пояснюється тим, що командна робота дозволяє використовувати сильні сторони кожного учасника та усувати слабкості, що підвищує ефективність роботи [2].

Синергія може виявлятися не лише у роботі, а й в будь-яких інших сферах життя. Насамперед: вона може бути застосована ще в науці, мистецтві та особистому житті. Наприклад, коли ми об'єднуємо свої зусилля з іншими людьми, щоб вирішити якусь проблему або досягти якоїсь мети, ми можемо досягти більшого успіху, ніж якби ми діяли одні.

Синергія може виявлятися в ідеях. Коли ми обмінюємося ідеями з іншими людьми, ми можемо створювати нові ідеї, яких не було б, якби ми діяли самі. Це фактор руху прогресу. Воно дозволяє нам розвиватися, ефективно керувати часом та покращувати свої знання та навички.

Отже, загалом синергія є дуже корисною концепцією, яка допомагає нам досягати більшого успіху в роботі та в житті в цілому. Коли ми працюємо в команді або обмінюємося ідеями з іншими людьми, ми можемо використовувати сильні сторони один одного і досягти більших результатів, ніж ми діяли одні.

Розглянемо прояви синергії у банківській сфері від взаємодії Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву та Акціонерного банку «Укргазбанк».

В січні 2018 року у Києві був підписаний меморандум про співпрацю між Державним фондом сприяння молодіжному житловому будівництву та «Укргазбанком» з метою впровадження заходів із забезпечення громадян доступним житлом. Основні мотиви меморандуму полягають у наблизненні умов участі в програмі придбання доступного житла до фінансових можливостей максимально широкого кола осіб, які потребують поліпшення житлових умов.

Учасники програми «Доступне житло» мають право на допомогу з державного бюджету на придбання житла (а саме 30-50 відсотків ціни обраної ними квартири) і зможуть взяти у банку кредит на частину чи повну суму тієї частки вартості житла, яку вони повинні сплатити самостійно. Також звертаючись до «Укргазбанку» зможуть і громадяни, які беруть участь у місцевих програмах придбання доступного житла, що реалізуються у деяких регіонах України.

Реалізація основних положень меморандуму суттєво покращить можливості вирішення житлової проблеми українців як одного з найбільш

соціально значущих питань для значної частини наших громадян. Очільник Фонду переконаний, що синергія їх спільних зусиль з великим державним банком, партнерами якого є чимало великих будівельних компаній, дасть змогу просунутися вперед на шляху до цієї мети [3].

Звичайно, люди більш схильні мати своє особисте, аніж орендувати. Проте не всі в змозі просто взяти і купити, не обмежуючи себе в інших забаганках. Тому ця програма є надзвичайно корисною. Як наслідок, молодь купуватиме собі квартири, що є вигідно як для банку, так і для Фонду. Без цієї програми замовлень було б менше і звичайно був би менший синергетичний ефект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Синергія простими словами: визначення та приклади. URL: <https://vcf.vn.ua/efekt-sinerigi%D1%97-shho-take-sinerigiya-prostimi-slovami/>

2. Синергія - що це таке, визначення та поняття - 2021. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11029462-synergy>

3. Держмолодьжитло та Укргазбанк підписали меморандум. URL: https://www.minregion.gov.ua/press/news/derzhmolodzhitlo-ta-ukrgazbank-pidpisali-memorandum-pro-spivpratsyu/?__cf_chl_tk=okuOX9RkC0Ki98h.Axxvd6DHJdB.3xQScSWbEFncOWM-1682964610-0-gaNycGzNCzs

Лоза С.П.¹

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

МОЖЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗПОДІЛУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах високого рівня невизначеності стану економічного середовища для більшості підприємств першочергової актуальності набуває проблема формування ефективної інвестиційної стратегії. Розробка оптимальної стратегії вимагає особливої уваги до визначення необхідного обсягу інвестиційних ресурсів, потрібних для фінансування проектів, дослідження можливостей фінансування інвестицій за рахунок різних джерел, а також оптимізація їхнього розподілу.

Оптимізація інвестиційної програми щодо відбору найбільш привабливих інвестиційних проектів на підприємстві доцільно здійснювати за допомогою моделі цілочислового лінійного програмування:

$$NPV = \sum_{i=1}^n x_i \cdot NPV_i \rightarrow \max,$$

за умов:

$$\sum_{i=1}^n x_i \cdot I_t \leq I_t, (t = \overline{1, T}); \quad x_i \geq 0, (i = \overline{1, n}); \quad x_i - \text{цiлі}, (i = \overline{1, n}).$$

де x_i – можливі альтернативні проекти i ;

NPV – чиста приведена вартість i -го проекту;

I_n – обсяги необхідних для фінансування i -го проекту інвестицій;

I_t – обсяг інвестицій, що може бути спрямований на фінансування у t -му році;

n – кількість проектів;

t – аналізовані роки реалізації проектів.

В той же час, оптимізація розподілу інвестиційних ресурсів шляхом відбору проектів, які мають більш високий рівень прибутковості, не вирішує проблеми оптимального розподілу між різними напрямками діяльності підприємств. При цьому не забезпечується одна із основних умов функціонування складних виробничо-технічних і соціально-економічних систем – пропорційний рівень розвитку всіх елементів.

На необхідність підтримки пропорційного розвитку підприємств в Україні наочно вказує динаміка рівня зносу основних засобів за видами економічної діяльності промисловості впродовж 2016-2020 рр. В цілому у промисловості рівень зносу за підсумками 2020 р. становить 63,9%, при цьому найвищий рівень зносу основних засобів спостерігається на підприємствах постачання електроенергії, газу, пари та кондиціонування повітря 69,9% та в переробній промисловості 63%. Трохи краще становище в галузях переробної промисловості 47,3% та водопостачання і каналізації 52,7% (табл.1) [1, с. 53].

Таблиця 1. Ступінь зносу основних засобів промисловості за 2016-2020 рр.[1]

Основні види економічної діяльності	2016	2017	2018	2019	2020
Промисловість у цілому	69,4	59,1	66,4	59,1	63,9
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	54,6	47,2	43,1	36,5	47,3
Переробна промисловість	76,4	64,6	64,3	51,4	63,0
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиціонуваного повітря	62,1	57,0	73,7	68,9	69,9
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	60,5	60,7	77,4	70,3	52,7

Розподіл інвестиційних ресурсів між окремими об'єктами доцільно здійснювати на підставі двох критеріїв: середнього індексу доходності інвестицій, вкладених в активи об'єкту, і коефіцієнта придатності основних фондів цього ж об'єкту [2]. Індекс доходності доцільно виразити в екстремальній формі (max), а коефіцієнт придатності задати показником у чисельному значенні. Позначивши Z_1, Z_2, \dots, Z_n нормативи коефіцієнтів придатності основних виробничих фондів та f_1, f_2, \dots, f_n фактичний рівень

коефіцієнтів придатності i -го об'єкту, показник рівня пропорційного розвитку об'єкту можна задати у вигляді рівня відносного розвитку R_i :

$$R_i = \frac{Z_i - f_i}{Z_i} \cdot 100\%$$

Дотримання умов пропорційного розвитку можливе лише у випадку, якщо показники відносного розвитку будуть однаковими для всіх об'єктів. Для цього необхідне введення умови рівності ступеня відносного розвитку:

$$\frac{Z_i - f_i}{Z_i} = \frac{Z_{i+1} - f_{i+1}}{Z_{i+1}}$$

Умова є цільовою функцією пропорційного розвитку. Розрахунок показників R_i для кожного об'єкту та подальше їхнє ранжирування від більших до менших значень, дозволить побудувати ряд ранжированих показників, які будуть відображати пріоритетність інвестування в окремі об'єкти. Інвестиції, в першу чергу, необхідно буде здійснювати у ті об'єкти, які мають найвище значення R_i . Основною проблемою при застосування даного механізму розподілу інвестицій є недосконалість обліку основних фондів, несвоечасність проведення їхньої індексації, а також невідповідність балансової вартості основних засобів їхній ринковій вартості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Промисловість України в 2016-2020 роках. Статистичний збірник. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/12/zb_prom_16_20.pdf
2. Лоза С.П. Напрямки удосконалення механізму розподілу інвестицій на залізницях України // Вісник економіки транспорту і промисловості №25, 2009. – Харків. С. 103-105.

Оскома О.В.¹, Маланіна А.²,

¹к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та фінансів ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», Україна

²здобувач вищої освіти, ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», Україна

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Конкурентоспроможність підприємств є важливим фактором успіху в сучасному бізнесі. Умови сьогодення характеризуються зростаючою конкуренцією, швидкими змінами технологій, змінами у попиті споживачів та іншими чинниками, які ставлять високі вимоги до підприємств. Основні чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємств,

включають:

- Якість продукції або послуг: якість продукції або послуг є одним з найважливіших факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Підприємства, які пропонують високоякісну продукцію або послуги, зазвичай мають перевагу перед своїми конкурентами.
- Ціна: ціна є ще одним важливим фактором конкурентоспроможності. Підприємства повинні уважно аналізувати цінову політику своїх конкурентів та ринкову ситуацію, щоб знайти оптимальний баланс між ціною та якістю своєї продукції.
- Інновації: успішні підприємства повинні постійно вдосконалювати свою продукцію та процеси, використовуючи нові технології та методи. Інновації можуть стати ключовим фактором конкурентоспроможності.
- Маркетингові стратегії: ефективна маркетингова стратегія може значно підвищити конкурентоспроможність підприємства. Важливо мати чітке розуміння своїх цільових аудиторій та розвивати стратегії, які будуть привабливими для споживачів.
- Ресурси, такі як кваліфікований персонал, сировина, технічне обладнання та інші матеріальні і нематеріальні ресурси, також є важливими факторами конкурентоспроможності. Підприємства, які мають доступ до необхідних ресурсів та ефективно їх використовують, можуть знизити свої витрати та збільшити свою продуктивність, що впливає на їх конкурентоспроможність.
- Соціальна відповідальність: в сучасних умовах все більше споживачів звертають увагу на соціальну відповідальність підприємств. Підприємства, які проявляють соціальну відповідальність у своїй діяльності, можуть здобути підтримку споживачів та збільшити свою конкурентоспроможність. У цілому, успішні підприємства повинні постійно аналізувати свою конкурентну позицію та вдосконалювати свою стратегію, щоб залишатися конкурентоспроможними в сучасних умовах.
- Кадровий потенціал: успішні підприємства знають, що їхні працівники є найціннішим ресурсом. Залучення та збереження кваліфікованого персоналу допомагає зберегти конкурентоспроможність підприємства, оскільки вони забезпечують високу якість виробництва та обслуговування клієнтів.

Конкурентоспроможність під час воєнного стану в Україні може залежати від багатьох факторів, таких як рівень економічної розвиненості країни, ресурсні можливості, рівень технологічної готовності, рівень управління економікою та інші. З одного боку, воєнний стан може призвести

до зниження конкурентоспроможності України через втрату ресурсів, зменшення виробництва та експорту товарів і послуг, підвищення витрат на оборону і безпеку, зниження рівня інвестицій і зниження довіри іноземних інвесторів до економіки країни.

З іншого боку, воєнний стан може сприяти розвитку деяких галузей, які пов'язані з виробництвом військової техніки та зброї, а також із забезпеченням безпеки та оборони країни. Такі галузі можуть мати підвищену підтримку держави та фінансування, що сприятиме їхньому розвитку та збільшенню експортної потужності.

Усі ці фактори взаємодіють між собою та визначають конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах. Підприємства, які успішно працюють з усіма цими факторами, зазвичай мають більш стабільну позицію на ринку та можуть впевнено конкурувати з іншими гравцями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

World Competitiveness Yearbook 2000, IMD - www.imd.ch/wcy/ranking

Рибакова О. В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення [Електронний ресурс] / О. В. Рибакова. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua>

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань та ін.]. – вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2009. – 520 с.

https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/52304/7/Zhurba_Sutnist_znachennia_konkurentospromozhnosti%20.pdf;jsessionid=216267B1454FCC227282A2076E53E5E2

Марченко С.М.¹, Данильченко Н.О.²

¹к.е.н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, Київський університет будівництва та архітектури, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна

ІМІДЖ-РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Рекламна діяльність - це комплекс заходів з просування товарів або послуг на ринку. Рекламна діяльність може включати в себе різні види реклами, такі як телевізійна, радіореклама, інтернет-реклама, пряма поштова реклама, реклама в метро та ін. Імідж-реклама - це частина рекламної діяльності, спрямована на створення позитивного іміджу бренду, компанії чи продукту. Основна мета імідж-реклами полягає в тому, щоб споживачі вважали продукт або компанію надійними та професійними, що дозволить

підвищити рівень довіри до бренду та підтримувати його репутацію. [2]

Основна відмінність між рекламною діяльністю і імідж-рекламою полягає в їхніх цілях. Рекламна діяльність спрямована на збільшення продажу конкретного продукту або послуги, тоді як імідж-реклама створює позитивний імідж бренду, що дозволяє підвищити його авторитет і репутацію на ринку. [1]

Імідж-реклама може бути використана в межах рекламної діяльності для підсилення ефективності рекламних кампаній та забезпечення успішного продажу продукту або послуги. Її ціль - створення позитивного враження про бренд і підвищення його авторитету, привернення уваги до бренду і підсилення його репутації. [2] Основна ідея імідж-реклами полягає в тому, щоб створити у споживача позитивне враження про бренд, яке спонукає до довіри і віри в його якість та надійність. Така реклама може використовуватися як для впровадження нового бренду на ринок, так і для підсилення позицій вже відомого бренду. Імідж-реклама може бути представлена у різних форматах, таких як відеоролики, зображення, білборди, рекламні статті в журналах та газетах, рекламні пости в соціальних медіа тощо. Головні переваги імідж-реклами полягають у тому, що вона дозволяє підвищити усвідомленість про бренд та створити позитивне враження про нього, що сприяє його розпізнаванню та популяризації серед потенційних клієнтів.

Імідж реклама є ефективним інструментом для підвищення свідомості про бренд та підвищення його репутації серед цільової аудиторії. Наприклад, для підприємства "Епіцентр" імідж-реклама може бути важливим кроком в підвищенні свого статусу в галузі будівельних матеріалів та інструментів. Ось деякі ідеї для імідж-реклами для "Епіцентру":

1. "Епіцентр" - надійний партнер у будівництві. Реклама може показати, як клієнти можуть розраховувати на "Епіцентр" для забезпечення всієї необхідної продукції та матеріалів для будівництва.

2. "Епіцентр" - лідер в галузі будівельних матеріалів. Реклама може показати, як "Епіцентр" надає широкий вибір матеріалів високої якості для будь-яких будівельних проєктів.

3. "Епіцентр" - професійний підхід до будівництва. Реклама може показати, як "Епіцентр" допомагає своїм клієнтам у виборі найкращих рішень для будівництва та надає кваліфіковану консультацію з будь-яких питань.

4. "Епіцентр" - ваш надійний помічник у ремонті. Реклама може показати, як "Епіцентр" допомагає своїм клієнтам з ремонтом будинків та надає все необхідне обладнання та інструменти для виконання ремонтних робіт.

5. "Епіцентр" - технічний прогрес у будівництві. Реклама може показати, як "Епіцентр" використовує новітні технології та інновації, щоб

забезпечити найвищу якість продукції та послуг для своїх клієнтів.

6. "Епіцентр" - ваша одна зупинка для будівництва та ремонту. Реклама може показати, як "Епіцентр" надає все необхідне для будівництва та ремонту в одному місці, щоб зробити процес максимально зручним та ефективним для клієнтів.

7. "Епіцентр" - ваш партнер у відбудові майбутнього. Реклама може показати, як "Епіцентр" допомагає своїм клієнтам будувати майбутнє, надаючи найкращі рішення для забезпечення якості та ефективності будівництва.

Ці ідеї можна використовувати в різних форматах реклами, таких як відеореклами, рекламні пости в соціальних медіа, рекламні щити та інші. Важливо також забезпечити єдиний стиль та тон реклами для створення унікального та впізнаваного бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Імідж як інструмент досягнення конкурентних переваг торговельного підприємства <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-yak-instrument-dosyagnennya-konkurentnih-perevag-torgovelnogo-pidpriemstva/> viewer

2. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник /Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.

Насипайко Д.С.¹, Ножнова А.В.²

¹к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Центральноросійський національний технічний університет, м. Кропивницький, Україна

² здобувач вищої освіти, Центральноросійський національний технічний університет, м. Кропивницький, Україна

РОЛЬ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Процеси економічної трансформації супроводжуються змінами, що характеризуються невизначеністю і впливають на діяльність підприємств, що посилює прояви криз і дестабілізує їх діяльність. Це призводить до порушення ритмічності функціонування, необхідності адаптуватись до викликів зовнішнього середовища та фінансового забезпечення підприємств [1].

На потенціал конкурентоспроможності підприємства великий вплив має фінансово-інвестиційна складова, яка визначає здатність суб'єкту господарювання залучати фінансові та інвестиційні ресурси, ефективно їх використовувати, а також формувати раціональну структуру капіталу. В свою

чергу, грамотна інвестиційна політика сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Так, при вкладанні у внутрішнє середовище суб'єкт господарювання спрямовує ресурси на переоснащення і удосконалення технології виробництва, за рахунок чого зростає продуктивність роботи підприємства і якість продукції. А за рахунок зовнішніх інвестицій будують житло працівникам і оплачують їм соціальний пакет, зокрема, страхування й медичне обслуговування. Отже, робітники мають кращі умови праці, а, отже, більше мотивації працювати ефективно, що також відіграє велику роль у розвитку підприємства [2, с.108; 3].

Підвищення конкурентоспроможності суб'єкту господарювання у фінансово-інвестиційній діяльності досягається за умови зміцнення його фінансової стійкості, збільшення рівня ліквідності та платоспроможності.

Основним методом, за допомогою якого фінансово-інвестиційна складова сприяє посиленню конкурентної позиції підприємства, є створення або участь у територіальних інвестиційно-інноваційних кластерах, в межах яких суб'єкти господарювання об'єднують свої ресурси, і завдяки цьому досягають більших результатів, ніж при діяльності поодиноці. Другий метод передбачає застосування франчайзингового підходу до розвитку бізнесу. Цей метод вигідний тим, що зменшує ризик для підприємця, а також передбачає меншу кількість витрат. Наступним способом забезпечення конкурентних переваг підприємства є впровадження лізингових інструментів для придбання сучасного торгово-технічного обладнання, що дозволяє молодим фірмам розподілити фінансове навантаження більш рівномірно [4, с. 103].

Також не менш важливим засобом підвищення конкурентоспроможності є раціональне формування інвестиційного портфеля. Так, він повинен забезпечувати високий рівень інвестиційного доходу в поточному періоді і високі темпи приросту інвестованого капіталу в довгостроковій перспективі. Суб'єкт господарювання при формуванні портфеля також прагне мінімізувати рівень інвестиційного ризику й забезпечити необхідну ліквідність. Також не менш важливим є здійснення заходів для того, щоб сформований портфель був якнайменше обтяжений податками [5].

Отже, базуючись на вище наведеному, можемо зробити висновок, що інвестиційно-фінансова сфера визначає рівень конкурентоспроможності підприємства за рахунок залучення ресурсів, необхідних для його розвитку. І не лише розмір капіталовкладень, а й шляхи їх використання впливають на те, які позиції на ринку займатиме підприємство. При виборі оптимального способу використання ресурсів намагаються мінімізувати ризики, збільшити прибуток та скоротити витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ареф'єв В.О. Фінансові механізми забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: Монографія. За редакцією Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с. С. 92-97
2. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛКА, 2016. 484 с. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Konkurentospromozhnist_p-va_Lupak_Vasilciv.pdf (дата звернення: 14.04.2023).
3. Сиволап Л.А. Дослідження інвестиційної діяльності промислових підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6375> (дата звернення: 17.04.2023).
4. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: НУА, 2018. 320 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_1767_46483511.pdf (дата звернення: 17.04.2023).
5. Дашко І.М. Інвестиції у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Підприємство та інновації*. 2019. №9. С. 93-97. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/210/196> (дата звернення: 17.04.2023).

Нехай В.В.¹, Волкова С.О.²

¹д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, Україна

²здобувач вищої освіти, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ЗОНИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Українські підприємства сільгоспмашинобудування мають значний потенціал в обранні стратегічних зон господарювання, не зважаючи на те, що техніка, яку вони виробляють дотепер є не надто навантаженою функціональними можливостями у порівнянні з тією, яку виробляють закордонні підприємства. Але вона має попит у сільгоспвиробників на вітчизняному ринку, ринках Близького та Далекого зарубіжжя. Відчувається потреба в інноваціях щодо обрання або оновлення стратегій розвитку. На думку вітчизняних та закордонних авторів [1], головною метою обрання стратегічних напрямків розвитку підприємств є формування умов для створення і збереження тривалих конкурентних переваг підприємства.

У більшості підприємств, які виробляють та продають вітчизняну

техніку, відсутня система стратегічного управління збутом, не здійснюється стратегічне планування збуту, а також не проводяться стратегічний аналіз і контроль реалізації встановлених планів. Ще однією проблемою є недостатнє кадрове забезпечення, тобто або немає, або не вистачає фахівців з необхідним рівнем знань зі стратегічного управління. Ще гострішою є проблема відсутності спеціалістів у сфері стратегічного управління збутом.

Загальна стратегія розвитку підприємства визначає напрям інноваційної діяльності, впливає на вибір форм її організації. Розроблення стратегії дострокової моделі розвитку підприємства, спирається на його внутрішній потенціал і здійснюється з урахуванням обмежень зовнішнього середовища та тенденції їх змін у прогнозуванні майбутнього. Зважаючи на погляди та твердження науковців та ситуацію, що склалась, закономірною вбачається гіпотеза, що інноваційним підходом до покращення організації маркетингу для потреб підприємств сільськогосподарського машинобудування є створення об'єднань виробників, реалізаторів (торговельних посередників) та за певних обставин, і споживачів сільськогосподарської техніки з метою покращення показників збуту.

Процес обрання стратегічних зон розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування набуває статусу обов'язкового для майбутньої беззбиткової діяльності виробничих підприємств. Без глибокого розуміння необхідності вибудовування процесу планування на засадах господарської далекоглядності навряд чи можна очікувати безризикової діяльності. Плани, що підкріплено таким розумінням дозволяють підприємству розвиватись у заданому напрямку, слідувати місії, досягати цілей не лише у короткостроковому періоді, а й у перспективі, повністю реалізувати потенціал, досягти ринкової стійкості. Таким чином система організації та управління підприємством має набути запасу міцності за рахунок обрання стратегічних напрямків розвитку підприємств, що покликане вирішувати такі важливі наукові та практичні завдання, як досягнення економічної безпеки діяльності у рамках системи управління його виробничо-господарською діяльністю.

Висновки. Специфіка діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування полягає в тому, що від якості та функціональності вітчизняної сільськогосподарської техніки, її відповідності міжнародним стандартам і сучасним світовим трендам, її доступності не лише для великих агрохолдингів, а й для малих фермерських господарств значною мірою залежить рівень продовольчої безпеки України.

З урахуванням індустріально-аграрної спеціалізації економіки України виявлення стратегічних зон розвитку підприємств, здатних консолідувати зусилля виробників для спільного проведення маркетингових досліджень, комплексного запровадження найсучасніших технологій

стратегічного управління, напрацювання спільних ринкових стратегій набуття конкурентних переваг вітчизняної техніки для сільськогосподарських робіт порівняно із зарубіжними аналогами дозволять збільшити обсяги реалізації вітчизняної техніки та обладнання для агропромислового комплексу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Белявцев М. Бєспята М. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств. *Маркетинг в Україні*. 2010. №1. С. 24 – 26.
2. Нехай В. В. Дослідницька аналітика збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості* : матеріали наук.-практ. конф., 19 квітня 2019 р. Київ : КНЕУ, 2019. С. 216–218;
3. Нехай В.В. Маркетингове планування діяльності підприємств та логістики на ринку товарів виробничого призначення. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2020. № 2 (98). С. 58-65;
4. Нехай В.В. Инновации создания маркетинговых организаций. *Теорія та практика: книга рефератів проблем та перспектив 21-22 травня 2020 року. Маріямполь та Каунас*, Литва, С.64-65;
5. Viktoriia Nekhai, Iryna Kolokolchukova, Svitlana Rozumenko, Tetiana Nikitina (2022). Anti-crisis Management of Socio-economic Systems Development in the Global Competitive Environment. *Review of Economics and Finance* (20), pp. 363-377.

Оглобліна В.С.¹, Міхайлуца О.М.²

¹ здобувач вищої освіти, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

²кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри електроніки, інформаційних систем та програмного забезпечення, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМТВА ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОЇ РОЗРОБКИ ВЕБ САЙТУ

Сьогоднішнє бізнес середовище характеризується високою конкуренцією, тому підприємства повинні використовувати всі можливі засоби для підвищення своєї ефективності та збільшення конкурентних переваг. Діджиталізація беззаперечно вплинула на діяльність підприємств у різноманітних галузях та дозволила компаніям покращити ефективність своєї роботи, збільшити обсяги продажів та прибуток, а також експансувати нові ринки. Одним з найважливіших інструментів для досягнення цих цілей є наявність власного веб-сайту.

Функціональний веб-сайт є важливим елементом будь-якої бізнес-стратегії, оскільки він дозволяє підприємствам збільшити обсяг інформації про свою діяльність і товари, що може збільшити довіру клієнтів та сприяти більш успішному позиціонуванню на ринку.[1] Також веб-сайт забезпечує наявність віртуальної вітрини для залучення клієнтів, представлення продуктів та послуг, можливість онлайн-замовлення та оплати. Крім цього, професійно розроблений веб-сайт може допомогти зменшити витрати на маркетинг та залучення нових клієнтів, оскільки він дозволяє широко використовувати інтернет-канали для просування компанії на ринку.

У зв'язку з цим, важливо використовувати актуальні технології для розробки веб-сайтів, які забезпечують швидкість та ефективність їх роботи. На сьогодні JavaScript є найпопулярнішою мовою програмування в світі, в тому числі і в Інтернеті речей (IoT). Вона має стійкі позиції і, ймовірно, буде лідером ще деякий час. Проте, завдяки своєму інноваційному та надійному підходу, мова програмування Golang має всі перспективи очолити технології розробки IoT. [2] Однією з основних методологій веб-розробки є поділ на фронтенд та бекенд частини. Дотримуючись її, розробники можуть залишатися гнучкими у виборі рішень для різних завдань. Golang дозволяє писати високоефективний бекенд, що особливо важливо для великих веб-додатків, які мають значну кількість запитів. Дана мова має високу продуктивність та швидкість виконання завдань, вбудовану підтримку паралельного програмування, що дозволяє створювати веб-додатки, які працюють з великим обсягом даних. Така можливість підвищує ефективність та швидкість роботи веб-сайту, що забезпечує зручний, інтуїтивно зрозумілий доступ до інформації для користувачів.[3]

Тож до переваг розробки веб-додатку за допомогою мови програмування Golang можна віднести:

- забезпечення швидкої та стабільної роботи сайту, що є дуже важливою вимогою для користувачів;

- Go є відкритою мовою програмування, завдяки чого розробники можуть легко знайти бібліотеки та інші рішення для створення сайту, що підвищує ефективність процесу розробки додатків;

- сайт, написаний на Golang, може бути більш стійким до атак хакерів та вірусів, оскільки ця мова програмування має вбудовану підтримку безпеки, що в свою чергу дозволяє підприємству підвищити рівень безпеки власного веб-сайту та зменшити ймовірність втрати даних або інших цінних ресурсів.

Підсумовуючи, можна сказати, що наявність власного ефективного веб-сайту підприємства може стати вирішальним фактором для успішного розвитку бізнесу. Онлайн-платформи та інструменти допомагають підприємствам зменшити витрати на маркетинг та збільшити прибутки. Веб-сайт дозволяє підприємству залучати більше клієнтів, збільшувати обсяг

інформації про продукти та послуги, а використання мови програмування Golang дозволяє створювати швидкі, стійкі та безпечні веб-сайти, які забезпечують комфортний та ефективний доступ до інформації для користувачів. Отже, розробка доступного та функціонального веб-сайту, в тому числі з використанням мови програмування Golang, може стати ключовим чинником підвищення конкурентних переваг підприємства в сучасному ринковому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жеребецька Д., Думанський Н. Роль веб-сайту організації у створенні позитивного іміджу. *Інформація, комунікація, суспільство 2019* : Матеріали 8-ї Міжнар. наук. конф. ІКС-2019, 16–18 трав. 2019 р. Львів, 2019. С. 57–58.
Лютий С. Go vs Javascript. На чому писати IoT проекти. *Blogchain*. URL: <https://blogchain.com.ua/go-vs-javascript-na-chomu-pisati-iot-proekti/>
Varghese S. *Web Development with Go: Building Scalable Web Apps and RESTful Services*. Berkeley, CA : Apress, 2015. URL: <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-1052-9>

Оглобліна В.О.¹

¹кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стратегічний розвиток вітчизняних підприємств та необхідність формування конкурентних переваг на міжнародному ринку обумовлюють необхідність впровадження новітніх ефективних підходів до бізнес-планування їх діяльності. На даному етапі розвитку економіки, найбільш ефективним інструментом управління є бізнес-планування, що формує зміст та специфіку процесу управління та впорядковує процес прийняття ефективних рішень на основі інноваційних методів менеджменту і враховує вплив чинників внутрішнього середовища і зовнішнього оточення підприємства.

Як показують дослідження зарубіжних фірм - прорахунки і помилки у бізнес-плануванні є причинами банкрутства. В українських організаціях бізнес-планування практично не використовується для вироблення і обґрунтування рішень. Практика показує, що українські керівники все ще не володіють філософією і скептично відноситься до його корисності.

В умовах зовнішнього середовища, що швидко змінюється, велика тривалість підготовки бізнес-плану зменшує його значення, а в деяких випадках і зовсім згубна для нього. Цей феномен є наслідком того, що

великий вплив має актуальність інформації, яка часто застаріває раніше, ніж починається здійснення бізнес-проекту. Але без деталізації планів ведення бізнесу неможливе. Для вирішення протиріччя користуються коригуванням з часом виконання бізнес-плану [1].

Бізнес-план так само може мати антикризовий напрям і відповідно пишеться в нестійкий момент в організації. Він може переглянути функціонування фірми, визначити рух вперед або таким чином відправити заявку на отримання кредитних коштів для успішної підтримки життєдіяльності компанії.

Практичний досвід діяльності вітчизняних підприємств указує на те, що в теперішній час бізнес-планування знаходиться на стадії становлення і використовується переважно для обґрунтування економічної доцільності різних проектів та отримання інвестицій для їхньої реалізації.

Практичний досвід західних фірм і корпорацій переконує, що перспективним напрямком подальшого розвитку вітчизняного бізнес-планування є його моделювання. Причому, бізнес-план інтегрується в моделювання діяльності підприємства (бізнес-моделювання) як невід'ємна його складова.

Не секрет, що тренд на складання бізнес-планів диктують американські компанії. Складання бізнес плану є обов'язковою складовою життєвого циклу компанії. Якщо узяти список авторів зарубіжної літератури, можна зробити висновок, що багато авторів - американці. У США підприємництво - це спосіб життя, в Україні бізнес - це "зростаюча дитина", яка росте і вчиться на своїх помилках.

Американська система має ряд особливостей. Американський керівник більше схильний до тиску конкуренції. Різне розуміння і відношення до бухгалтерського обліку. Для України, це в першу чергу формальний звіт для контролюючих інстанцій, в США - інструмент для контролю свого бізнесу. Початкуючий американський підприємець знаходиться в унікальних умовах в тому сенсі, що держава йому надає всемірну підтримку.

Новітні технології дозволяють будувати моделі поточного і майбутнього стану за всіма складниками бізнесу (діяльності), в їхньому тісному взаємозв'язку: зміна в одній моделі автоматично зумовлює зміни в решті моделей. Отже, бізнес-моделювання дозволяє реалізовувати на належному рівні не лише бізнес-план, а діяльність (бізнес) підприємства загалом [2].

Перевагою бізнес-моделей є жорстка регламентація функціональних обов'язків управлінських працівників, скорочення обсягів і підвищення рівня цілеспрямованості інформації, що дозволяє зосередити увагу менеджерів на вирішенні ключових проблем.

Таким чином, можна зробити висновок, що вдосконалення і

формування власної методики в розробці, дозволять бізнес-плану зайняти гідне місце в системі управління організацією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Діденко Є. О., Нянчур Б. С. Бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством. економічна наука. Економіка та держава. № 12. 2016. С. 78-81.

2. Кондратюк О. М., Пшеничний В. І. Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 26. Ч.1. 2019. С. 90-94.

Онешко С.В.¹, Селівестрова А.А.²

¹к.е.н., доцент, професор кафедри економіки і фінансів, Одеський національний морський університет, Україна

²здобувачка ступеню магістра зі спеціальності 051 Економіка, Одеський національний морський університет, Україна

СУЧАСНІ УМОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний етап розвитку ринкової економіки України вимагає від суб'єктів господарювання вжиття заходів щодо підвищення ефективності їх діяльності. Так, «з початком повномасштабної війни економіка України, а зокрема і суб'єкти господарювання, які здійснюють економічну діяльність, зазнали колосальних збитків. З огляду на те, скоротилися податкові надходження до бюджету на противагу тому, що фінансування обороноздатності України довелося збільшити в кілька разів» [1]. Крім того, через воєнний стан в Україні багато підприємств пізнають банкрутство і постає завдання визначення шляхів подолання негативних факторів впливу, що обумовлює актуальність зазначеної тематики.

Економічні проблеми, які постають перед українською економікою, та питання щодо підвищення ефективності господарювання підприємств займає перше місце в наукових дослідженнях. На успішність діяльності підприємства впливає багато факторів: попит на продукцію (роботи, послуги), їх конкурентоспроможність, технічний рівень виробництва у відповідності сучасним вимогам, якості виробничого та управлінського персоналу тощо. Наразі підвищення та підтримка ефективності бізнесу є найважливішим орієнтиром розвитку усіх галузей української економіки для досягнення мети згідно вимогам дії економічних законів.

Кожен бізнес прагне підвищити ефективність своєї діяльності. Однак саме розуміння цієї ефективності на ній може призвести до хороших

результатів. В економічному розумінні ефективність означає найкраще використання всіх ресурсів компанії. Правильно обрана виробнича стратегія і правильний обсяг продуктивності забезпечують необхідний обсяг продажів і відповідний прибуток. Тому підприємницька виробнича діяльність в кінцевому рахунку визначається суворо загальним станом економіки, кількістю галузей і платоспроможними потребами населення [2]. Проблема визначення ефективності діяльності підприємства та пошуку шляхів її підвищення складна і важко формалізована. Адже будь-який бізнес – це складна система, яку важко спростити без втрати її основних властивостей [3].

Система ефективного виробництва включає групи показників, серед яких: обсяг виробництва у вартісному виразі, виробництво продукції на 1 грн витрат, відносна економія основних засобів, матеріальних витрат, фонду заробітної плати, собівартість, прибуток, рентабельність. Завдання підвищення якості продуктивної діяльності підприємства полягає в тому, щоб забезпечити якомога більший результат для кожної одиниці праці, грошових, матеріальних та інших ресурсів. Відповідність цій моделі показує економічну інформаційну систему ефективного виробництва. Використовуючи сучасні методи управління, можна значно підвищити ефективність функціонування підприємства.

Досвід провідних підприємств світу показує, що за допомогою ефективного менеджменту можна значно зменшити собівартість продукції та зростити ефективність підприємства [2]. Через це підвищення ефективності діяльності підприємств є одним з головних завдань, успішне вирішення якого сприятиме розвитку економічних та соціальних питань суспільного виробництва в цілому.

Доцільно зауважити, що в період воєнного стану деякі українські підприємства змогли підвищити свою ефективність, але багато є таких, які збанкрутілись. На теперішній час підтримка виробництва повинна бути зосереджена на переміщенні його у відносно безпечніші райони. Водночас на рівні держави необхідно реорганізувати економіку, підтримати армію, забезпечити оборону, відновити інфраструктуру та забезпечити продовольчу безпеку. Особливої уваги заслуговують експортоорієнтовані підприємства – їхнє завдання нарощувати експорт, щоб збільшити валютні надходження в Україну. Крім того, післявоєнне економічне зростання української економіки можливо лише за умови реалізації заходів національної економічної політики відповідно до чіткої та послідовної стратегії, спрямованої на дерегуляцію економіки та створення сприятливого інвестиційного клімату. Реалізація цих завдань певною мірою впливає на результати діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Онешко С. В., Сирцева С. В., Кульганік О. М. Податкова реформа на період війни. *Ефективна економіка*. 2022. № 10. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.37>

1. Гончарук А. Г. Формування механізму управління ефективністю підприємства : автореф. дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Одеса, 2010. 37 с.

2. Осипов В. І. Економіка підприємства : підруч. Одеса : Маяк, 2005. 720 с.

Онешко С., Башлай С., Короленко О. Особливості збереження та підтримання економічного потенціалу України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-4>

Піддубний В.А.¹, Кокша Д. О.²

¹д.т.н., професор кафедри технології і організації ресторанного господарства, Київський торговельно економічний університет, Україна

²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах стратегічний розвиток конкурентоспроможності підприємств є надзвичайно важливим фактором успіху, що передбачає не тільки адаптацію до змін у ринковому середовищі, але й активну роботу зі збереженням та розширенням власних конкурентних переваг, створенням та вдосконаленням унікальних продуктів та послуг, оптимізацією виробничих та бізнес-процесів, інноваційними рішеннями та ефективним управлінням ресурсами.

Для досягнення успіху в сучасних умовах, підприємства повинні звернути увагу на такі аспекти:

1. Аналіз ринкового середовища та конкурентів. Для збереження та розширення своїх конкурентних переваг, підприємства повинні постійно вивчати ринок та аналізувати дії своїх конкурентів. Це дозволить розробити стратегії, які забезпечать підприємству конкурентну перевагу на ринку. Apple Inc. - компанія, яка відома своїми інноваційними продуктами та дизайном, розробляє та впроваджує стратегії, спрямовані на підвищення якості своїх продуктів та на підтримку та залучення клієнтів. Наприклад, компанія активно розвиває власну мережу роздрібних магазинів, що дозволяє зберігати і контролювати якість продуктів, а також забезпечує більш прямий доступ клієнтів до продуктів.

2. Розвиток та вдосконалення продукту. Сучасні споживачі дуже вимогливі, тому підприємства повинні надавати продукти та послуги високої якості, які

задовольнять їх потреби. Для цього потрібно розвивати та вдосконалювати продукт, працювати над його дизайном, якістю та функціональністю.

3. Інновації. Розвиток нових продуктів та послуг, застосування новітніх технологій та методів виробництва дозволяє підприємствам підвищувати їхню конкурентоспроможність та створювати нові можливості для розвитку [1]. Tesla Inc. - компанія, яка спеціалізується на виробництві електромобілів та сонячних батарей, впроваджує стратегії, спрямовані на створення інноваційних продуктів та застосування нових технологій. Наприклад, компанія активно розробляє та впроваджує різноманітні технології, що дозволяють зберігати енергію та забезпечувати більшу ефективність використання електроенергії в електромобілях та домашніх системах енергозабезпечення.

4. Ефективне управління ресурсами. Підприємства повинні дбайливо управляти своїми ресурсами, які включають фінансові, людські, матеріальні та інші ресурси. Ефективне управління ресурсами дозволяє підприємствам економити кошти та збільшувати прибуток [2]. Amazon.com Inc. - компанія, що володіє однією з найбільших інтернет-магазинів у світі, успішно впроваджує стратегії, спрямовані на ефективне управління ресурсами та оптимізацію процесів. Наприклад, Amazon використовує автоматизовану систему управління запасами та логістики, що дозволяє швидко та ефективно виконувати замовлення, скорочувати час доставки та забезпечувати високу якість обслуговування.

5. Розвиток маркетингових стратегій. Вивчення потреб та бажань споживачів, встановлення цілей та розробка маркетингових стратегій дозволяє підприємствам залучати нових клієнтів та зберігати існуючих. Coca-Cola Company - компанія, що виробляє напої, впроваджує стратегії, спрямовані на розвиток бренду та залучення нових клієнтів. Наприклад, компанія активно використовує соціальні медіа для просування своїх продуктів та взаємодії зі своїми клієнтами, а також розробляє та випускає нові продукти та смаки для розширення своєї аудиторії.

Отже, стратегічний розвиток конкурентоспроможності підприємств є надзвичайно важливим в сучасних умовах, оскільки ринкове середовище змінюється швидко, а конкуренція на ринку стає все більш жорсткою. Щоб забезпечити успіх, підприємства повинні працювати над підвищенням якості продуктів та послуг, застосовувати інноваційні рішення та ефективно управляти ресурсами. Також важливо розробляти та реалізовувати ефективні маркетингові стратегії, щоб залучати нових клієнтів та зберігати існуючих. Отже, підприємства, які успішно впроваджують стратегічний розвиток, мають більші шанси на збереження та зміцнення своєї позиції на ринку та отримання більш високих фінансових результатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лескова, Т. Інновації та конкурентоспроможність підприємства / Т. Лескова, О. Гавриленко // Економічні інновації: збірник наукових праць. - К. : КНЕУ, 2015. - Вип. 57. - С. 165-172.
2. "Фінансовий менеджмент" / авт. В.Г. Воронов, О.М. Степаненко. - К.: КНЕУ, 2016.

Пожуєва Т.О.¹, Глухов В.А.²

¹д.е.н., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

РОЛЬ ТА СУТНІСТЬ ВЕКСЕЛЬНОЇ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ

Жоден з інструментів сучасного фінансового ринку, крім, природно, самих грошей, у всіх численних проявах їх економічних функцій, не може зрівнятися за своєю історією і значенням з векселем. Власне, розвиток вексельного обігу певною мірою обумовив перетворення всіх грошових розрахунків у безготівкову форму. Роль і значення векселя завжди підтримувалися вексельним правом і забезпечувалися державою. Векселі активно використовувалися і використовуються у міжнародних і внутрішніх розрахунках країн з розвинутою економікою.

Вексель - можливо, найстаріший цінний папір, народжений необхідністю переказу грошей і оформлення розстрочки платежу при здійсненні торговельних угод.

Прийнято вважати, що є певні історичні етапи розвитку вексельного обігу. Перший – італійський. Він має таку назву тому, що, по-перше, виник в Італії; по-друге – всі обіги векселів концентруються в руках італійських мінял-банкирів (XII–XVII ст.).

Функції векселів у цей період такі:

- переказ грошей;
- надання кредиту через видачу векселя з передаванням на ярмарок;
- одержання грошей (інкасація) за допомогою передачі векселя третій особі з одночасною передачею права боргу;
- вимоги здійснення взаєморозрахунків з оплатою грошима лише різниці між активом і пасивом (зі знаком «←»).

Другий період – період індосаменту, французький. Місце виникнення – центр і північ Європи: Франція, Голландія, Німеччина, Англія. Вперше індосамент згадується в документі, в якому міститься заборона індосаменту (1607 р.).

Індосамент вносив істотні зміни в конструкцію векселя. Але він суперечив інтересам банкірів, тому що вексель виходить із рук банкіра, і зникає залежність крамаря від банкіра. Така передача векселя давала йому

нову властивість – спроможність давати торговельний кредит. Индосамент був закріплений у торговельному статуті Лейпцигу (1682 р.).

Відтепер головна функція векселя – покривати платежі, відстрочені (прокредитовані) під час купівлі товару. Основні відмінності векселів цього періоду від сучасних:

- призначені тільки для обслуговування торгівлі;
- застосовуються тільки переказні векселі.

Третій період – німецький. Основна його відмінність полягала в тому, що німецькі уявлення про сутність векселя змінили економічну функцію векселя теоретично. А особливість – у тому, що вексель набуває форми письмового, документованого, грошового зобов'язання, складеного у визначеній формі. Воно характеризується особливою швидкістю та суворістю стягнення. Таку швидкість і суворість можна надати будь-якому документу, варто тільки назвати його терміном «вексель». Вексель зазнав таких змін: був визнаний простий вексель (а раніше з ним боролися як із формою, що прикриває відсоткову позику). Відтепер вексель стає формальним актом, що підтверджує факт безумовної сплати грошей у визначений час, незалежно від причини сплати – за торговельною угодою або інакше. Цей період відзначений прийняттям загальнонімецького Вексельного статуту (1847 р.).

Відповідно до ст. 14 Закону України «Про цінні папери і фондовий ринок» вексель – це цінний папір, який посвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця або його наказ третій особі сплатити після настання строку платежу визначену суму власнику векселя (векселедержателю).

Вексель як фінансовий інструмент використовується як на товарному, так і на фондовому ринку. У першому випадку він опосередковує розрахункові відносини, у другому – інвестиційні.

Отже, створення ефективної системи вексельного обігу сприятиме розвитку виробничої діяльності підприємств і організацій різних форм власності, прискоренню збуту продукції, товарів, робіт і послуг, допоможе у подоланні кризи неплатежів, сприятиме вирішенню інших фінансово-економічних проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вексельний обіг: навчально-методичний посібник / С.Б. Палей. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – 123 с.
2. Інтернет-ресурс –« Економічна теорія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21993/
3. Закон України " Про цінні папери і фондовий ринок ". [Електронний ресурс]. -Режим доступу: https://ips.ligazakon.net/document/view/t063480?an=941&ed=2020_05_13

Пожуєва Т.О.¹

¹д.е.н., проф. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ У ПОБУДОВІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Бізнес-стратегія - це інтегрована симбіотична модель дій, яка призначена для досягнення мети (цілей) бізсу [2]. Основним змістом такої стратегії є плік правил прийняття управлінських рішень, що використовується задля релення основних векторів діяльності. Тобто, це план того, як перевести бізнес звідти, де він зараз зхоитьсЯ, туди, де він має (планує) бути. Тобто це пошук способу досягнення цілей у бізнесі. Таким чином бізнес-стратегія – це план розвитку бізнесу.

На вибір тієї чи іншої бізнес-стратегії впливають такі елементи: продукт, що випускається; ринок; застосовувана технологія; галузь; місце компанії на галузевому ринку

Не можна не погодитись з Кеничі Омаї [2], який стверджує, що суть успішної стратегії – це дати споживачам те, що вони насправді хочуть, причому зробити це краще за конкурентів. При цьому завдання стратега полягають в уточненні цілі, виявленні проблеми, знаходженні ідеї та виробленні рішень, які перебудують ринкову ситуацію для бізнесу, його систему розподілу ресурсів або ж певну іншу сферу впливу (де наявні практики стали непродуктивними), а отже дати бізнесу сили до руху в потрібному напрямі.

Проте, недостатньо уваги приділено психологічним аспектам даного процесу. Хоча саме вони будуть визначальними у розбудові бізнес середвища.

Таким чином можна дійти висновків, що для переважної більшості організацій існує суттєва невідповідність між стратегією та бізнес-процесом, між заявленими цінностями шляхами бізнес-процесів, які вводять стратегію в дію.

Вивчення бізнес-стратегії та документування процесів може бути складним завданням особливо зважаючи на суттєву роль у цьому процесі саме психологічних аспектів: від намуру змін до практичної реалізації; ще важче зробити їх ефективними інструментами управління для прийняття стратегічних та оперативних рішень. Дана стратегія виконується саме через бізнес-процеси та виокремити психологічну складову подекуди майже неможливо.

Розробка бізнес-стратегії є низхідною діяльністю. Управління та покращення окреслених процесів часто здійснюється висхідним або середнім способом. При стратегічному поданні занижується уявлення про процес, піднесення вверх – це реальний шанс того, що обидва процеси стануть

сірими до того, як зустрінуться. У так званій новоутвореній «сірій зоні» стратегія зазвичай втрачає своє призначення та ясність, а попроцесна діяльність не зможе об'єднатися у цілісну практику бізнес-процесів.

Таким чином управління бізнес-процесами безперечно є на сьогодні першочерговим завданням будь-якого бізнесу. Це важливе питання, яке бізнес має вирішувати кожен раз, коли виникає необхідність запуску нового продукту, реструктуризації, об'єднання чи купівлі бізнесу або його частки, або ж вводять нові зміни бізнес-процесів чи техніко-технологічної структури для управління ключовими компонентами своєї діяльності.

Тільки безперервне бізнес-планування та фокус на результаті роблять управління бізнесом успішним. Проте усі перелічені аспекти потребують психологічного та конфліктологічного переосмислення. Після того, як ви визначили лідерів груп впливу та їх психологічних особливостей, вони мають розпочати працювати з усіма зацікавленими сторонами та менеджерами обраних бізнес-процесів

На сьогодні вважається, що надійний комунікаційний план розпочинається ще до того, як почнеться ініціатива щодо перебудови й триває після її завершення. З практики господарювання при цьому найчастіше виникає питання щодо допомоги співробітникам компанії зрозуміти, яку підтримку вони можуть отримати під час бізнес-змін та які ресурси можуть запросити. Будь-яка зміна змусить співробітників побоюватися, що вони не досягнуть успіху і можуть втратити роботу, що робить зміну подекуди недостатньо ефективною. Проте, оскільки бізнес-середовище – це поле постійних змін, то найперше, що компанія може й має зробити – виробити психологічні директиви, якими буде керуватись управлінець при провадженні цих змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Свод знаний по управлению бизнес-процессами. BPM СВОК 3.0. Альпина PRO, 2020. – 480 с.
2. Омае К. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски. Альпина PRO, 2022. – 211 с.
3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира /Джеффри Лайкер; Пер. с англ. Т. Гутман. – 8-е изд. - Изд-во: Альпина Диджитал, 2013. – 400 с.
4. Поляков А. Н. Уильям Эдвардс Деминг, его взгляды и их истоки (рус.) // Management : журнал. — 2019. — № 3 (51) - 2019. — С. 72 – 76
5. Dr. Deming's Management Training Електронний ресурс. – режим доступу: <http://www.dharma-haven.org/five-havens/deming.htm>

Разумова Г.В.,¹ Падалка А.В.²

¹д.е.н., доцент, професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

²здобувач вищої освіти, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

РОЛЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Бізнес-процес – це послідовність дій та подій, що призводять до досягнення певної мети. Моделювання бізнес-процесів допомагає описати цю послідовність та зрозуміти, як вона працює.

Традиційною методологією моделювання бізнес-процесів є BPMN (Business Process Model and Notation), яка зосереджена на графічному представленні бізнес-процесів за допомогою символів та ліній. Проте, BPMN не є єдиним стандартом для моделювання бізнес-процесів.

Стандарт Event-driven Process Chain (EPC) зосереджений на ідентифікації подій та умов, що призводять до виконання дій. Він дозволяє моделювати бізнес-процеси на більш високому рівні абстракції та дозволяє легко розуміти взаємозв'язки між подіями та діями.

Стандарт IDEF (Integrated Definition) – це серія стандартів для моделювання бізнес-процесів, які забезпечують розширення мови та методів для моделювання. IDEF зосереджений на деталізації та формалізації бізнес-процесів та є корисним для проектування складних систем.

Стандарт UML (Unified Modeling Language) використовується для моделювання різних видів систем, включаючи бізнес-процеси. UML надає набір графічних символів та семантики, що дозволяють моделювати бізнес-процеси та їх взаємодію з іншими системами.

Також варто згадати, що існують інші стандарти та методології, які можуть бути використані для моделювання бізнес-процесів, наприклад, Lean Six Sigma та Business Process Reengineering.

У підсумку, альтернативні стандарти моделювання бізнес-процесів є корисними інструментами для розробки бізнес-процесів. Вибір стандарту залежить від конкретних потреб бізнесу та завдання, яке потрібно вирішити підприємству. Використовуючи відповідний стандарт, можна досягти ефективності та оптимізації процесів, що відбуваються в бізнесі.

Одним з перших стандартів, що був розроблений для моделювання бізнес-процесів, є Data Flow Diagrams (DFD). Цей стандарт використовує графічну нотацию, яка дозволяє створювати моделі бізнес-процесів з фокусом на потоках даних та їх обробці. DFD надає стандартизований підхід до документування бізнес-процесів та дозволяє легко розуміти, які дані потрібні для виконання процесу.

Інший стандарт, який можна використовувати для моделювання бізнес-процесів, – це Event-driven Process Chain (EPC). Він використовує графічну нотацію та дозволяє створювати моделі бізнес-процесів, які складаються з послідовності подій, які відбуваються в процесі виконання. EPC дозволяє створювати прості та зрозумілі моделі бізнес-процесів з мінімальною кількістю символів та об'єктів. Одним з недоліків EPC є те, що він не дозволяє детально моделювати процеси, які містять багато послідовних дій. Також EPC не дозволяє моделювати процеси, які містять паралельне виконання дій.

Один з найбільш ефективних методів моделювання бізнес-процесів – це Business Process Model and Notation (BPMN). Цей стандарт має графічну нотацію, що дозволяє створювати детальні та зрозумілі моделі бізнес-процесів. BPMN включає в себе широкий набір символів та об'єктів, що дозволяє моделювати різноманітні типи бізнес-процесів та їх взаємодію з іншими системами. BPMN надає засоби для моделювання послідовних дій, паралельних виконань, інклюзій та інших аспектів процесу, що забезпечує більш точну та повну модель бізнес-процесу. Одним з недоліків BPMN є те, що для моделювання детальних процесів може бути необхідно використовувати більше символів та об'єктів, що може зробити модель складною для розуміння. Також, для успішного використання BPMN, може знадобитись додаткова підготовка та кваліфікація учасників процесу.

У деяких випадках можна використовувати комбінацію різних стандартів моделювання, щоб забезпечити більш повну та точну модель бізнес-процесу. Наприклад, можна використовувати EPC для створення загальної моделі процесу та BPMN для детального моделювання конкретних етапів та елементів процесу.

Використання альтернативних стандартів моделювання бізнес-процесів дозволяє збільшити ефективність та зрозумілість процесу, а також полегшує комунікацію між учасниками процесу. При виборі стандарту для моделювання бізнес-процесів важливо враховувати конкретні потреби та характеристики проєкту, щоб забезпечити максимальну ефективність та результативність процесу, а також діяльності підприємства в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Recker, J. The development of EPC and BPMN: A critical analysis. *Business Process Management Journal*. 2014. № 20 (2). P. 177-196.
2. Object Management Group. *Business Process Model and Notation (BPMN)*. 2021. URL: <https://www.omg.org/bpmn/>
3. Разумова Г.В., Оскома О.В. Удосконалення механізму управління фінансово-економічною безпекою підприємства. *Theoretical Foundations in Economics and Management: collective monograph*. Boston : Primedia eLaunch, 2022. P. 265-273.

Севастьянов Р.В.¹, Донченко О.М.²

¹к.е.н, доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, РІШЕННЯ

Перехід до сталого розвитку є одними з пріоритетів економічної політики України. Світовий досвід доводить, що одним з ефективних напрямів розвитку малого бізнесу є удосконалення ринку туристичних послуг зеленого туризму. Найбільш популярними низькобюджетними видами туризму є екологічний, пізнавальний, сільський. Для початку підприємницької діяльності такого бізнесу не потрібні значні інвестиції. Міжнародний досвід є важливим для дослідження та використання кращих практик в цій сфері. Зелений туризм є привабливим для значної частини населення розвинутих країн та виконує такі важливі функції як виховну, культурну та соціальну.

Актуальним є питання подолання кризи та пошук шляхів повоєнного відновлення економіки України у сфері зеленого туризму в контексті стійкого сталого розвитку. Це є важливим для планування розвитку територій. Розвиток малого бізнесу в цій сфері потребує юридичної підтримки і зміни законодавчих актів в цій сфері.

Важливою складовою забезпечення сталого (соціального, екологічного та економічного) розвитку України є підтримка інтенсифікації взаємодії сільського господарства та зеленого туризму. З метою збереження та створення нових робочих місць з гідними умовами праці для працездатного активного населення та молоді у сільському господарстві та зеленому туризмі, отримання податків та інших зборів, потрібно внесення змін до економічних реформ у країні, шляхом перенесення домінуючої уваги на стимулювання створення та підтримку існуючого малого та середнього бізнесу у сільському господарстві та зеленому туризмі для чого на нашу думку потрібно розширити спектр дозволеної діяльності на земельних ділянках сільськогосподарського призначення, що знаходяться у приватній власності або користуванні, для розвитку напряму «зеленого» туризму в Україні. Також важливо дозволити використання земельних ділянок с/г призначення в тому числі для облаштування на них об'єктів «зеленого туризму» та пов'язаної з ними інфраструктури. Необхідно створити регіональні центри по наданню послуг короткострокової оренди с/г техніки та обладнання з персоналом або без, які на компенсаційній основі будуть надавати фермерам та іншим громадянам послуги у сфері рослинництва, тваринництва або туризму, що сприятиме доступності громадян до

високопродуктивної с/г техніки.

Також доцільно збільшувати обсяг цільового фінансування (грантів) для індивідуальних фермерів та сімейних фермерських господарств, інших громадян, що здійснюють підприємницьку діяльність у цих напрямках. Актуальним є створення регіональних центрів щодо надання доступних консультаційних послуг за напрямом «управління проектами» для отримання громадянами базових знань з започаткування власного бізнесу в аграрному секторі та напрямі зеленого туризму, отримання інформації щодо міжнародного досвіду втілення аналогічних проектів. Ще одним напрямком є розроблення дієвих заходів щодо уникнення неправомірного втручання, бездіяльності, гальмування, іншого негативного впливу органів місцевого самоврядування та суміжників - великих орендарів землі на підприємницьку діяльність громадян у цих сферах через розробку за державною ініціативою відповідних застосунків, онлайн – сервісів надання послуг.

Сергієнко О.А.¹, Соколова Н.О.²

¹д.е.н, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, ННІ «Економіки, менеджменту і міжнародному бізнесу» НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²здобувач вищої освіти 3_го рівня кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, ННІ «Економіки, менеджменту і міжнародному бізнесу» НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Електронна комерція має в собі велику протидію, тому розглядаючи понятійно-методичні аспекти обґрунтування вимог до системи управління потенціалом на підприємствах електронного бізнесу щодо конкурентної стійкості є необхідністю розробки методики обґрунтування вимог до системи управління електронним торговельним процесом, а саме оперативності управління цим процесом. Недосконалим залишається і методичний апарат даної галузі торгівлі, незважаючи на певні напрацювання останніх років, а практика застосування деяких з термінів та визначень понять у сфері обґрунтування вимог свідчить про певну суперечність та неоднозначність поглядів з цього питання за бізнес-аналізом для складових системи управління електронним торговельним процесом найбільш суттєвими, такими, що визначають спроможність працівників, які входять до складу відповідних структурних підрозділів, вирішувати поставлені перед ними завдання, властивостями є оперативність і стійкості, а узагальненою властивістю складних бізнес-процесів електронної комерції є конкурентна стійкість. Така як складова розроблена на підставі загально визначених систем управління електронним бізнесом В2С (бізнес-споживач) надає

підстави для розробки методів щодо оперативності управління підприємством електронного бізнесу. Дана форма електронної комерції спеціалізується на електронній торгівлі між бізнесом і споживачами. Ця категорія електронної комерції також дає змогу компаніям розвивати взаємовідносини з кінцевими споживачами своєї продукції, що дає можливість виробляти та доводити до споживача продукцію більш персоналізовано. Для кінцевих споживачів такий спосіб взаємодії є цікавим через те, що він дає їм змогу робити покупки безпосередньо за найвигіднішими цінами, ознайомлюватись із відгуками клієнтів і знаходити в мережі Інтернет товари, з якими вони б не зіткнулися у світі роздрібно торгівлі. Продавці й покупці можуть зустрічатися у віртуальному світі, без перешкод стосовно місця розташування одне одного. Один із завдань для вирішення даних задач розробка моделей щодо управління потенціалом на підприємстві електронного бізнесу за принципом його оперативності та конкурентно стійкості. На рисунку 1 представлений метод оперативності управління бізнес-процесами на підприємстві електронної торгівлі (БП ПЕТ). У нашому випадку такими параметрами є: $P_{CV}(S,t)$ – умовна імовірність вирішення завдань за певний проміжок часу; $P_{CV_{вим}}(S,t)$ – безумовна імовірність своєчасного вирішення завдань; $P_k(S,t)$ – безумовна імовірність вирішення завдань одного i -працівника; K_n – коефіцієнт рівня підготовленості i -працівників, які залучаються до управління бізнес-процесом підприємства; K_n – коефіцієнт укомплектованості i -працівниками, які залучаються до управління бізнес-процесом підприємства; – кількість i -працівників, які надходять в системі управління бізнес-процесом.

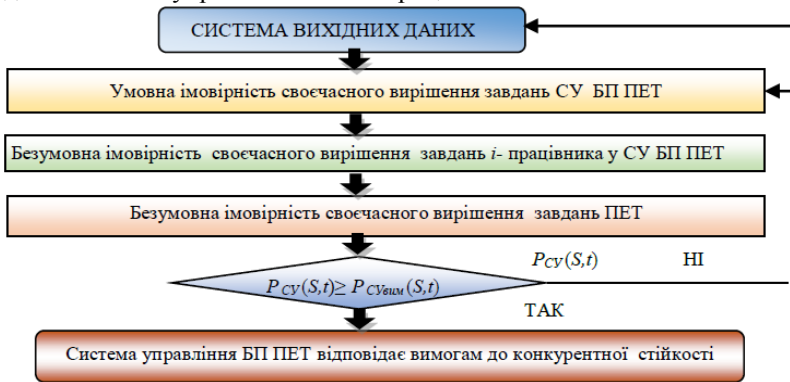


Рис. 1 – Метод оперативності управління бізнес-процесами на підприємстві електронної торгівлі

Запропонований метод з проведення розрахунків щодо обґрунтування вимог до оперативності управління бізнес-процесами на підприємстві електронної торгівлі, як основної складової бізнес-процесу, відповідають однієї із форм електронної комерції В2С, яка спеціалізується на електронній торгівлі між бізнесом і споживачами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сергієнко О.А., Шапран О.Є., Соснов І.І. Методи і моделі аналізу ефективності систем електронної комерції. Бізнес Інформ. 2019.№ 11.С.140-149.
2. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.

Сорока Л.М.¹, Шпаченко Г.С.²

¹к. е. н., доцент кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю змаїльського державного гуманітарного університету, Україна

²здобувач вищої освіти Ізмаїльського державного гуманітарного університету, Україна

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації світової економіки та динамічного розвитку середовища господарювання, як правило, посилюється конкурентна боротьба серед суб'єктів господарювання. Окрім зазначеного не менш важливим за значенням фактором є воєнні дії в Україні. Внаслідок таких дій значно скорочується платоспроможність громадян, що значно посилює боротьбу підприємців за споживачів. Отже, постає гостре питання пошуку такої маркетингової позиції на ринку, яка б забезпечила максимальне задоволення потреб споживачів, оскільки вони є основним чинником розвитку ринку, а також саме вони формують перелік товарів та послуг, що забезпечать суб'єкту господарювання необхідну фінансову стійкість і, як наслідок, рівень конкурентоспроможності. Тому формування оптимального товарного портфелю, набуває особливого значення серед першочергових задач суб'єктів підприємництва.

Товарний портфель – набір різних видів або сортів товарів, які об'єднані за споживчою, торгівельною чи виробничою властивістю та які виробляє/ реалізує суб'єкт господарської діяльності [1, с.263].

Формування товарного портфеля є складовою товарної політики суб'єкта господарювання та є першою стадією управління портфелем. При формуванні товарної політики підприємства, зокрема формуванні товарного портфеля, слід дотримуватися певних умов:

- наявність чітко поставленої мети виробництва, збуту і експорту (у випадку реалізації товарів за кордоном) не тільки на даний момент, а і на майбутні періоди;
- наявність сформованої виробничо- збутової стратегії
- розуміння ринку та характер потреб споживачів;
- володіння інформацією про потенціал, можливості та ресурси підприємства на даний момент та у майбутньому [2, с. 56–57].

Для створення унікального продукту варто сформулювати та дотримуватися принципам формування товарного портфеля:

- принципу довгострокової стратегічної орієнтованості, який передбачає формування продуктового портфелю на засадах постійного інноваційного оновлення і оптимізації асортименту продукції задля забезпечення фінансової та ринкової стабільності бізнесу у мінливому зовнішньому середовищі на довгостроковий період;
- принципу синергетичного ефекту, який передбачає посилення та взаємне доповнення різних видів продукції/послуг у продуктовому портфелі суб'єкта господарювання з метою створення та розвитку фінансово-потенційного потенціалу оновлення асортименту продукції;
- принципу стратегічної гнучкості, що передбачає формування оптимальної структури продуктового портфелю, яка швидко реагує на зміни зовнішнього середовища. Тобто якнайкраще співвідношення продуктів різного рівня ризику, на різних стадіях життєвого циклу задля забезпечення стійкої позиції на ринку при невизначеності зовнішнього середовища діяльності підприємства [3].

Формування продуктового портфелю складається із семи етапів. На першому етапі досліджують споживачів з метою виявлення прихованих потреб чи перспективних потреб для подальшої технологічної розробки підприємства. В процесі формування товарного портфеля маркетингова діяльність грає одну з найважливіших ролей. Основна її мета – забезпечити координацію та налагодити взаємодію між науково-технічним та дослідно-конструкторським відділами, а також виробничими, збутовими, рекламними та іншими підрозділами з метою досягнення якнайбільшої відповідності потребам споживачів.

Наступним кроком є аналіз продукції конкурентів задля отримання актуальної інформації щодо позицій на ринку та в цілому ситуації що склалася навколо конкурентів.

На третьому етапі слід вивчити структуру господарського портфеля. Структура господарського портфеля є відношенням обсягів виробництва різних видів товарів, його складових. На даному етапі необхідно визначити, яку продукцію слід виключити, а які варто додати як нові. На практиці

структура портфелю відрізняється одна від одної в залежності від особливостей діяльності організації, ресурсів, якими воно володіє та стратегічних пріоритетів.

Після аналізу структури портфеля необхідно вивчити можливості суб'єкта господарювання щодо розробки нових товарів / послуг або удосконалення вже наявних. На цій стадії здійснюється аналіз наявних фінансових, кадрових, виробничих та маркетингових ресурсів організації.

Після того як стає зрозуміло вся ситуація щодо відповідності між перспективним продуктами та фактичними можливостями підприємства відбувається тестування нових товарів / послуг до того як вони будуть впроваджені. Такі дії необхідні для передбачення поведінки споживачів, прогнозування майбутніх обсягів продажу та, у разі незадовільного результату, мінімізувати ризики.

Після виконання всіх вищеписаних етапів слід узагальнити отримані результати тестування й підготувати рекомендації кожному з підрозділів, які залучені до впровадження нової продукції на ринок. Зміна структури господарського портфеля потребує продуманої та чіткої системи з метою подальшої її реалізації.

На заключному етапі аналізується продуктовий портфель, проводиться його оцінка та коригування згідно отриманих результатів [4, с. 19–20].

Отже, формування оптимального товарного портфеля є важливим фактором підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства особливо в умовах глобалізації економіки та загострення конкуренції. Методика дозволяє суб'єктам господарювання оптимізувати склад товарного портфеля, який буде відповідати потребам споживачів, одночасно відповідаючи стратегії, цілям та ресурсним можливостям самого суб'єкта та враховувати діяльність конкурентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Верба В. А., Ліщинська В. В. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 262–268.
2. Рибачук-Ярова Т. В. Управління товарним портфелем підприємства. *Проблеми управління і економіки підприємств в сучасних умовах : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 85-річчю від дня народження д.е.н., проф. Чепурнова І. А.* 2016. С. 155–157.
3. Іщенко С.В. Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1209> (дата звернення: 07.11.2022).
4. Войтович Н., Булавінець А. Формування товарного портфеля підприємства. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія:*

ЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ СПОЖИВАЧА В МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ

Сьогодні можливості співпраці з стейкхолдерами сфери бізнесу не мають обмежень. Шляхом анкетувань, отримання пропозицій та зауважень практиків щодо освітніх програм формуються так зв. довідки, з яких можемо робити висновки та проводити інновації в маркетинговій освіті. Згідно результатів отриманих в результаті такої колаборації бачимо вузькі місця в матеріалах за якими навчаються студенти на спеціальності «Маркетинг» і можемо робити інноваційні оновлення в матеріалах дисциплін з маркетингу, для того щоб молоді фахівці були успішними на практиці.

Найбільша вигода, потенціал якої розкриває ефективний маркетинг – підвищення конкурентоздатності. Водночас, можемо спостерігати, прагнення бізнесу перейти від компаній типу А і В до компаній типу С без неефективних витрат матеріальних та людських ресурсів. Тим часом, звиклим в сприйнятті управління стає класифікація підприємств на В2В («компанія-компанія») та В2С («компанія – споживач»), де саме компанія стоїть на першому місці. Доцільно означити якими є базові розриви в конкурентному середовищі:

1. абсолютна взаємозалежність (наслідок глобалізації);
2. дерегуляція галузей;
3. конвергенція технологій;
4. розмивання галузевих бар'єрів;
5. вивільнення із замкнених систем інформації, капіталу, продуктів та ідей.

Компанії зі start –up бізнесом ефективно транслюють інноваційні світові процеси на власну вигоду і змінили сенс конкурентної боротьби. Управлінням повсякчас потрібно боротися за нові джерела інновацій та креативу в маркетингу просування.

Парадокс бізнесу на сьогоднішній день маємо в тому, що споживачі мають більше альтернатив, але вони приносять менше задоволення. Тому, потрібно шукати нових критеріїв для творення нової цінності і пошуку шляхів до споживача.

Отже, на чому ґрунтується зміна ролі споживача, оскільки, він вже не автономний, не ізольований, а задіяний в бізнес-процесах, зокрема в маркетинговій складовій управління?

1.Інформованість. Інформаційна доступність дає можливість клієнту виходити за рамки рекомендацій референтних груп і брати більш активну участь у ролі як клієнта, так і реципієнта.

2. Сприйняття брендів. Однією з сучасних тенденцій в боротьбі за споживача є виховання змалечку. Бренди з віку, коли дитина ще не може сама обирати і оплачувати, ненав'язливо, супроводжують цю цільову аудиторію шляхом маркетингових комунікацій, і, коли ці діти виростають вони психологічно пов'язані з брендом, та готові до того, щоб саме він був у пріоритеті при конкурентному виборі.

3. Організація мереж за інтересами, клубів. Відкрите спілкування людей по всьому світі через гаджети дозволяє їм знаходити платформи за інтересами, де вони діляться досвідом, не зважаючи на географічні чи соціальні бар'єри, революційно змінюють нові ринки й видозмінюють уже наявні. В цю категорію відносимо також і лідерів думок, інфлюенсерів та блогерів. Також споживачі активно спілкуються з менеджерами підприємств напряду, висловлюючи свою подяку або претензії. Комунікація відкрита, при цьому інформація надходить швидко і рішення можуть прийматися швидко. В табл.1 можемо бачити взаємозв'язок факторів щодо творення цінності.

Таблиця 1. Новий підхід до творення цінності для споживача

Фактори інтеграції	Дія	Досвід	Позиція індивіда
Перед-умови	Цінність спільно творять споживач і компанія	Досвід спільного творення є основою цінності	Індивід є центром досвіду спільного творення
Наслідки	Взаємодія «споживач – компанія» є місцем спільного творення цінності	Множинність досвіду спільного творення через нестандартизовані взаємодії	Індивідуалізація досвіду спільного творення
Проголошені напрями розвитку	Зосередження на якості взаємодій «споживач – компанія»	Зосередження на оновленні середовища досвіду	Зосередження на межі досвіду

Для втілення такої мети маркетингові управлінці повинні забезпечити певне сприятливе середовище: інвестувати в розвиток здатності компанії провадити конкуренцію навколо отриманого досвіду; розвивати й чітко формулювати бачення майбутнього компанії; удосконалювати способи мислення та навички менеджерів; стимулювати внутрішню співпрацю, в центр максимального маркетингового орієнтування ставити споживача. Системне впровадження таких кроків підніме рейтинг та імідж підприємства.

Татар Л.В.¹

¹к.т.н., старший викладач кафедри торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи Державного біотехнологічного університету, м. Харків, Україна

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанний бізнес України вражає своєю стійкістю незважаючи на значні економічні виклики. До повномасштабного вторгнення він вважався однією з найприбутковіших інвестицій. Адже сфера послуг є важливим елементом формування сучасної якості життя. Попит на заклади розміщення зростає і через стрімкий розвиток туризму.

Серед основних проблем, з якими зіткнувся бізнес, можна назвати: паніку, відтік кадрів, логістику, розірвання договорів на поставку товарів, комунікаційну підтримку в усіх точках [1].

Проблема організації роботи готельно-ресторанного бізнесу, як в Україні так і в місті Харкові та області під час війни є на сьогодні актуальною. Готелі, які не припиняли працювати, вимушені були перевести всі бізнес-процеси в повністю новий формат роботи. Спочатку головним питанням було те, як зберегти команду закладу, а нині – як завантажити її в умовах низького попиту та невеликої кількості гостей. Зміни в роботу закладів внесла комендантська година, а отже, ускладнено процес поселення і виселення через обмеження часу. Заклади розміщення посилили стандарти безпеки, які передбачають облаштування безпечного укриття, оповіщення гостей про повітряну тривогу та її завершення. Деякі готельні послуги недоступні під час повітряної тривоги.

Під час прийняття певних рішень щодо роботи готелю, варто ставити в пріоритет турботу про гостя, оскільки люди нині стали вразливими та тривожними. Це стосується режиму роботи різних послуг, таких як room service, режиму роботи генератора, формату поселення та виселення. Врахування таких найважливіших правил – це зручність гостя, а отже і заповнюваність та гарні відгуки щодо закладу послуг.

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу залежить від конкретних умов функціонування бізнесу, а також впливу внутрішнього та зовнішнього середовища в сучасних умовах. Нестабільність економічної ситуації в Україні, військова агресія ворога негативно позначаються на динаміці розвитку та функціонування суб'єктів відповідної галузі. Війна змінила бізнес у місті Харків: багато підприємств закрилися, переїхали чи працюють зі збитками. Стан в якому зараз перебуває готельна галузь міста та області, можна назвати відсутністю ринку, особливо таких сегментів, як туристичний і корпоративний.

Критичний фінансовий стан, який переживає готельно-ресторанний

бізнес повинен шукати нові активатори та мотиватори виживання і розвитку, які дозволять йому шукати та ухвалювати ефективні та водночас перспективні управлінські рішення [2].

На сьогодні, необхідно використовувати будь-які можливості для розвитку сфери послуг та продовжувати підтримувати економічний фронт України. Повномасштабна війна змінила підхід і до маркетингу готелів. Реклама та брендинг – це пріоритетні стратегії розвитку, що напряду впливають на дохід закладів готельно-ресторанного бізнесу. Отже закладам варто продовжувати рекламувати свої товари та послуги використовуючи всі можливі джерела інформації. Серед інтернет ресурсів на першому місці месенджери - 86% українців дізнаються новини з цих додатків [3].

Нині зменшилась кількість пошукових запитів, контекстна реклама не спрацьовує, тому активність має бути спрямована на роботу з наявною базою гостей готелю. Варто нагадувати їм про себе, створювати закриті розпродажі, повертаючи їх до закладу.

Підвищенню якісного обслуговування підприємств сфери послуг та зниженню збитків сприяє упровадження високотехнологічних інноваційних продуктів, що дає змогу використовувати весь можливий потенціал діяльності закладу.

У майбутньому нас чекає відбудова українського бізнесу. Сама тому бути конкурентоспроможним в умовах ринкової системи означає забезпечувати рівні з міжнародними стандартами споживчі, цінові та якісні характеристики послуг відповідно для зовнішнього або внутрішнього ринку.

Підприємства сфери послуг на сучасному етапі не можуть мати сталого розвитку, особливо в місті Харкові та області, адже військовий стан в Україні та збройна агресія ворога має свої наслідки. Отже, готельно-ресторанний бізнес майже припинив ефективно функціонувати. Але з метою забезпечення його ефективного функціонування в державі запроваджуються проекти міжнародних організацій щодо розвитку цієї сфери економічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Івашина Л. І., Бишовець Л. Г. Воєнний стан: особливості організації готельно-ресторанного бізнесу на Черкащині. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. № 2 (6) 2022. С. 5-8.

2. Баженова С. Е., Пологовська Ю. Ю., Канцур І. Г. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. № 38. 2022. С. 1-6

«Високий сезон» під час війни: як змінились правила реклами. URL: <https://mixdigital.com.ua/blog/visokij-sezon-pid-chas-vijni-yak-zminilis-pravila-reklami/>

Ткаченко А.М.¹, Камишан І.С.²

¹д.е.н., проф. завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

РОЛЬ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Одним з основних завдань менеджменту є підбір кадрів, управління персоналом. Від правильно підібраних співробітників залежить не тільки продуктивність компанії, але і загальна атмосфера, що проявляється у стосунках між людьми та ставленні до спільної справи, виступаючи важливими умовами «здорового клімату в колективі». Від рівня його розвитку залежить самопочуття співробітників і загальна ділова активність [1]. Основною метою процесу управління персоналом на сучасному етапі є формування, розвиток та реалізація з найбільшою ефективністю кадрового потенціалу підприємства [2].

Кадрова політика традиційно реалізується в межах окремого підприємства та є одним з основних інструментів соціально-економічного впливу на стан його внутрішнього середовища, що забезпечує реалізацію основних завдань корпоративної політики.

Особливу увагу кадровій політиці сучасних підприємств приділено з огляду на визначення важливіших пріоритетів сучасного етапу розвитку країни

– необхідності модернізації економіки й технічного оновлення виробничої сфери. У цих умовах кадрова політика має забезпечувати досягнення конкурентоздатності кадрового потенціалу та підтримувати стабільний соціально-економічний розвиток суб'єктів господарювання.

Працівники є найбільш складним об'єктом управління, оскільки, вони є рушійною живою силою, яка має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати ситуацію яка склалася.

Отже, для досягнення основної мети процесу управління персоналом підприємства необхідно досягти виконання трьох головних цілей: стабілізації кадрового потенціалу, навчання персоналу, розвитку кадрового потенціалу. Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади, займаною персоналом, належної кваліфікації. Оскільки компетентність персоналу є стратегічним ресурсом підприємства, то кадровий менеджмент має забезпечити необхідні умови для її формування і розвитку.

Першим етапом початку своєї діяльності співробітника на підприємстві є введення в посаду, що являє собою сукупність процедур, які

мають за мету прискорити оволодіння роботою, скоротити період адаптації в колективі, допомогти встановити контакти з трудовим колективом.

Розрізняють загальну і спеціальну адаптацію. Спеціальна адаптація передбачає ознайомлення зі своїми посадовими обов'язками, правилами, відповідальністю [2].

Ефективність кадрової політики організації при здійсненні основних напрямків кадрової роботи (формування, використання й розвиток трудового потенціалу) визначається також реалізацією функції контролінгу персоналу, що ставить метою підтримку планування всіх заходів у даній сфері, управління ними, контролювання й інформаційного забезпечення.

Кінцева мета контролінгу полягає в регулярній, об'єктивній і комплексній оцінці діяльності персоналу, яка має бути спрямована, насамперед, на оптимізацію управлінських рішень в сфері кадрової політики й забезпечення конкурентоздатної стратегії організації в області людських ресурсів. Кадрова політика має бути адекватна стратегії розвитку підприємства, орієнтована на тенденції й плани його розвитку і покликана враховувати забезпечення необхідного зростання виробничих показників, збереження фінансової рівноваги і конкурентних позицій на ринку.

Удосконалення організації управління персоналом передбачає розробку напрямків з ефективного управління трудовими ресурсами, що покликане забезпечити збалансованість трудових ресурсів і робочих місць й ефективне використання робочої сили в діючому виробництві.

Завдання поліпшення системи організації управління трудовими ресурсами підприємства не може бути ефективно вирішено без попереднього вдосконалення загальної системи управління й організації діяльності персоналу, тому авторами пропонується наступна послідовність реалізації цих заходів:

1. Проведення заходів щодо оптимізації загальної системи управління.
2. Вдосконалення роботи в області управління персоналом.
3. Заходи щодо поліпшення системи організації й оплати праці працівників, їх мотивації.

Для підвищення ефективності праці й якості трудового життя необхідне вживання комплексних заходів в усіх напрямках моделі трудової діяльності, у тому числі за допомогою державної політики та соціальних інструментів, що сприяють підвищенню громадянської й творчої активності співробітників, залученню їх до вирішення постійно виникаючих проблем в сфері організації виробництва й праці. Ці міри трансформуються в загальну кадрову політику підприємства. Крім фінансової, зовнішньоекономічної політики, політики щодо відносин з конкурентами, будь-яка організація розробляє та здійснює особисту кадрову політику, тому в сучасних умовах кадрова політика є одним з основних інструментів діяльності підприємства,

що має забезпечувати його адаптацію не лише до зовнішнього середовища, але й зберегти кадровий потенціал усередині підприємства, орієнтуючись на досвід міжнародних компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посіб. / В.Г. Воронкова. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 576 с.
2. Веснин В. Р. Практичний менеджмент персоналу / В.Р. Веснин, Посібник по кадровій роботі. – М.: Юрист, 2001. – 496 с.
3. Крамаренко В. І. Управління персоналом фірми. / В. І. Крамаренко – К.: «ЦУЛ», 2003. – 272 с

Ткаченко А.М.¹, Кругліков Є.В.²

¹д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²аспірант, Класичний приватний університет, м. Запоріжжя, Україна

КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ НА ШЛЯХУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Останнім часом аргумент, що креативні і творчі люди сприяють економічному розвитку, отримує зростаючу підтримку фахівців. У цьому контексті, зазначають науковці, зв'язок між мистецтвом і економічним розвитком спостерігається в міських районах з концентрацією високоосвічених творчих людей, де їх продуктивність може стимулювати економічне зростання. Оскільки музиканти часто вважаються найбільш творчими з людей, вони можуть грати особливо важливу роль у цьому процесі.

Проблеми ставлення культури як до важливого чинника не лише духовного, але і економічного прогресу суспільства є однозначними і вивчалися достатньою великою кількістю вітчизняних вчених: Берегова О. М., Бублій М. П., Горин В. П. Гридчук О. Є., Карлова В., Мерзляк А., Панченко В. , та представниками зарубіжної науки Richard G. Maloney. , Borin E. та ін. Проте багато наочних питань залишаються не вирішеними.

Культурна індустрія у всьому світі є генератором понад 2 млрд доларів та забезпечують робочими місцями 29,5 млн людей. Такий великий економічний пласт не може стояти осторонь процесів сталого розвитку, які зараз охопили практично весь великий бізнес. Асоціація експертів зі сталого розвитку у партнерстві з німецькою Асоціацією культурних та креативних індустрій організували першу в Україні освітню програму зі сталого розвитку культурних та креативних індустрій.

Кураторка культурних проєктів в Україні Катерина Рай наголошує на тому, що креативні індустрії - це симбіоз, бізнесу, культури і мистецтва. За її словами, останнім часом багато людей, не дотичних до культури, почали

долучатися до розвитку індустрії.

"Наприклад, люди, які займалися одягом, почали співпрацювати з митцями. В симбіозі вони роблять серію одягу, через яку говорять про цінності та виклики сучасного суспільства, наприклад екологічну проблему. І разом з цим розвивають свій бренд",

В Україні, за її словами, все більше розуміють важливість сучасного мистецтва, культури, і звертають на це увагу. Ця інфраструктура розростається і стає потужнішою, що дає змогу мистецтву краще працювати над своєю сталістю. Саме креативні індустрії можуть придумати вихід із тих проблем, в яких зараз опинилось людство.

Коли йдеться про взаємодію культури і сталого розвитку, ми маємо розставити чіткі акценти, що ж таке культура. Культура - це двигун людського розвитку, адже й сталого розвитку. Це не просто виставка, це не просто фестиваль оркестрів. Культура допомагає розуміти свою відповідальність не лише за себе, а і за громаду, в якій ми мешкаємо. Поки ми не розбудуємо культуру відповідальності за довкілля, за тварин, ми не зможемо розвиватись культурно. Нам потрібно всім разом розширити поняття культури від вузького поняття до культури як двигуна будь-якого розвитку в суспільстві.

Починаючи рухатися в цьому напрямку, ми зтикаємося з проблемою - де шукати ресурси, аби реалізувати сталий розвиток у сфері культури? Заступниця виконавчого директора з питань організаційного розвитку Українського культурного фонду Ірина Осадча розповіла, що фондом створено окрему програму "Культура для змін".

Зараз реалізується 28 проєктів, які розповідають про цілі сталого розвитку через культурне вираження.

За словами Осадчої І, через культуру можна приєднатися до кожної із 17-ти глобальних цілей, прийнятих на історичному саміті ООН в 2015 році.

Однак, щоб реалізувати будь-який культурний проєкт навіть у галузі сталого розвитку, в першу чергу необхідні фінансові ресурси. Вихід Ірина Осадча пропонує знаходити в грантових програмах. За її словами, Український культурний фонд зараз готується до наступного грантового сезону.

Планується формувати конкурсні програми. Всі культурні організації, які працюють в сфері культури, незалежно від форми власності, можуть подаватися до Українського культурного фонду.

Для участі потрібно сформувані свою проєктну заяву, ідею, мету, завдання свого проєкту, а також розробити кошторис та подати цю заяву до фонду на отримання гранту.

Грант - це фінансові ресурси, які надаються організацією для реалізації культурно-мистецького проєкту. Відбувається це все на конкурсній основі. Кожну заяву оцінює п'ять незалежних експертів, формується

рейтинг і відповідно до рейтингу ті проекти, які набрали найбільшу кількість балів від експерта, можуть отримати фінансування і реалізовувати свої проєкти.

В Україні мешкають звичайні українці, які є на сьогоднішній день головними благодійниками. Також існують сучасні філантропи і меценати, яким важливо показувати, що ми можемо разом з їх бізнесом досягати цих цілей. Відомо, що добро завжди має звучати голосно, а тому про благодійність та корисні проєкти не потрібно боятися розповідати людям. Оскільки, це дієвий спосіб залучити однодумців.

Так, недавно на концерті ONUKA, постійно говорили про екологію, переробку сміття. І як би це дивно не звучало, але це западає в душу, і ти про це потім постійно пам'ятаєш. Такими креативними речами можна піднімати будь-яку проблему на поверхню. Важливо, щоб ми не залишали цього, не піддавались трендам глобалізації і не гнались за модними міжнародними речами.

Таким чином, можна зазначити, що в Україні, на шляху вирішення завдань сталого розвитку, не можливо оминати культурну індустрію. Необхідно формувати свої моделі державного фінансування культури і мистецтв, які б відповідали національній системі міжбюджетних відносин і традиційним напрямкам державної підтримки цієї сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Richard G. Maloney. State Funding of Local Cultural Economic Development Initiatives in Massachusetts: Are All Communities Created Equal? Boston University, USA. Volume 3 / Issue 1 / 2013 / ISSN 2224-2554 [Електронний ресурс] — Режим доступу : https://www.encatc.org/media/2691-encatc_journal_vol3_issue_1_20131623.pdf.

Про театри та театральну справу, Закон України від 31.05.2005 № 2605-IV редакція з 04.11.2018 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052605.html (дата звернення: 27.12.2018).

Рыбакова Е.И. Международные магистерские программы в области музыкального менеджмента в мировой практике/ Рыбакова Елеонора Львовна // Ученые записки университета Лесгафта. — 2015. — №12 (130). [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-magisterskie-programmy-v-oblasti-muzykalnogo-menedzhmenta-v-mirovoyu-praktike> (дата звернення: 27.12.2018).

Тохтамиш Т.О.¹,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, Україна

ЕКСПОРТ ЯК СПОСІБ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК

Вихід на міжнародний рівень відкриває нові можливості для підприємств і їхніх власників. Підприємства, що планують вихід на зовнішній ринок, мають перш за все обрати ринок конкретної країни чи групи країн, стратегію та методи виходу на цей ринок, а також обов'язково врахувати правові й податкові аспекти.

У першу чергу необхідно структурувати діяльність підприємства для того, щоб бізнес-модель була прибутковою, прозорою, ефективною, захищеною та давала можливість здійснювати раціональне податкове планування, розподіляти фінансові потоки всередині всієї структури та максимально спрощувати адміністрування.

Одним з найрозповсюдженіших способів виходу підприємства на зовнішній ринок є експорт.

Експорт – це вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям з метою їх безпосереднього споживання, продажу або для перероблення.

У випадку вибору експортування підприємством виробництво залишається на національній території, що має свої недоліки та переваги.

Розрізняють два види експорту: прямий та непрямий.

Учасниками прямого експорту є лише національна компанія та її продавці без підтримки посередників за кордоном. Критерієм для застосування прямого експорту є близькість країни-імпортера та зручний транспортний доступ до неї. Недоліком прямого експорту є те, що він вимагає використання значної кількості ресурсів.

Перевагами прямого експорту є:

- більший контроль над процесом експорту;
- потенційно вищі прибутки;
- більш тісний зв'язок із зарубіжним ринком і покупцем.

Наприклад, у США за допомогою прямого експорту реалізують 2/3 всієї продукції промислового призначення (машини, обладнання, великі судна, літаки нової конструкції і т.п.), а у Великій Британії – 70 %.

За непрямого експорту товари та послуги реалізують за участю фізичної або юридичної особи-посередника. Різновидами непрямого експорту є передача повноважень, франшиза, експорт за допомогою зовнішньоторговельних посередників.

Привабливість експорту полягає у наступному:

- компанія має можливість без значних інвестиційних вкладень освоїти зарубіжний ринок і отримати необхідний досвід;

- експорт дає змогу компанії перестрахуватися й убезпечити себе від різних ризиків, особливо на нестабільних ринках;

- компаніям вдається застосувати інструмент «економія на масштабі» і зберегти централізований характер виробництва. Економія на масштабі – це збільшення виробництва та зменшення витрат. Дослідження показали, що підприємства можуть знижувати свої питомі витрати на 20–30 % щоразу, коли подвоюється випуск продукції. Це явище також відомо як «ефект масштабу».

Серед проблем, які можуть виникнути при використанні експорту як способу виходу на зовнішній ринок можна виділити наступні:

- недостатня обізнаність про ринки інших країн, тобто специфіку запитів споживачів, культуру споживання, механізми експорту і розподілу продукції. Саме тому виявилися невдалими перші спроби експорту до США продукції популярної японської автомобілебудівної компанії Honda. Так, спершу на ринок США поставляли мотоцикли, на які був великий попит на внутрішньому японському ринку. Однак мотоцикли, виготовлені під японців, виявилися занадто малими для рослик американців, і компанія отримала чимало рекламаций. Пізніше через низькі швидкісні характеристики, які не відповідали уподобанням американців, компанія також стикнулася з невисоким збутом і своїх малогабаритних легкових машин;

- імовірний прояв протекціонізму, на що вказує високий рівень тарифних і нетарифних бар'єрів.

Застосування цього методу торгівлі передбачає наявність високої комерційної кваліфікації персоналу та торговельного досвіду компанії в цілому. В протилежному випадку фінансові витрати підприємства не тільки не скоротяться, але й можуть значно зрости. Крім того, міжнародна торгівля порівняно з внутрішньою є більш ризикованою, що зумовлено відмінностями економічних, правових та соціальних умов у різних країнах, їх традиціями та звичаями, а також великими відстанями між торговельними партнерами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Князева Т.В., Колбушкін Ю.П., Петровська С.В. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К. : НАУ, 2019. 164 с.

2. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М.С. Рахман. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 180 с.

3. Keegan, Warren J. Global marketing/Warren J. Keegan, Mark C. Green. 8th ed. Pearson Prentice Hall, 2018. 324 p.

Чернишева О.М.¹, Гасанов Р.²

¹к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів, Державний вищий навчальний заклад «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

²здобувач вищої освіти, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», м. Дніпро, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 5.0

За висновками Європейської комісії, «Індустрія 4.0 є несумісною з цілями кліматично нейтральної економіки та цілями до 2030 року» [1]. Пандемія COVID-19 та останні події війни в Україні прискорили рух європейської спільноти до Індустрії 5.0 як концепції розвитку, що забезпечує стійкість ланцюгів та екосистем (табл.).

Таблиця Порівняльний аналіз головних рис Індустрії 4.0 та 5.0

Критерій порівняння	Індустрія 4.0	Індустрія 5.0
Спосіб досягнення ефективності	центрована навколо виробничої ефективності шляхом кращої цифрової інтеграції та використання штучного інтелекту	забезпечує галузеві фреймворки (рамки розвитку), які комбінують завдання конкурентоспроможності та сталості
Джерело змін	технологічні зміни є головним чинником змін в переході на кібер-фізичну взаємодію	фокусує увагу на впливі альтернативних (крім технологій) режимів керування моделями, що ведуть до сталості та стійкості
Підхід до використання ресурсів	присутнє вирівнювання з оптимізацією бізнес-моделей в рамках існуючих ринків капіталу та економічних моделей, які, наприклад, автоматично фокусуються на скороченні витрат та максимізації прибутку для стейкхолдерів	робить працівників більш значимими та сильнішими через використання цифрових пристроїв, й уособлює, таким чином, людино-центричний підхід до використання технологій; будує шлях для переходу до сталого економіки; розширює корпоративну відповідальність до повних ланцюгів вартості
Оцінювання ефективності екосистеми	немає фокусу на характеристиках дизайну та ефективності в напрямках повторного використання ресурсів та матеріалів, щоб мінімізувати кліматичні та соціальні ризики	вводить індикатори, що показують для кожної галузевої екосистеми прогрес в досягненні стійкості, процвітання та сталості

На відміну від Індустрії 4.0, яка більше стосувалась трансформаційних аспектів впливу сучасних цифрових технологій та зміни бізнес-моделей, в 5.0 передбачено дві інші трансформації: по-перше, повне єднання з зеленим курсом, що веде до кращої сталості та циркулярної економіки (подвійний цифровий та зелений перехід); по-друге, покращення стійкості ланцюгів доданої вартості та екосистем до нових потрясінь, якими б не були їх джерела (пандемії, стихійні лиха, геополітичні зміни, регіональні війни тощо).

У світовій хімічній промисловості спостерігається значна активізація інноваційної діяльності в контексті впровадження концепції Chemicals 4.0. Хімічні компанії можуть використовувати технології Індустрії 4.0 для покращення бізнес-операцій через диджиталізацію, оптимізацію виробничих процесів і матеріально-енергетичних потоків, управління безпекою, зміцнювати ринкові позиції шляхом розробки й виготовлення «смарт» продукції, застосовувати колективні компетенції і великі обсяги інформації завдяки співпраці у ланцюгах створення вартості, а також шукати шляхи розвитку свого бізнесу за допомогою новітніх матеріалів, інтелектуальних хімічних речовин та нових сервісних пропозицій [2, с. 39].

Впровадження принципів сталості відносин в рамках Індустрії 5.0 передбачає фокус на «неприбуткових» показниках ESG (екологічних, соціальних та урядування). В умовах хімічної промисловості потужним підґрунтям для забезпечення екологічної складової технології та готової продукції при впровадженні концепції Індустрії 5.0 є дотримання принципів «зеленої хімії».

За даними [3, с. 36], доступ до талановитих фахівців є найбільш важливим чинником, що зумовлює вибір глобальних компаній територіального розташування виробництв у галузі хімії, нових матеріалів та технологій. Тому трансформація менеджменту хімічних компаній для впровадження людиноцентричного підходу Індустрії 5.0 повинна відбуватися у напрямках пошуку талантів, їх залучення та утримання, мотивації персоналу, формування нового типу лідерів та побудови корпоративних брендів зайнятості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Юрчак О. Про Індустрію 5.0 – чому це стає актуальним для України. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/pro-industriyu-5-0-chomu-cze-staye-aktualnym-dlya-ukrayiny/> (дата звернення: 25.04.2023).
2. Шевцова Г.З. Хімічна індустрія 4.0 як галузева концепція реалізації основ четвертої промислової революції. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2(48). С. 35-41.
3. Хаджинов І.В., Шкурат М.Є. Трансформація системи менеджменту персоналу міжнародних компаній. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. № 6 (68). С. 33-40.

Чернишева О.М.¹

¹к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів, Державний вищий навчальний заклад «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Аналіз галузі є однією з важливих складових в процесі стратегічного управління підприємствами в умовах, що склалися на сучасному етапі розвитку хімічної промисловості України. Визначення економічних показників галузі, сили та характеру конкуренції, ключових факторів успіху, характеру змін та привабливості галузі з точки зору перспектив отримання прибутку вище середнього є аналітичним підґрунтям для формування стратегічних альтернатив та вибору найбільш ефективної стратегії підприємств. Врахування специфіки хімічної промисловості при аналізі галузі як складової стратегічного управління підприємствами дозволить більш обґрунтовано визначати стратегічні альтернативи підприємств для виживання в умовах високої невизначеності галузі.

Незважаючи на велику кількість пропозицій вчених щодо перспектив розвитку хімічної промисловості України, в сучасній методології стратегічного управління підприємствами галузі відчувається дефіцит підходів, які б передбачали стратегічний аналіз хімічної промисловості в контексті формування стратегії підприємств галузі.

У роботі [1] доведено, що аналіз хімічної промисловості в процесі формування стратегії підприємств галузі доцільно проводити у секторальному розрізі, оскільки сектори хімічної промисловості розрізняються за рівнем технологічного розвитку, прибутковості та типом економічного розвитку. Тому стратегічний аналіз хімічної промисловості доцільно проводити для галузі в цілому – для визначення рівня розвитку та конкурентоспроможності галузі в економіці країни, а також індивідуально за секторами – для формування стратегії підприємств, оскільки підприємства хімічної промисловості функціонують за технологічним типом.

Сектори хімічної промисловості відповідно до груп КВЕД-2010: 20 виробництво хімічних речовин та хімічної продукції; 21 виробництво основних фармацевтичних препаратів та фармацевтичних продуктів; 22 виробництво гумових і пластмасових виробів; 23 виробництво неметалевої мінеральної продукції. Згідно Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, виділяють групи: 28 продукти неорганічної хімії; 29 органічні хімічні сполуки; 30 фармацевтична продукція; 31 добрива; 32 екстракти дубильні або барвні; таніни та їх похідні, барвники, пігменти та інші фарбувальні речовини, фарби і лаки; замазки та інші мастики; чорнило, туш; 33 ефірні олії та резиноїди, парфумерні, косметичні та туалетні препарати; 34 мило, поверхнево-активні

речовини, мийні засоби, мастильні матеріали, воски штучні та готові, суміші для чищення або полірування, свічки та аналогічні вироби, пасти для ліплення, пластилін, «стоматологічний віск» і суміші на основі гіпсу для стоматології; 35 білкові речовини; модифіковані крохмалі; клеї; ферменти; 38 інша хімічна продукція; 39 пластмаси, полімерні матеріали та вироби з них; 40 каучук, гума та вироби з них; 54 нитки синтетичні або штучні; стрічкові та подібної форми нитки із синтетичних матеріалів; 55 синтетичні та штучні штапельні волокна.

Для оцінки стану хімічної промисловості України найбільш часто використовуються показники у секторальному розрізі: кількість функціонуючих підприємств (за розміром та секторами), індекс товарного виробництва, обсяг реалізації на внутрішній ринок, зовнішня торгівля (зовнішньоторговельне сальдо, обсяги експорту та імпорту у натуральному та вартісному вимірі за секторальним, географічним та продуктовим зрізами), рівень конкуренції між вітчизняними і зарубіжними виробниками, рівень інвестування у галузі, фінансовий стан галузі, рівень диверсифікованості галузі (товарної та секторальної), політика постачальників (вітчизняних та зарубіжних за основними видами сировини, енергії), інноваційні технології та продукції, соціальні аспекти функціонування галузі, екологічність виробництва та продукції, законодавча база, рівень нестабільності світового ринку хімічної продукції, перспективи розвитку галузі (екомодернізація, декарбонізація, «голуба» та «зелена» хімія).

Враховуючи наукові підходи вчених до аналізу привабливості галузі та прикладні дослідження хімічної промисловості, економічні характеристики галузі доцільно визначати за загальними (використовуваними для будь-якої стратегії) та спеціальними (використовуваними для конкретного типу стратегії) критеріями. Загальні критерії економічних характеристик хімічної промисловості доцільно поділяти на макро- та мікроекономічні.

Концептуальний підхід до стратегічного аналізу хімічної промисловості України базується на методиці Томпсона А.А., Стрікленда для аналізу галузі та конкуренції у ній, включає рекомендації І. Ансоффа для оцінки рівня нестабільності в галузі та передбачає оцінку рівня загальної привабливості галузі за інтегральним показником в коротко- та довгостроковому періодах. Отримані оцінки повинні слугувати базою для управлінських рішень щодо елементів портфельної стратегії підприємств (географічного вектору зростання, конкурентної переваги, синергізму та балансу стратегічних зон господарювання) у секторах галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Chernysheva, O.M., Chupryna, N.M. & Naumenko, O.P. Methodical approach to an estimation of the financial and economic support of the chemical industry enterprises strategy. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2021. № 2(14). С. 87-97. DOI: 10.32434/2415-3974-2021-14-2-87-97.

СЕКЦІЯ 5. «УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ»

Krasnozhon S. V.¹, Lypko D.²

¹c.t.s., as.prof., department of corporate finance and controlling, Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman, Ukraine

²higher education student, Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman, Ukraine

PERSONNEL MANAGEMENT OF ENTERPRISES FOR STAKEHOLDER APPROACH

A stakeholder approach is a business philosophy that emphasizes the importance of considering the interests of all stakeholders, while making business decisions.

The Stakeholder theory can create a beneficial cycle that results in increased returns for both stakeholders and shareholders. When companies prioritize employees as important stakeholders, they tend to work harder and produce higher-quality work. Companies can create policies that underlines their welfare, such as fair compensation, career development opportunities, and a safe work environment. This, in turn, can lead to improved production volume and quality, resulting in satisfied customers. Happy customers often translate into increased sales and business expansion, which ultimately leads to higher shareholder satisfaction.

Stakeholder theory is closely related to the concept of social responsibility, as it recognizes the potential influence of each participant in a company's transactions. The theory emphasizes the importance of balancing ethics and economics in achieving corporate goals, ensuring that the interests of all stakeholders are considered. Consequently, according to Flippo, "Personnel management is the planning, organizing, compensation, integration and maintainance of people for the purpose of contributing to organizational, individual and societal goals." [2]

By using a stakeholder management approach, companies can develop positive relationships with various stakeholders, including employees. When businesses treat their employees with respect and dignity, they can inspire a deep sense of loyalty and commitment among their workers. This can lead to lower employee turnover rates and correspondingly lower recruitment and training costs. The Stakeholder theory helps organizations identify and mitigate potential risks and problems by considering all employee perspectives and interests. By doing so, enterprises can develop a risk management strategy that helps prevent and mitigate negative outcomes.

While evaluating a stakeholder theory such challenges might arise as tension and divergence of interests of different groups. It might happen due to

variety of vested interests and how to take all of them into consideration. Hence, to effectively manage stakeholders, it is important to create a comprehensive stakeholder management plan. This plan should outline the expectations of each stakeholder group and establish guidelines for communication. Furthermore, the plan should prioritize stakeholders based on their level of influence over the project and their level of interest in its outcome. By doing so, the enterprise can focus its efforts and resources on the stakeholders who are most critical to the success of the project, and ensure that their needs and concerns are adequately addressed.

To better understand stakeholder theory and, ultimately, manage stakeholder claims and expectations, it may be helpful to take a closer look at categories of stakeholders. One way to categorize stakeholders is by defining their impact. For example, regulatory stakeholders including stockholders, legislatures, government regulators, and boards of directors are enabling stakeholders because they permit the firm to function. Normative stakeholders such as competitors and peers influence the norms or informal rules of the industry; functional stakeholders are those who influence inputs, such as suppliers, employees, and unions, and those influencing outputs such as customers, distributors, and retailers. Finally, diffused stakeholders include other organizations such as nongovernmental organizations (NGOs), voters, and mass media organizations with less direct relationships but potential for meaningful impacts on firms [1].

All in all, a stakeholder approach helps businesses create a more inclusive and sustainable business model that provides value to all stakeholders, not just shareholders. By prioritizing the interests of managers and all other stakeholders, enterprises can achieve long-term success, follow ethics principles and create a goodwill in general.

REFERENCES

1. Brad L. Rawlins, "Prioritizing Stakeholders for Public Relations," Institute for Public Relations, March 2006. https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2006_Stakeholders_1.pdf.
2. Edwin B. Flippo, "Personnel Management", 1980.

Ostenda A.¹, Nestorenko T.P.²

¹PhD, Professor AS, Academy of Silesia Katowice, Poland

²PhD, Associate Professor, Professor AS, Berdyansk State Pedagogical University Zaporizhzhya, Ukraine

THE ROLE OF STUDENTS AND SCIENTISTS' MOBILITY IN THE HIGHER EDUCATION INTERNATIONALIZATION

Globalization processes, which have intensified since the second half of the 20th century, are driving forces of convergence in various spheres of life, including in the sphere of higher education [1].

Poland is a part of the European Higher Education Area – an intergovernmental structure of cooperation, which was officially founded at the Conference of Ministers of the countries participating in the Bologna process. This creates additional opportunities for building up and realizing intellectual potential. But it is also necessary to monitor trends in the field of reforming national education systems, including the course of internationalization processes for the purpose of researching leading scientific achievements and forming appropriate policies, finding ways of integration into the world educational space and increasing the competitiveness of higher education institutions on the European market of educational services. Among the main prerequisites for the internationalization of the educational process in institutions of higher education in the countries of the European Union, including Poland, the following can be distinguished: globalization processes; the signing by the states of the General Agreement on trade in services, which contributed to the development of cross-border education, international cooperation of universities and international recognition of study results; introduction of the visa-free regime; immigration processes, rising unemployment in countries; introduction of a policy of multilingualism and, at the same time, promotion of the English language as the main language for international communication; a situation of force majeure in a number of countries and territories.

At the same time, a characteristic feature of the internationalization of higher education in Poland, as well as in other European countries, was the rapid development both at the external level (through the spread of international academic mobility) and at the internal level (through the introduction of world educational standards and intercultural programs, internationalization of educational courses, etc.) [3]. The internationalization of educational courses is identified as one of the leading ones in the European Commission's internationalization strategy, along with academic mobility, which is one of the most common forms and is stimulated at the national level based on a programmatic approach, while at the university level it is considered a priority area of activity and is implemented by concluding bilateral and multilateral agreements.

The results of the study show that in the 2021/22 academic year, out of

86,000 foreign students, 41.5% were students from Ukraine [2]. In Poland, the group of foreign students is over 30 times larger than the group of foreign academic teachers. Also most of academic teachers are from Ukraine. In terms of countries of origin, the group of academic teachers is much more geographically diverse. The universities hosting the largest number of foreign students and academic teachers are diversified. Both groups include the largest public universities, but in the case of students - non-public universities are in the lead.

Most of the academic teachers are foreigners representing the field of exact and natural sciences. On the other hand, foreign students most frequently choose management as their field of study [2]. However, it is worth noting that along with the advantages, the intensification of internationalization processes is associated with certain risks. These risks are due to different socio-economic potential of states, level of political stability, technological capabilities, cultural traditions and need to be taken into account when forming strategies for the development of higher education at different levels (university and national). Among the main ones: the commercialization of higher education, the transformation of educational programs into a commodity, the erasure of national features of higher education, and the aggravation of the problem of brain drain. The full-scale invasion of Russian troops on the territory of Ukraine caused additional migration of academic teachers and potential students abroad, including to work and to study at Polish universities.

REFERENCES

1. Azhazha M., Nestorenko T., Peliova J. (2020). Trends of international student migration. *Management and administration in the field of services: selected examples*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole. 126-137. URL : <https://cutt.ly/nX3hUD8>.
2. Cudzoziemcy. Studenci i pracownicy polskich uczelni w roku akademickim 2021/2022. Raport. Warszawa 2022. URL : <https://cutt.ly/fN4ABBX>
3. Nestorenko T., Ostenda A., Perelygina L., Ilina Yu. (2018). The Impact of Foreign Students on Internationalization of University and on the Economy of a Host City (Case of the Katowice School of Technology). Capacity and resources for sustainable development: the role of economics, business, management and related disciplines. EDAMBA-2018. Conference Proceedings of International Scientific Conference for Doctoral Students and Post-Doctoral Scholars. 17-19 April, 2018, 356-366. URL : <https://cutt.ly/vXRxiUV>.

Бобко Н.А.¹, Неалова Є.О.²

¹старш. викл. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Успішна діяльність будь-якої організації залежить від багатьох факторів, серед яких один з найважливіших – наявність системи управління персоналом.

На жаль, на території пострадянських країн це поняття стало розвиватися набагато пізніше, ніж на Заході. Ситуація така: з матеріальних причин багатьом компаніям здавався більш близьким формат «хто начальник відділу, той і керує персоналом свого відділу, піклується про його потреби і продуктивність». Але на практиці це виявляється згубним для всієї компанії, оскільки призводить до знецінення корпоративної культури, зниження мотивації співробітників, втрати ефективності їх праці та напруженості в відносинах з керівництвом [1].

На даний момент рішення очевидне: впровадити розумну систему управління персоналом, за реалізацію якої будуть відповідати кваліфіковані співробітники.

Під управлінням персоналу прийнято розуміти певний вид діяльності, спрямований на керівництво людьми з метою реалізації проєктів організації. При цьому максимальний акцент робиться на працю, досвід і таланти співробітників, а також на рівень їх задоволеності від самої роботи. Тобто, управління персоналом – це не про сувору регламентацію дій кожного з працівників, а про вміння взаємодіяти з ними: поважати, мотивувати і направляти їх роботу на благо компанії.

Це сьогоденне визначення, проте відомо, що раніше була саме та суворя регламентація дій, не було взаєморозуміння між керівником і робітником. І лише під кінець ХХ століття визначення переформувалось під епоху «співпраці», в рамках якого особистість самого співробітника стає досить важливою, його мотивації та вмінням приділяється належна увага. В наш час питання управління може надаватись стейкхолдерам [1].

Хто ж такі стейкхолдери?

Стейкхолдер – це фізична або юридична особа, яка прямо чи опосередковано впливає на роботу організації або має певні очікування від результатів її діяльності. Stakeholder означає «утримувач ставки» або «акціонер». Це певна зацікавлена сторона.

Stakeholder – це особа, від взаємодії з якою залежить успіх виконання проєкту чи якоїсь його частини. Правильне визначення stakeholder допомагає структурувати зовнішній та внутрішній простір. Знаючи, хто і на що може впливати, буде набагато простіше визначити інтереси осіб, від яких залежить

підсумковий результат [3].

Є різні типи стейкхолдерів – за ступенем впливу, способом взаємодії, сферою інтересів. Щоб будувати стратегію взаємодії із зацікавленими суб'єктами, важливо їх правильно класифікувати. Мало просто визначити стейкхолдерів – ними треба грамотно керувати. Від задоволення стейкхолдерів залежить успіхи компанії.

Р. Акофф вважав, що багато проблем соціуму можна вирішити при грамотній взаємодії зацікавлених осіб у системі.

Класичний варіант «теорії стейкхолдерів» став відомим у 80-х роках з подачі професора ділового адміністрування Р.Е. Фрімана, який виклав своє бачення у книзі «Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін». Саме Фріман увів поняття «стейкхолдер» та запропонував модель застосування теорії.

Теорія приділяє увагу тому, що потрібно поєднувати інтереси всіх зацікавлених сторін та враховувати їх вимоги.

Відповідно до концепції Фрімана, процес управління стейкхолдерами складається із шести етапів:

1. Встановлення зацікавлених сторін та розподіл їх на групи.
2. Аналіз та формулювання ключових потреб усіх зацікавлених сторін.
3. З'ясування інтересів та ступеня впливу кожної окремої особи.
4. Складання плану дій щодо управління стейкхолдерами.
5. Впровадження та реалізація заходів.
6. Аналіз підсумків управління та циклічне повторення процесу.

Грамотне управління стейкхолдерами допомагає успішно реалізувати проект, сприяє зростанню та розвитку бізнесу у перспективі [2].

Для управління зацікавленими суб'єктами є спеціальні інструменти – таблиці-реєстри, карти та матриці. Вони допоможуть грамотно проаналізувати ступінь впливу стейкхолдера та розробити стратегію взаємодії з ним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Чому управління персоналом відіграє ключову роль в організації. URL: <https://hb.mdpu.org.ua/kafedra-ekologiyi-ta-zoologiyi/stejkholdery/ponyattya-pro-stejkholderiv/>
2. Стейкхолдери. URL: <https://nbookpart.com.ua/steikholderi-sho-take-i-chomy-vajlyvi/>
3. Стейкхолдери: що таке і чому важливі. URL: <https://smartik.kiev.ua/stejkholdery-shcho-take-i-chomu-vazhlyvi/>

Костенко С.В.¹

¹ магістрант, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні
Запорізького національного університету, Україна

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ЛЮДИНООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Актуальність дослідження. Організації стають все більш цифровими, які можуть швидко адаптуватися до змін у методах роботи, спричинених технологічними змінами. Цифровізація змінює визначення управління персоналом. Цифрові технології, представлені штучним інтелектом, великими даними, хмарними обчисленнями, Інтернетом речей, блокчейном тощо, постійно підривають роботу та спосіб життя людей, цифрову трансформацію сьогодні вважають основною стратегією.

Мета дослідження – теоретичні і практичні аспекти формування моделі людиноорієнтованого управління в умовах цифровізації. Як свідчить аналіз, людські ресурси представляють важливу частину управління, зазнають глибоких змін, спричинених цифровізацією. Нещодавно опублікований LinkedIn «2020 Talent Trend Report» також вказав «аналіз даних про таланти» як одну з головних тенденцій. За останні п'ять років кількість спеціалістів з управління персоналом, які володіють навичками аналізу даних, зросла в чотири рази до 242% і сьогодні займають центральне місце.

Зіткнувшись із цифровою ерою, цифровою організацією, виникає питання про людські ресурси, які повинні використовувати силу цифрових технологій для активізації команд, розширення можливостей співробітників і підвищення ефективності, для ефективності управлінської діяльності.

З точки зору сфери застосування цифровізації у сфері людських ресурсів можна виділити три основні аспекти:

1) цифрове робоче місце. Ніхто не очікував, що нова епідемія коронарної пневмонії у 2020 році виведе «дистанційну роботу» на перший план. Багато людей можуть продовжувати працювати віддалено після повернення на роботу, як-от відеоконференції, онлайн-співпраця, співбесіди зі штучним інтелектом тощо. У контексті глобальної інтеграції розвиток і конкуренція будь-якої організації більше не обмежується куточком світу. Тому в найближчому майбутньому форми працевлаштування організацій неминуче стануть більш диверсифікованими, і ті компанії, які зможуть ефективно адаптуватися до цифрових сценаріїв роботи, безсумнівно, стануть переможцями цієї глобальної конкуренції.

2) Цифрові рішення щодо талантів. Нові технології, представлені штучним інтелектом і великими даними, будуть широко використовуватися в різних рішеннях щодо талантів підприємств. Взяти за приклад традиційний модуль найму персоналу, штучний інтелект може формувати портрети

талантів для кожної посади та швидко знаходити відповідних кандидатів із масивних резюме на основі прогнозування плинності кадрів і технології підбору вакансій. Крім того, на основі великих даних та інтелектуального аналізу департаменти людських ресурсів можуть більш науково зрозуміти поточний стан талантів в організації, щоб ефективно передбачити проблеми та виклики, з якими управління людськими ресурсами може зіткнутися у майбутньому.

3) Цифрові HR операції. Останніми роками «інформація на основі системи, процесу та форми» стала гаслом реформ людських ресурсів багатьох установ та організацій, що втілюється на платформі цифрової системи. Під час епідемії деякі інтернет-компанії перевели весь набір процесів управління персоналом в онлайн, а контент сервісу охоплює весь кар'єрний цикл від вступу співробітника до звільнення, досягаючи таким чином мети скорочення витрат і підвищення ефективності.

4) Ключем до цифрової трансформації HR є трансформація мислення. Зіткнувшись із приходом цифрової ери, деякі бізнес-менеджери усе ще здаються розгубленими. Наприклад, діджиталізацію просто ототожнюють з онлайнізацією, і все залишається на інформатизації управління процесами, у HR та вищого керівництва також немає консенсусу щодо важливості цифрової трансформації людських ресурсів.

Управлінське мислення багатьох кадровиків зосереджено лише на традиційній «відповідності між людиною та роботою». У майбутньому центр уваги на робочому місці буде зорієнтований більше не на певній людині, а на певній кваліфікації. Поки професійні навички можуть відповідати вимогам незалежно від того, чи є це «людина» чи «машина», компанії можуть платити відповідно до їхніх навичок. Наприклад, все більше і більше компаній стають популярними в сфері аутсорсингу людських ресурсів. Набір персоналу може бути переданий аутсорсингу, навчання може бути передано аутсорсингу, трудові відносини можуть бути передані аутсорсингу, весь процес управління людськими ресурсами може бути замінений професійною цифровою системою. Нарешті, з точки зору організації, стратегія розвитку організації зміниться від безперервного лінійного мислення до екологічного мислення.

Сьогодні в умовах глобалізації і цифровізації формуються практичні вимоги до моделі людиноорієнтованого управління. У зв'язку з економічною глобалізацією підприємства стикаються з тиском і викликами з усього світу. Якщо підприємства хочуть розвиватися, то вони повинні мати достатні людські ресурси для підтримки. По-перше, поява дефіциту людських ресурсів, недостатня пропозиція, по-друге, через дефекти системи зайнятості робоча сила не бажає приймати керівництво деяких підприємств. Людські ресурси є джерелом життя розвитку підприємства, а люди є найбільш активними чинниками суспільства, вони є провідними силами, які можуть

сприяти розвитку підприємства, економіки та суспільства.

По-перше, кількість людських ресурсів, які задовольняють потреби підприємств, вимагає від керівництва підприємств людиноорієнтованого цифрового управління. Взагалі кажучи, кількість людей визначає кількість людських ресурсів. Нинішній ринок праці швидко розвиваються, людські ресурси залежать від цифровізації людей, рівня знань та цифрових навичок. Створення сучасних підприємств потребують не лише духу перенесення труднощів і стійкої цифровізації, але також знань, навичок, мізків, розуміння науки, цифрових здібностей, адаптації до умов цифровізації.

По-друге, розвиток підприємства вимагає не тільки спеціалізованих талантів, але й більшості робочої сили з цифровими навичками та компетентностями. Тому необхідно розуміти різні потреби різних працівників і впроваджувати цифрове управління.

По-третє, суспільство створює соціальне середовище, орієнтоване на людей. Орієнтація на людей є стрижнем наукового погляду на розвиток. Вона не тільки підтримує те, що люди є основною метою розвитку, але також наголошує на питаннях чому розвиток, для кого розвиток і на кого покладатися для розвитку. Основна рушійна сила і фундаментальна мета розвитку – це цифровізація управлінської діяльності. Тому в управлінні необхідно посилити концепцію «орієнтованості на цифровізацію», сприймати людей як цифрові таланти, вирішувати проблеми, виходячи з навичок цифрового управління.

Проблеми, що втілюють турботу про людей, акцентують також увагу на гуманізованому управлінні та способі діяльності людей, досліджуючи закономірності людського темпераменту та психологічної діяльності та реалізуючи управління на основі людиноорієнтованого підходу. Гуманізоване управління плюс цифровізація - це модель управління, яка повністю приділяє увагу елементам людської природи в усьому процесі управління підприємством і бере на себе відповідальність за повне використання цифрового потенціалу людей. Таким чином, гуманізоване управління включає багато елементів, таких як повага до людей, сповнена гуманістичної турботи, надання людям різноманітних можливостей для зростання та розвитку, зосередження на стратегії безпрограшного виграшу підприємств від цифровізації. Незалежно від того, наскільки просунутим є методи управління або метод управління, не можна керувати без людей, і це не може заперечувати гуманізованій управлінській роботі. Гуманізоване управління - це процес безперервного розвитку, процес упорядкованої організації та трансформації проявів природних і соціальних атрибутів людини, процес інтеграції цифрової культури, корпоративної соціальної відповідальності та культури безпеки працівників.

Формування моделі людиноорієнтованого управління в умовах

цифровізації - це не просто технологічна інновація, вона включає зміну корпоративної культури. Ця трансформація в кінцевому підсумку є трансформацією людей. Тільки запровадивши модель людиноорієнтованого управління в умовах цифровізації, можна перебудувати концепцію цифрового управління людськими ресурсами, сформувати ефективну модель людських ресурсів, цифрову екосистему талантів, в основі якої ефективні людські ресурси. Оскільки компанії повернулися до роботи після COVID-19, їм довелося враховувати нові очікування для своїх працівників. Стає все більш очевидним, що майбутнє роботи стає все більш гібридним, коли компанії пропонують співробітникам можливість повернутися в офіс, працювати віддалено або поєднувати обидва: інклюзивне майбутнє роботи, гібридні робочі команди, гібридна співпраця, розподілені команди. Коли почалася перша хвиля пандемії, однією з найбільших проблем, з якою зіткнулися компанії та співробітники, була спроба адаптуватися до віддаленого середовища. Підприємствам необхідно було вирішити, як забезпечити працівників інструментами та технологіями, необхідними для виконання роботи, співпраці та спілкування, щоб залишатися у безпеці. Співробітники повинні адаптуватися до нового робочого середовища, мислення та обов'язків.

Хмара мала вирішальне значення для надання надійного, масштабованого та безпечного способу утримувати розрізнені команди разом і вирівнювати їх. Без хмарної інфраструктури керівники не зможуть максимізувати продуктивність співробітників і досягти повної ефективності для підтримки різноманітних бізнес-потреб. Крім того, підприємствам також необхідно впроваджувати стандартизовані та уніфіковані комунікаційні інструменти та платформи, щоб члени команди могли підтримувати зв'язок і мати можливість отримувати та обмінюватися інформацією в новому гібридному робочому середовищі. Крім того, платформа повинна підтримувати інші платформи, щоб співробітники могли підключатися та спілкуватися з іншими людьми за межами організації, які можуть використовувати іншу платформу для співпраці.

Платформенне управління може взаємодіяти з розширеними власними системами конференц-зв'язку, такими як цифрові дисплеї та високоякісні аудіотехнології, тому учасники зустрічі можуть чітко бачити та чути один одного. Нові форми роботи, безумовно, мають гібридний характер. Компанії, які адаптуються до нових форм роботи, повинні надати інструменти, необхідні для продовження співпраці (на місці або віддалено), зберігаючи при цьому безпечне середовище для роботи на місці. У майбутньому це буде навчальний досвід, коли і бізнес, і робоча сила повинні постійно вчитися та адаптувати те, що найкраще підходить для всіх.

Таким чином, всі ці складові формують модель нового

людноорієнтованого управління в умовах глобалізації і цифровізації, використовуючи світовий досвід [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Костенко Сергій. Цифровізація управлінської діяльності: цифровий досвід системного адміністрування в країнах ЄС. Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітянських систем сучасного суспільства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2022 року / Ред.-упорядник: д.філософ.н., проф., В. Г. Воронкова. Львів-Торунь : *Liga-Pres*, С. 469-475.

Кравцова Є.О.¹, Мельнік М.А.², Гаркуша Г.³

¹професор МКА, директор, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

²к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

³здобувач вищої освіти, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

ФОРМИ ПРОЯВУ ЛІДЕРСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Глобальні структурні й технологічні зміни у виробництві, його інформатизація створюють потребу в нових знаннях, посилюють інтерес до формування персоналу з високими професійно-кваліфікаційними характеристиками. Якість людського капіталу стає в сучасному світі головною цінністю та перевагою в конкурентній боротьбі.

Лідерство в нинішніх умовах вийшло за межі розуміння його винятково в психологічному аспекті. Лідерство стає елементом процесу управління колективом та, як засвідчує практика, дедалі більше переходить у площину економічного аналізу на різних рівнях суспільного устрою. Перехід до шостого технологічного укладу відбувається разом з виокремленням нових чинників та факторів конкурентоспроможності компанії чи країни, в основі яких лежить інтелект, застосування новітніх досягнень та технологій [1, с.86].

Лідер відрізняється від хорошого керівника тим, що він не тільки блискуче справляється з однією з управлінських функцій, але і є неперевершеним інтегратором.

Створення працездатної, ефективної команди професіоналів - виклик для будь-якого керівника, водночас, - це вершина управлінської майстерності. Проте, зусилля, витрачені на створення команди, скуповуються в будь-якому випадку: команда легше і швидше досягає успіху. Роль лідера дуже важлива: він формує основні принципи взаємодії, задає вектор розвитку, принципово

впливає на мікроклімат у колективі [2, с.182].

Успішний лідер уміє перетворити деструктивний, дисфункціональний конфлікт у конструктивний, згуртувавши взаємодоповнювальну команду на основі спільних поглядів і цінностей. Члени команди повинні використовувати правильний процес прийняття рішень, щоб діяти спільно і розуміти один одного.

Виклики сучасної глобалізації, зумовлені надзвичайним загостренням та ускладненням конкуренції, становленням суспільства знань, розширенням інформатизації, вносять корективи у прояв лідерства. Особливостями лідерства на сучасному етапі стають можливості до змін та реалізація потенціалу в умовах розвитку економіки знань. Трансформація прояву лідерства відбувається з урахуванням стратегії підприємства, яка постійно оновлюється та змінюється.

Більшість підходів у сучасній науковій літературі до визначення природи лідерства характеризується виокремленням лише індивідуального рівня. У зв'язку з цим, форми прояву лідерства розглядаються винятково як прояв особистісної діяльності без урахування їх економічної складової.

Наявність економічних наслідків проявів лідерства, конкуренція, нові ринкові умови та способи діяльності сформували необхідність дослідження форм прояву лідерства на новому рівні. Ускладнення суб'єктної основи лідерства знаходить прояв у виділенні таких основних видів як індивідуальне та організаційне лідерство. Суб'єктом прояву індивідуального лідерства стає окрема особистість, яка впливає як на себе, так і на інших людей. А суб'єктом організаційного лідерства виступає організація, що здійснює вплив і на саму себе, і на інші організації. Такий підхід відображає поділ людської діяльності на особистісну та соціально – групу [3, с.31].

Необхідність використання нових підходів до управління пов'язано з нагальною потребою приведення управлінського ресурсу у відповідність до нової соціальної реальності – швидкого реагування на глобальні проблеми, які постійно ускладнюються. Безперечно, що в умовах сучасної інформаційної економіки все частіше виникає потреба інноваційного управління, яке дає можливість ефективно адаптувати нові знання до риночної кон'юктури, яка швидко змінюється.

Таким чином, інноваційне управління в сучасному світі – це соціальне управління. Воно використовує соціально – технічні підходи та розвивається як технологія управління людьми, а не «маніпулювання» ресурсами. Саме в гуманізмі організації виробництва і є та економічна міць, яку, як важливіший потенціал, повинні реалізувати лідери. При цьому лідерство не зводиться до набору особистих якостей, а стає особливим видом міжсуб'єктних взаємовідносин.

Переосмислення ролі лідерства стає необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Каленюк І.С., Цимбал Л.І. Природа лідерства в сучасних умовах/ І.С.Каленюк, Л.І.Цимбал//Економічна теорія, 2015.-№ 2, с. 86-98.
2. Севастьянов Р.С., Ткаченко С.А. Кадрова політика підприємства та напрями її вдосконалення/ Р.С.Севастьянов, С.А.Ткаченко.- 2013.- с.177-187.- Режим доступу: <http://www.zgia.zp.ua/>
3. Кремень В.Г., Пазиніч С.М., Пономарьов О.С. Філософія управління/ В.Г.Кремень, С.М.Пазинич, О.С.Пonomарьов.- Харків.-НТУ «ХПІ».-2008.-524 с.

Крайнік О.М.¹ Донченко О.М.²

¹к.е.н., доц. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Діяльність людини протягом досить тривалого історичного періоду витрачалася на пошуки таких форм і методів, які були спрямовані на формування і розвиток суспільних відносин цієї діяльності, які підтверджуються певною змістовою динамікою, зокрема йдеться про менеджмент організацій.

Пандемія коронавірусу, є досить великою проблемою, яка стрімко розвивається та охоплює величезні території економічних систем світу. Вона вносить глобальні корективи у все світове господарство. Малий та середній бізнес, які перші відчули на собі негативні наслідки цієї події, тому щі ці зміни завдали великої шкоди. Великі збитки торкнулися тих суб'єктів економічної діяльності, які займаються міжнародною торгівлею. У таких складних умовах, щоб вижити, бізнес змушений приймати стратегічні рішення під час реструктуризації своєї діяльності до поточних умов.

Сучасний суспільний розвиток характеризується високим рівнем варіативності та складності. Прогрес життєдіяльності організацій в таких умовах безпосередньо залежить від ефективності існуючих систем управління. Управління, як і будь-який інший вид людської діяльності, підпадає під вплив законів еволюційного розвитку суспільства, змінюється з часом і набуває нових рис, тобто розвивається.

Зміна основних функцій процесу менеджменту організацій перебуває у постійному зв'язку зі зміною основних параметрів соціально-економічного розвитку і потреб для належної професіоналізації управління для

забезпечення ефективності розвитку суспільства в цілому та організації зокрема. Виробництво на сьогоднішній день все більше залежить від нових технологій і знань, а також від інтеграційних процесів. Різко зростає частка «інтелектуальних» витрат у загальних витратах, в менеджменті набуває масовий характер когнітивний підхід.[1]

Основною продуктивною силою і засобом виробництва стають знання, які перетворюються на головну сферу конкуренції, при цьому заохочують інновації та вдосконалення, а також сприяє підтримці креативності та різноманіття. Загальна глобалізація та цифровізація поступово змінюють традиційне уявлення про робоче місце та його роль в менеджменті та виробництві. Нові бізнес-моделі, особливо це стосується сфери ІТ, все більше покладаються на форму роботи поза організацією, а саме фріланс. Вільні форми організації відносин і всього трудового процесу потребують нових методів управління та зміни традиційної формальної ієрархії.

Через нові виклики змінюється характер системи менеджменту організації та використання методів управління. Тобто, зменшується роль організаційно-розпорядчих методів, а соціально-психологічних навпаки підвищується. Що стосується економічних методів, то акцент з економічних показників зміщується на фінансові. У наш час зароджується культура «кібергізації людини», чия модель пропагує байдужість і беземоційність суспільства. Згодом це може призвести до виведення людини за межі її участі в цифрових процесах. Цей ризик визначає необхідність перегляду основних положень не лише теорії про організацію робочого місця, а і взагалі філософії менеджменту. Керівництво все більше зосереджується на творчих особистостях, чий потенціал базується на знанні та використанні цифрового інтелекту та комунікативних навичок. Головним завданням на сьогодні будь-якої організації є боротьба за такий «золотий фонд».[2]

В умовах війни вся країна зіткнулася з суворою дійсністю і довелося швидко адаптуватися до цього. Небезпека та постійні загрози, зросли ризики, зруйнувався усталений режим функціонування всіх сфер життя суспільства. Все це призвело до складної ситуації і в менеджменті організації, яка вимагала від керівників прийняття оперативних рішень в критичних умовах, імпровізації, надмірних зусиль для підтримки активності і утримання команди. Перед вищим менеджментом з'вилось головне завдання – створення нової системи захисту та пошуку адекватних механізмів управління персоналом. Завдяки різноманітним практикам, які народилися під час війни, закладаються нові світоглядні та ціннісні якості людини, формуються нові моделі управління персоналом, які здатні забезпечити швидку адаптацію та знизити ризики.[3]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сергієнко Т., Крайнік О. Сучасні технології на промислових підприємствах в умовах ринкової економіки // *Modern Technologies in Economy and Management. Collective Scientific Monograph*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019; pp. 493, С. 249-259.
2. Промисловий потенціал складних соціально-економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо- та мікрорівень : колективна монографія / за ред. д.філософ.н., проф. В. Г. Воронкової, д.е.н., проф. Н. Г. Метеленко. – Запоріжжя : Видавничий дім “Гельветика”, 2022. – 480 с.
3. Захарчин Г.М., Захарчин Н.Р. Основні аспекти управління персоналом в умовах високих ризиків. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/13.pdf (дата звернення 30.04.2023)

Лівощко Т.В.¹, Добродій М.А.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стратегічна спрямованість цілей підприємства обумовлює нагальну необхідність використання концепції стейкхолдерів у процесі управління. Актуальність застосування управлінських підходів, що враховують діяльність стейкхолдерів у підприємницькій діяльності полягає у наявності ряду недоліків, які мають підприємства у підходах до організації управління персоналом, що не враховують взаємодію внутрішнього та зовнішнього середовища.

Отже розуміння потреб, очікувань та думок зацікавлених сторін, аналіз та збалансоване врахування цих очікувань має принципово важливе значення для діяльності будь-якого підприємства. Взаємозв'язок із зацікавленими сторонами має відбуватися у формі діалогу. У широкому розумінні діалог – це двосторонній обмін інформацією (розмови, спілкування) між двома людьми, людиною та організацією, двома організаціями у вигляді питань та відповідей.

Виокремлюють чотири особливості, що можуть визначати результати діалогу підприємства із стейкхолдерами:

- 1) зобов'язання: потрібно надавати пріоритети і ресурси на вирішення ключового питання діалогу зі стейкхолдерами. Крім того, особи підприємства повинні бути залученими до планування діалогу і впровадження рішень, отриманих у результаті діалогу;

- 2) потенціал: фізичні, організаційні й людські ресурси, доступні для

проведення діалогу зі стейкхолдерами. Чим більше ресурсів, тим більший потенціал для проведення діалогу. Проте навіть підприємства з великим потенціалом не завжди бажають його використовувати;

3) консенсус: передумова вдалого діалогу – наявність узгоджених цілей і загальних цінностей, консенсусу між учасниками діалогу і виконавцями рішень;

4) усвідомлення: генеральні директори підприємств повинні допомагати у впровадженні рішень діалогу та їхнього інтегрування в організаційну систему. Підприємство має усвідомлювати, яким чином виконувати рішення, прийняті під час діалогу зі стейкхолдерами [1].

Діалог зі стейкхолдерами означає залучення основних груп зацікавлених сторін до розвитку і впровадження політики компанії, він розглядається як інструмент сприяння ефективній комунікації між суб'єктом господарювання, урядом, громадськими організаціями, науковцями та іншими групами суспільства.

Отже, стейкхолдери відіграють важливу роль в досягненні цілей підприємства. В умовах значної конкуренції та нестабільного зовнішнього середовища актуальність питання побудови стейкхолдерно-орієнтовної стратегії управління у підприємницькій діяльності має велику актуальність та може бути представлена наступним механізмом: формування пріоритетних цілей та завдань, стратегічної місії підприємства, визначення ризиків, які можуть бути реалізовані через діяльність стейкхолдерів, ранжування та структуризація ризиків, оцінка ступеня вирогідності настання ризикової події, формування алгоритму мінімізації ризиків від діяльності стейкхолдерів.

Таким чином, пошук механізмів організаційного забезпечення можливостей стратегічного управління підприємством повинно враховувати всі пропозиції щодо стратегічного розвитку учасників цього процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Котлик, А.В. Підходи до врахування інтересів стейкхолдерів у процесі управління підприємством [Текст] / А.В. Котлик // Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку. – 2014. – С. 102-106.
2. Ковалевська, А.В. Формування моделі соціально відповідальної діяльності компанії / А.В. Ковалевська, Н.Л. Кусик // Моделювання процесів в економіці та управлінні проектами з використанням нових інформаційних технологій [Текст] : монографія / за аг. ред. В.О. Тимофєєва, І.В. Чумаченко. – Х. : ХНУРЕ, 2015. – 245 с

Лоза С.П.,¹ Лизя О.С.²

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ

Ефективне управління відносинами зі стейкхолдерами є однією з головних цілей управління підприємством та однією з найважливіших задач стратегічного менеджменту [1]. Стейкхолдери підприємства – це всі зацікавлені в діяльності підприємства сторони, що здійснюють позитивний чи негативний вплив на розвиток підприємства або зазнають впливу від цієї діяльності. Стейкхолдер зацікавлена особа в результатах максимізації вартості підприємства [2].

Стейкхолдером може бути будь яка особа що впливає на діяльність організації або просто допомагає в розробці пропозицій. Мета стейкхолдера полягає у тому що слід визнати виявлення можливих протиріч між підприємством та зацікавленими сторонами, їх сили та вагомості впливу на вирішення завдань, визначених проектом. Тобто це координація до кращої якості сконцентрованої роботи та покращення якості підготовки майбутніх фахівців.

Основними стейкхолдерами підприємства є: інвестори; кредитори; менеджери підприємства; працівники підприємства; постачальники; споживачі; суспільні й державні організації [3]. Найчастіше основних стейкхолдерів підприємства поділяють на зовнішніх та внутрішніх. Зовнішні стейкхолдери – це ті, які можуть вплинути на результат роботи. Внутрішні це всі ті, які працюють над проектом.

Вплив стейкхолдерів на результати підприємства пояснюється критерієм ресурсів. Класифікація ресурсів: інвестиційні ресурси, репутаційні ресурси, інтелектуальні ресурси. Другий критерій пов'язаний з ризиками. Критерій наукових інтересів, який з'явився пізніше – сила впливу. Стейкхолдери підприємства мають достатню силу впливу на його результати в сприятливому, або не сприятливому для нього напрямку

Аналіз уявлень про склад й інтереси основних стейкхолдерів підприємства свідчить про наявність суперечностей між інтересами різних груп стейкхолдерів

Три основні підходи до врахування інтересів стейкхолдерів у процесі управління підприємством:

1. Фокусування на інтересах одного стейкхолдера – прибуток, рентабельність активів і власний капітал, зростання ринкової вартості підприємства.

2. Слідування інтересам кількох ключових стейкхолдерів. Підхід

дозволяє досягти кращих результатів у довгостроковій перспективі за рахунок балансування інтересів основних із них.

3. Урахування інтересів якнайбільшого числа стейкхолдерів. Урахування інтересів якнайбільшого числа стейкхолдерів підприємства вбачається найбільш доцільним підходом до організації взаємодії з ними.

Критерії для формування стейкхолдерів підприємства: потужність з якою стейкхолдери можуть впливати на підприємство; легітимність стосунків зацікавлених сторін з підприємством; наполегливість стейкхолдерів у відносинах з підприємством. Критерії для визначення взаємовідносин фірми та зацікавлених сторін: сумісні чи несумісні відносини, з точки зору набору ідей та матеріальних інтересів; необхідні чи умовні відносини – причому необхідні відносини є внутрішніми для соціальної структури або для логічно пов'язаних ідей, а умовні відносини не пов'язані в єдине ціле.

Детальний аналіз усіх стейкхолдерів та їхніх інтересів, визначення найвпливовіших та найважливіших серед них, встановлення пріоритетів щодо різних груп стейкхолдерів дозволять сформулювати ефективний план стратегічного управління розвитком підприємства, установити правильний напрямок розвитку суб'єкта господарювання, який дозволить досягти максимально можливого рівня задоволення інтересів усіх стейкхолдерів підприємства.

У сучасних умовах розвитку економіки на інноваційній основі відбуваються зміни в структурі конфігурації чинників вартості, які традиційно зводилися до фінансового та операційного рівня. Менеджери та працівники підприємства є його стейкхолдерами і інвестування коштів у їх розвиток слугує перспективі стабільної та ефективної діяльності підприємства в майбутньому. Важлива частина роботи управлінців вибудовування стратегії роботи зі стейкхолдерами

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Безручко О. О. Значення інтересів стейкхолдерів у процесі управління діяльністю підприємства. Економічні науки /10. Економіка підприємства. URL:

https://www.rusnauka.com/18_DNI_2010/Economics/69677.doc.htm

2. Денисюк О.Г. Стейкхолдери в управлінні вартістю підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/420.pdf>

3. Стрелков О. Розвиток підприємства через врахування інтересів стейкхолдерів. Схід №6 (146). – 2016. URL:

https://www.researchgate.net/publication/313470391_The_development_of_enterprise_according_to_the_stakeholders_interest/fulltext/589b6833aca2721ae1b79380/The-development-of-enterprise-according-to-the-stakeholders-interest.pdf

Мартинова Л.В.¹, Буркацька Л.В.², Гаркуша Г.³

¹к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

²ст. викл. кафедри економіки, менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

³здобувач вищої освіти, Дніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія Управління Персоналом», Україна

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інтенсифікація розвитку технологій, глобалізація інформаційного простору обумовлюють підвищення ролі інформації в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні інформація набуває ролі ключового ресурсу, що визначає ефективність діяльності підприємства в умовах поступового переходу до інформаційного типу економіки.

Обіг інформації на підприємстві відбувається за допомогою комунікаційних процесів, що займають значну питому вагу в процесі управління підприємством. Організація комунікативних процесів на підприємстві обумовлює можливості ефективного використання інформаційного ресурсу в господарській діяльності підприємства.

Дослідження комунікативних процесів на підприємстві, сьогодні, є важливим науковим завданням, вирішення якого забезпечить створення передумов для більш ефективного менеджменту підприємства.

Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновки щодо переважного розгляду питань комунікацій в загально-теоретичному аспекті та недостатньому дослідженні питань організації комунікацій на виробничих підприємствах.

Комунікаційні процеси охоплюють всі сторони діяльності підприємства. На основі комунікацій приймаються управлінські рішення, забезпечується інформаційний обмін в результаті їх реалізації та контролю виконання управлінських рішень.

Як визначає Петькун С.М., комунікацію називають процесом, який поєднує частини підприємства в єдине ціле [1, С. 24]. Ефективна реалізація задач управління підприємством можлива лише за умов розуміння і узгодженості вихідної та вхідної управлінської інформації на всіх етапах управління.

Важливе значення при формуванні та використанні системи комунікацій на підприємстві має суб'єктивний фактор, що виражає здатність працівників до ефективних комунікацій, тобто комунікабельність персоналу. Тому при побудові системи комунікацій на підприємстві треба враховувати

комунікативну здатність персоналу.

Комунікативний процес на підприємстві характеризується як цілеспрямований обмін інформацією для вирішення певного управлінського завдання. Комунікації на підприємстві можуть розподілятися на внутрішньофірмові та спрямовані на зовнішнє середовище. Відповідно, від спрямованості комунікацій залежать способи та інструменти обміну інформацією. Крім того, сукупність комунікацій на підприємстві розподіляється на формалізовані, щодо яких встановлені чіткі процедури, та неформалізовані (неформальні), що здійснюються нерегламентованими керівництвом способами. Неформальні комунікації є досить поширеними на підприємстві та мають певні переваги, пов'язані із їх гнучкістю та оперативністю.

Важливу роль при організації системи комунікацій на підприємстві відіграє побудова елементу зворотного зв'язку, що дозволяє визначати відхилення між вхідною управлінською інформацією та інформацією про результати виконання поставленого керівником завдання.

До кола проблем побудови комунікацій можна віднести виникнення комунікативних бар'єрів, що створюють перешкоди при передаванні інформації в межах об'єкта управління. Комунікативні бар'єри можуть бути пов'язані із психологічними та розумовими особливостями процесу комунікацій, технічними перешкодами та іншими факторами. Своєчасне виявлення комунікативних бар'єрів та їх нівелювання є важливою складовою забезпечення ефективності комунікативної системи.

Бурхливий розвиток інформаційних технологій дозволяє використовувати новітні інноваційні інструменти оброблення та обміну інформацією на підприємстві, що значно підвищує якісні та кількісні характеристики системи комунікацій. Отже, система комунікацій на підприємстві повинна бути адаптивною, орієнтованою на безупинний розвиток із врахуванням зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання.

Широке використання сьогодні отримали автоматизовані системи обробки інформації – автоматизовані інформаційні системи, комплексне використання яких забезпечує формування єдиного інформаційного простору на підприємстві. Прискорення процесів обміну інформацією та її обробки дозволяє значно підвищити ефективність управління підприємством, знизить загальний рівень ризику господарської діяльності завдяки вирішенню проблеми недостатності інформації для прийняття управлінських рішень.

Таким чином, проблема управління комунікаціями на підприємстві має ключове значення для забезпечення всіх організаційних, виробничих процесів на підприємстві та ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Петькун С.М. Комунікація у процесі управління підприємством. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. №3(17). С. 24-31.

Мороз О. С.¹

¹к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні Запорізького Національного Університету, Україна

ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРСЬКОГО ПІДХОДУ НА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Однією із найбільш поширених з науково-практичної точки зору концепцій сучасного погляду на формування напрямів як загального, так і стратегічного та функціонального менеджменту є так звана концепція «зацікавлених сторін», або «стейкхолдерська теорія організації» (від англ. stakeholder - зацікавлена особа). Одним з фундаторів зазначеної концепції був Е. Фріман, який, визначаючи роль зацікавлених сторін у стратегічному управлінні, відзначав що як внутрішнє, так зовнішнє середовище будь-якої організаційної структури являє собою набір зацікавлених в її діяльності сторін, інтереси та вимоги яких менеджери цієї структури повинні приймати до уваги, враховувати в діяльності та/або безпосередньо виконувати [1]. Тобто, основою концептуального підходу стейкхолдерської теорії організації є те що бізнес не лише має брати на себе відповідальність за результати та наслідки своєї діяльності, а також мусить забезпечити усім зацікавленим в цій діяльності сторонам право бути почутими, надати їм можливість приймати участь у прийнятті рішень, які торкаються їх інтересів. Виходячи з цієї концепції, стейкхолдерами можна вважати усі групи фізичних та юридичних осіб, а також органів державного управління та місцевого самоврядування, профспілок та інших громадських і політичних об'єднань тощо, діяльність та внесок яких (праця, капітал, ресурси, ініціативи, купівельна спроможність, поширення інформації про компанію тощо) є чинником, що впливає як на умови функціонування та розвитку певної організаційної структури, так і на результати та наслідки її діяльності.

Під час визначення впливу стейкхолдерського підходу до управління людською складовою бізнесу (людськими ресурсами та людським капіталом, персоналом бізнесової структури та її кадровим складом) існує певна проблематика не тільки з точки зору налагодженні діалогу з боку бізнесу із стейкхолдерами, але також і з точки зору наявності теоретично-методичних рекомендацій щодо як врахування побажань стейкхолдерів у кадровій стратегії та HR-політиці, так і можливої оцінки результатів цієї співпраці для бізнесу в цілому та стейкхолдерів, зокрема. Тому дослідження проблематики

як стейкхолдерська теорія організації в цілому, так і стейкхолдерського підходу до управління людською складовою бізнесу, зокрема, є одним з найбільш актуальних напрямів досліджень в менеджменті.

Метою використання стейкхолдерського підходу до управління є залучення до інструментів досягнення стратегічних цілей бізнесу та формування нових конкурентних переваг, поряд із використанням основних ресурсів (матеріальних, людських, фінансових, інформаційних тощо) додаткового стратегічного ресурсу – *відносин*. В залежності від групи зацікавлених сторін будуть формуватися відповідні аспекти відносин, а саме: **а) інтровертний аспект відносин** (внутрішні зв'язки) – це значною мірою контрольована сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних актів взаємодії персоналу та акціонерів/власників підприємства, зумовлена внутрішніми комунікаціями, які характеризують наявні ключові можливості підприємства по досягненню встановлених цілей маркетингу відносин порівняно з конкурентами; **б) екстравертний аспект відносин** (зовнішні зв'язки) – це значною мірою неконтрольована сукупність актів взаємодії підприємства з партнерами і громадськістю, які характеризують готовність і здатність підприємства вступати з ними у відносини, впливати на них, підштовхувати до дій з метою досягнення бажаних цілей маркетингу відносин. [2].

Саме відносини є однією з визначальних рис здійснення управлінського впливу на людські ресурси, залучені до бізнесу, вимоги до яких не обмежуються лише кількісними та якісними характеристиками, а має суттєві особливості, які викликані тим, що об'єкти управління в даному випадку (працівники): **а)** мають різну (за індивідами, місцем та часом події) реакцію на однаковий управлінський вплив, при чому наявна реакція не завжди відображає їх реальне ставлення до події (впливу); **б)** мають свою власну (індивідуальну) точку зору на події, що відбуваються та ситуації, що склались. Така специфічність використання цього виду ресурсу викликає потребу в стейкхолдерському підході в та управлінні ним.

Отже, в якості висновку можна зазначити, що налагоджені взаємовідносини із стейкхолдерами дають змогу забезпечити стійкий розвиток підприємства та конкурентні переваги на довгострокову перспективу в тому числі як завдяки підвищенню довіри до підприємства (його іміджу та репутації) та завойовуванню більшої довіри як з боку контрагентів (постачальників, споживачів та партнерів) бізнесу, інших зацікавлених сторін тощо, так і залученню найбільш кваліфікованих кадрів з одночасним зміцненням взаємовідносин всередині організації та зовні та більш ефективному управлінню можливими конфліктами та ризиками тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Freeman E. Strategic Management: A stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984. 266 p.

2. Ковалевська А.В., Кусик Н.Л. Побудова моделі відносин взаємодії зі стейкхолдерами. URL:
<http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/19967/1/296-307.pdf>

Ніколаєнко Є.А.¹

¹аспірант Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні Запорізького Національного Університету, Україна

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

В умовах швидkozмінної реальності, неочікувані та безпрецедентні виклики, що виникли внаслідок повномасштабної війни з Росією, призвели до необхідності посилення динамізму бізнес-середовища з пошуку нових гнучких методів управління та організаційних структур виробничо-господарської діяльності підприємств [1, с. 164].

Проблемам щодо формування механізмів управління виробничо-господарською діяльністю підприємства в умовах військового часу та післявоєнної відбудови присвячено дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених: С.Шутяк, О.Яковенко, А.Полянська, В.Іванішин, Н.Блага, С.Судомир, В.Бліхар та інші. Вищезазначені дослідження дають можливість ретельно розглянути проблеми та питання стосовно управління виробничо-господарською діяльністю підприємства в умовах військового часу. Нажаль, поки що наробки науковців висвітлюють не всі аспекти управління підприємствами в сучасних умовах. Проте, незважаючи на велику науково-дослідну базу, присвячену теорії управління виробничо-господарською діяльністю підприємства, сьогодні не всі проблеми вирішені, деякі питання залишаються дискусійними, особливо в умовах військового часу та післявоєнної відбудови.

За висновками міжнародних експертів, управління ризиками в надзвичайних ситуаціях, якими є військові дії, «стає що раз складнішим завданням, з огляду на складність задіяних причинно-наслідкових зв'язків» [4, с. 240]. В Україні тривалий час зберігатимуться високі ризики як через невизначений характер розвитку війни (наразі ніхто не знає, коли і як закінчиться війна), так і через можливість відновлення воєнних конфліктів на території України до моменту створення якісно нової надійно функціонуючої колективної системи гарантування безпеки. Це стримуватиме вільний притік капіталу в українську економіку [6, с. 141].

Війна обмежила потенціал частини традиційних та нових можливостей в системі управління виробничо-господарською діяльністю підприємства [3, с. 193]. Пошук інноваційних механізмів управління

виробничо-господарською діяльністю підприємства повинен ґрунтуватися на підвищенні інноваційної активності підприємства, фінансовому стимулюванні співпраці з науково-дослідницькими установами та закладами вищої освіти та участі у програмах ЄС [5, с. 12].

Таким чином, система управління виробничо-господарською діяльністю як складний соціально-економічний та фінансовий механізм виявляє закономірну взаємозалежність між змінними – інноваційно-технологічним, економічним потенціалом підприємства, у результаті чого відбувається кардинальна перебудова за рахунок нових трансформацій [2, с. 17]. Воєнні виклики, на які керівництву підприємств необхідно дати відповідь у найближчий час: повна або часткова зупинка або банкрутство комерційних компаній через зруйновані потужності, втрату та звуження ринку збуту в Україні, а також за її межами, невиконані зовнішні контракти, в тому числі через валютні обмеження; високий рівень безробіття, масовий відтік кадрів за межі країни та ризик неповернення значної частини громадян України, які виїхали за кордон в пошуках тимчасового притулку від збройної агресії; зміна балансуючої сили за регіонами; заблоковані порти й вузька логістика, що й надалі стримуватимуть розвиток експорту; руйнування ланцюгів постачання сировини та готової продукції; зниження активності банків та заморожування інвестиційних проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України. *Матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю* (Тернопіль, 2022 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 571 с.
2. Діяльність вітчизняних підприємств під час війни в Україні: дослідження реального стану та потреб. Публікацію розроблено Центром ресурсу ефективного та чистого виробництва за результатами опитування, виконаного у липні 2022 року. URL: http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National_businesses_during_war_2022.pdf.
3. Krainik O., Sergienko T. Directions of industrial management efficiency improving with use of information resources. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць*, Вип. 75 / Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запорізь. держ. інж. акад. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2018. С. 193–204.
4. Менеджмент і безпека в умовах війни: теоретичні та прикладні аспекти. *Матеріали-науково-практичної інтернет-конференції* (м. Львів, 13 травня 2022 року) / упоряд. В. С. Бліхар. Львів: ДУВС, 2022. 348 с.
5. Шутяк С. Як буде відбудовуватись Україна? Від знання про ризики до сталого відновлення. URL: <http://r2p.org.ua/vid-znannya-pro-ryzyky-do>

stalogo vidnovlennya/

6. Яковенко О. І. Актуальні питання управління діяльністю вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання. *Причерноморські економічні студії*. 2022. Випуск 76. С. 140-145.

Оглобліна В.О.¹, Павелко О.Д.²

¹ к.е.н., доц., доцент кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

² здобувач вищої освіти, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету, Україна

СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах ринкової економіки однією із найважливіших проблем, пов'язаних із забезпеченням ефективного функціонування і постійного розвитку підприємств визнається проблема управління персоналом. На сьогодні багато керівників вітчизняних підприємств недооцінюють значення нових підходів, методів і технологій в управлінні персоналом, що притаманні сучасному менеджменту та активно використовуються за кордоном.

На сьогодні сформувалися дві основні групи принципів управління персоналом, які тісно взаємопов'язані, а їх дотримання та раціональне використання дають змогу сформувати ефективну систему управління персоналом підприємства, а саме:

– принципи, які характеризують вимоги до становлення системи управління персоналом підприємства;

– принципи, які визначають напрями розвитку системи управління персоналом підприємства» [1].

Зазначені групи принципів побудови системи управління персоналом відбивають об'єктивно діючі закони і закономірності. Використання зазначених принципів керівниками підрозділів управління персоналом на підприємствах дозволить значною мірою підвищити ефективність його використання.

На нашу думку, під системою управління персоналом підприємства слід розуміти сукупність взаємопов'язаних елементів, в рамках яких реалізуються функції управління персоналом відповідно до визначених цілей, завдань і основних напрямків діяльності підприємства.

Цілі формування і функціонування системи управління персоналом можуть відрізнятися залежно від напрямку управлінського впливу, впливу зовнішнього і внутрішнього середовища, умов і рівня розвитку підприємства, а головне – вони повинні відповідати загальним цілям і стратегії розвитку

підприємства в цілому.

Щоб адаптуватися до умов ринку, який динамічно розвивається, потрібно здійснювати перехід від традиційного управління персоналом до концепції сучасного управління персоналом. Традиційні системи управління були відповіддю на стандартну технологію та незмінне зовнішнє середовище, нові ж системи управління персоналом — це відповідь на швидкі зміни, на постійне вдосконалення технологій виробництва та турбулентність зовнішнього середовища. Засади формування відповідних систем суттєво відрізняються одна від одної, при цьому організація управління персоналом підприємства в ринкових умовах господарювання вимагає цілеспрямованої адаптації сучасним правилам ринкової гри, і тільки адаптація допоможе підприємству вижити та успішно розвиватись в оглядному майбутньому.

Сучасний підхід до організації управління персоналом являє собою збалансоване поєднання людських цінностей, організаційних перетворень та постійної адаптації до змін зовнішнього середовища».

Сучасна система управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та використання власного досвіду, включає такі підсистеми: аналіз та планування персоналу; підбір та наймання персоналу; облік персоналу підприємства; періодична оцінка персоналу; організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу; атестація і ротация кадрів; управління оплатою праці, стимулювання та мотивація персоналу; організація трудових відносин на підприємстві та створення умов праці; кадрова безпека [2].

Таким чином, ефективність загального менеджменту і всієї діяльності підприємства на пряму залежить від якості управління персоналом. Вдало сформована система управління персоналом на пряму впливає на ефективність функціонування підприємства. Роль системи управління персоналом підвищується ще й тому, що в теперішніх складних економічних умовах країни та глобалізації економіки керівники підприємства повинні приймати якнайшвидше ефективні управлінські рішення, щоб залишатися конкурентоздатними на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шаповал О.А., Таранічев С.Л. Теоретичні аспекти управління кадровою політикою підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 27. Ч. 2. С. 97-100.
2. Сільченко І.А. Особливості сучасних систем управління персоналом та їх ефективність. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 1 (33). С. 91-95.

Савків У. С.¹, Сидор Г. В.²

¹к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

²к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування імені С. Юрія Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЯКОСТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРА

Функціонування суб'єкта господарювання в умовах соціально-орієнтованої економіки, жорсткої конкуренції та цифровізації змінює підходи до мети та завдань бухгалтерського обліку, які має виконати професійний бухгалтер. Зокрема, вони вимагають поєднання принципів ринкової економіки та соціальної відповідальності. З огляду на це облікова інформація має бути повною, достовірною та якісною, відповідно бухгалтер має дбати, щоб вона задовольняла потреби користувачів та відповідала інтересам суспільства.

Сьогодні бухгалтер належить до певної професійної групи, яка наділена соціальною значимістю, адже облікова інформація, сформована системою бухгалтерського обліку та узагальнена у фінансовій звітності, – це найважливіше джерело інформації про підприємство для системи управління й суспільних інтересів. Фінансова звітність забезпечує процес взаємозв'язку суб'єкта господарювання та зовнішнього середовища. Тому для встановлення відповідності між принципами ринкової кон'юнктури та інформаційними запитами користувачів звітності потрібно обов'язково застосовувати прогресивні положення, практику та зарубіжний досвід [4].

Для розробки формування інформації необхідно створити належні умови забезпечення її якісних характеристик. Відповідно звітність має складатися не лише з урахуванням інтересів користувачів, а й з дотриманням норм та принципів законодавства.

У багатьох країнах світу, незалежно від особливостей законодавчої бази та ступеня економічного розвитку, у системі менеджменту все ще немає ефективних засобів, щоби подолати маніпуляції в бухгалтерському обліку. Тому для покращення якості фінансової звітності, яка є завершальним етапом облікового процесу, необхідно визначити нові форми й методи боротьби з фінансовими маніпуляціями. Фінансові зловживання останнього десятиріччя знизили довіру до якості фінансової інформації та сформували новий напрям соціально орієнтованого обліку, за основу якого взято етичну складову бухгалтерської професії. Відповідно функціональні характеристики облікової інформації все частіше доповнюються нормами професійної етики.

Сьогодні очевидно, що жодні облікові стандарти не гарантують якості

фінансової звітності, якщо виконавець, відповідальний за її формування, не буде практикувати етичні засади. Вважаємо, що саме етика професійного бухгалтера – це вирішальна складова якості облікової інформації на усіх стадіях бухгалтерського процесу. З огляду на це актуальним є питання щодо підвищення якості фінансової звітності через застосування етичних норм.

У науковій літературі автори по-різному визначають вплив факторів на якість облікової інформації. Так, К. Є. Нагірська вважає, що на якість інформації впливають такі фактори: економічні, технологічні, технічні, національні, політичні та соціальні [2].

Науковці І. І. Руденко та О. О. Лаврова виокремлюють такі фактори, як: інтереси, інтелектуальні здібності, професійні навички, риси характеру, система цінностей, рівень культури [3].

Л. В. Чижевська дослідила причини кризи етичних норм у процесі ведення бухгалтерського обліку і до них віднесла такі: послаблення державного регулювання; втрата консенсусу в суспільстві щодо переліку етичних стандартів; зменшення рівня впливу культури; недоліки системи освіти [5, с. 196].

Міжнародна федерація бухгалтерів (МФБ) висловила думку, що в кожній країні потрібно формувати етичні вимоги та враховувати національні розбіжності в культурі, законодавстві, а також соціальну складову.

Згідно з Міжнародним кодексом професійної етики визначено п'ять основоположних принципів етики професійних бухгалтерів [1]:

- чесність (відвертість, правдивість у професійних та ділових відносинах);

- об'єктивність (не ставити під загрозу професійні чи ділові судження, які можуть виникати через упередженість, конфлікт інтересів, вплив інших осіб);

- професійна компетентність та належна ретельність (досягнення й підтримка відповідного рівня професійних знань та навичок, які необхідні для надання компетентних професійних послуг відповідно до законодавства; сумлінна діяльність на основі технічних і професійних стандартів);

- конфіденційність (забезпечення конфіденційності інформації, отриманої в результаті професійних та ділових відносин);

- професійна поведінка (дотримання вимог законодавчих, нормативних актів та уникнення поведінки, що може дискредитувати професію).

Професійний бухгалтер повинен дотримуватися всіх основоположних принципів, що встановлюють стандарт поведінки, який її очікують від нього в системі суспільних відносин.

Характерна особливість професії бухгалтера – це усвідомлення відповідальності. Згідно з Кодексом професійної етики відповідальність професійного бухгалтера «полягає не лише у задоволенні потреб окремого

клієнта чи роботодавця», а й у врахуванні суспільних інтересів [1].

Бухгалтер не лише фіксує дані бухгалтерського обліку, а й застосовує певні механізми та методики, формує причинно-наслідкові зв'язки в процесі здійснення операцій підприємства, які впливають на систему суспільних відносин. Відповідно професійний бухгалтер несе суспільну відповідальність на основі зафіксованих фактів господарського життя.

Показники фінансової звітності формуються на підставі бухгалтерського обліку. Недостатній рівень методологічного забезпечення, спираючись на експертні судження під час визначення показників може спричинити викривлення звітної інформації. Суб'єкти господарювання незалежні щодо вибору критеріїв звітності, що дає їм змогу розкривати у звітах корисну для себе інформацію та уникати тієї, що може засвідчити негативну динаміку діяльності. У зв'язку з цим облікова інформація повинна містити визначені дані для зацікавлених осіб, але користувача переважно цікавить не достовірність інформації, а її корисність. Крім цього, професійний бухгалтер залежний від керівника підприємства, але повинен відображати інформацію за правилами, визначеними у суспільстві.

Наявний конфлікт варто розглядати, взявши до уваги подвійну відповідальність бухгалтера перед суспільством: юридичну та соціальну. Перша – впливає із необхідності дотримуватись законів та норм у країні, де функціонує суб'єкт господарювання. Друга – заснована на добровільному реагуванні бухгалтера на соціальні потреби.

Ієрархічну структуру відповідальності можна розглядати на таких рівнях: вищий рівень – це соціальний, другий – індивідуальний, що має два типи відповідальності: зовнішню та внутрішню.

Зовнішня складова відповідальності реалізується на основі правової і професійної відповідальності, а внутрішня – у формі етичної та моральної компонент. Тому тільки за допомогою державного регулювання та примусу доволі важко досягнути якості фінансової звітності.

Бухгалтер підприємства законодавчо відповідальний перед державними органами за достовірне ведення бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності. Незаконні облікові та звітні бухгалтерські операції, якщо такі відомі в системі обліку, зумовлюють розвиток тіньового сектору економіки. Тому важливо, щоби припущення бухгалтера не впливали на якість облікової інформації. Спрогнозувати всі ситуації, які можуть становити загрозу для дотримання фундаментальних принципів Кодексу етики професійного бухгалтера, неможливо. У Кодексі етики професійних бухгалтерів наведено типи загроз, що можуть призвести до недотримання етичних принципів: загроза власної оцінки та інтересу; загроза захисту; загроза особистих стосунків; загроза тиску [1]. Зловживання професійним судженням бухгалтера потрібно коригувати за допомогою правил, що

сприятимуть зменшенню необхідності застосовувати професійне судження та контролем за дотриманням обраної облікової політики.

Іноді викривлення облікової інформації можуть відбуватись неспівомо, внаслідок нерозуміння чинного законодавства, теорії та практики ведення бухгалтерського обліку або можуть бути спровоковані помилками в організації системи обліку на підприємстві. Тому надійність бухгалтерської та звітної інформації базується на кваліфікації бухгалтерського персоналу. Застосування Кодексу етики професійних бухгалтерів сприятиме цьому.

Підвищення рівня свідомості бухгалтерських працівників забезпечить виконання вимог закону не з примусу, а з власного бажання. У зв'язку з цим насамперед загальнодержавні дії мають бути спрямовані на підвищення національної свідомості громадян, формування моральних та етичних принципів для всього суспільства через правові норми, системи освіти на усіх рівнях. Важливим інструментом має бути професійна освіта майбутніх бухгалтерів. Саме на цьому рівні потрібно прищеплювати всі етично-правові й соціальні норми поведінки.

На рівні суб'єкта господарювання варто чітко сформулювати принципи облікової політики до відповідного рівня кваліфікації бухгалтерського персоналу та якості організації облікової роботи на підприємстві, а також забезпечити підвищення кваліфікації бухгалтерів, прописати етичні норми в Положенні про бухгалтерську службу та в посадовій інструкції бухгалтера, розширити систему внутрішньогосподарського контролю та аудиту.

Запропоновані заходи потрібно проводити комплексно на усіх рівнях. Це дасть змогу забезпечити можливість дотримання бухгалтером фундаментальних принципів, визначених Кодексом етики професійних бухгалтерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міжнародний кодекс етики професійних бухгалтерів. IFAC, 2018. URL : <http://surl.li/cohwo>
2. Нагірська К. Є. Філософська природа якості облікової інформації. Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні : матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Тернопіль, 11 трав. 2016 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2016. С. 160–161.
3. Руденко І. І., Лаврова О. О. Етичні аспекти обліку та аудиту. Фінансовий простір. 2013. № 2 (10). URL : <http://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1302/13r1ieao.pdf>
4. Савків У. С., Григорів О. О., Магас І. І. Сутність та призначення фінансової звітності підприємства. Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції : зб. тез VI Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Дубляни). Дубляни, 2022. С. 156 –158.

5. Чижевська Л. В. Бухгалтерський облік як професійна діяльність: теорія, організація, прогноз розвитку : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2007. 528 с.

Сергієнко Т.І.¹, Свічкач О.В.²

¹к.політ.н., доц., доцент Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, Україна

²здобувач вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сучасні реалії свідчать, що в умовах воєнного стану управління персоналом є одним із найважливіших напрямів підвищення ефективності функціонування промислових підприємств. Для ефективної роботи система управління персоналом повинна містити оптимальні методи і технології, які відповідають покладеним в її основу принципам. Відомо, що проектування системи управління персоналом має починатися з формування концепції управління, побудови її моделі, а також розробки відповідної стратегії [22, с. 30]. Найбільш відкриті до впровадження інновацій технології управління персоналом об'єднані в блоки, які виконують певні функції: підсистема кадрового планування, яка виконує попередні дії для створення системи інноваційної діяльності (функції розробки кадрової політики, аналізу потенціалу персоналу, ринку праці та прогнозування потреби в кадрах); підсистема розвитку персоналу (навчання, перепідготовка та підвищення кваліфікації, призначення на посади, адаптація нових працівників, оцінка кандидатів на вакантні посади, періодична оцінка персоналу, здійснення ділової кар'єри та професійного просування, організація роботи з кадровим резервом) [4, с. 315]; підсистема мотивації та стимулювання персоналу (нормативні функції, ціноутворення процесу праці, розвиток систем оплати праці, матеріальне, грошове та моральне стимулювання); підсистема організації інноваційної діяльності персоналу (встановлення взаємозв'язків, розподіл функцій між працівниками, які займаються інноваційною діяльністю, розвиток спеціальних приладо-технологічних знань, технологій спільної праці, які можуть бути включені в інноваційну діяльність) [1, с. 23].

Події які відбулись 24 лютого 2022 року актуалізували питання які потребують перегляду кадрової політики на предмет збереження/утримання персоналу, а також підтримання продуктивності працівників та забезпечення безпеки. З цією метою доцільно скоригувати стратегію управління персоналом, яка має бути зосереджена на огляді навантаження на промисловому підприємстві. Що, в свою чергу, зумовлює необхідність формування нових цілей і завдань для працівників, з можливістю ротації

персоналу, який виконував функції, навантаження на які значно зменшилось.

Отже, все це потребує застосування інноваційних технологій системи управління персоналом на відповідній основі з урахуванням реалій сьогодення. Під кадровою технологією, відповідно до загальнонаукових положень, розуміють механізм взаємодії керівників усіх рівнів управління зі своїм персоналом з метою найбільш повного й ефективного використання наявних у виробництві обмежених економічних ресурсів, насамперед робочої сили, робочої сили. потенціал усіх категорій працівників [3, с .163].

Підсумовуючи, слід зазначити, що під особливістю управління персоналом промислового підприємства слід розуміти нову філософію управління, яка передбачає переосмислення ролі підприємства в соціально-економічному розвитку, високий рівень відповідальності в економіці, навколишньому середовищі та соціальній сфері. Також зауважимо, що будь-яка управлінська діяльність складається з таких етапів, як: отримання та аналіз інформації; прийняття рішень; організація та виконання рішень; контроль, оцінка отриманих результатів, внесення коректив у ході подальшої діяльності; винагорода чи покарання виконавців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Крайнік О.М, Сергієнко Т.І. Підвищення ефективності системи менеджменту в сучасних умовах. *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, обліку, фінансів та права в Україні та світі: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції* (Полтава, 23 січня 2020 р.): у 6 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. С. 23-24.
2. Крайнік О.М, Сергієнко Т.І. Сучасний вектор розвитку управління людськими ресурсами на підприємстві. *Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права в сучасних умовах: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції* (Полтава, 1 червня 2019 р.): у 7 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 1. С. 29-31.
3. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Менеджмент сталого розвитку промислового підприємства. *Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика: колективна монографія* / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 146-196
4. Сергієнко Т.І. Підвищення ефективності використання кадрового потенціалу на рівні підприємства за стейкхолдер-підходом. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 13-14 травня 2021 року [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 314-316.

Tkachenko A.M.¹, Sevastyanov R.V.²

¹Doctor of Economic Science, Professor, National University “Zaporizhzhia Polytechnic”, Ukraine

²PhD in Doctor of Economic Science, Associate professor Sevastyanov R.V., National University «Zaporizhzhia Polytechnic», Ukraine

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC SERVICES OF THE SMART CITY

A smart city should create comfort for its residents. An important component of a smart city is the collection and processing of big data. This allows municipal services to improve the quality of life of the population in such areas as security, transportation, medical services, utilities, landscaping, etc. The data sources are video cameras, various sensors, sensors, and information systems that are implemented in everyday life. The cities with developed smart infrastructure include Amsterdam, Barcelona, Vienna, Hong Kong, Dubai, London, New York, Reykjavik, Singapore. In Ukraine, the most developed smart cities include Kyiv, Lviv, Kharkiv, and Odesa.

The city of Zaporizhzhia lags behind the above-mentioned Ukrainian cities and has development plans in the areas of clean energy, economic and environmental development. The Zaporizhzhia Development Strategy until 2028 identifies the following key areas:

- city of healthy environment and resource saving;
- city of entrepreneurship and creative economy;
- city of comfortable, safe and creative urbanism;
- city of high quality of life.

In Zaporizhzhia, the city’s key environmental and resource conservation goals include increasing the share of waste recycling, reducing air pollution in the city, and reducing water use by industrial enterprises. The smart economy area includes the development of processing industries and logistics with a low technogenic impact on the environment, reduction of emissions and introduction of environmental technologies. To develop the smart economy in Zaporizhzhia, the city is gradually commercializing science, holding art projects and festivals, increasing the number of coworking spaces, and popularizing IT technologies. To develop a safe and creative city, a new terminal has been built to increase the capacity of Zaporizhzhia airport, modern models of municipal transport have been purchased, and city bridge networks are being developed. Sidewalks and bicycle paths are being built and reconstructed, and the urban environment and proactive marketing of the city are being developed. To improve the quality of life of residents, the Zaporizhzhia City Development Strategy until 2028 proposes the development of educational space, health care and social protection systems, and the development of electronic resources for citizens. These electronic resources are available on the website of Zaporizhzhia City Council. In the city of Zaporizhzhia,

electronic services are being developed to improve the further comfort of citizens. In the field of transportation, the EasyWay and Waze services operate. The EasyWay service allows you to track the movement of public transport on the city map in real time and see the schedule of its arrival at the bus stop. The Waze online application helps to monitor the situation on the roads and choose the best route to get to the right place faster. The development of smart city services in Zaporizhzhia will speed up management decision-making, save budget funds, and improve the provision of information services to citizens and businesses.

The study conducted by the authors shows the gradual development of electronic smart services in Zaporizhzhia. There are services that have not yet been implemented. The relevance of certain services has increased significantly under martial law. In modern conditions, the number of residents in Ukrainian cities is changing due to migration and temporary relocation of the population. To improve the quality of electronic services, it is important to analyze open data and make decisions to improve smart services. The goal of the Zaporizhzhia City Development Strategy until 2028 is to solve local development problems, primarily to restore and preserve the city's environment, make it safe for life, increase the competitiveness of the economy, develop tourism, and improve the quality of life of residents by attracting investment and uniting the community around the idea of sustainable development of the city. In Zaporizhzhia, the use of electronic services allows for the use of information technology for the efficient functioning of the city's infrastructure.

The concept of a "smart city" contributes to the efficient functioning of modern cities, taking into account the needs of their residents. The authors propose to consider a smart city as an innovative system that uses sensors, the Internet of Things (IoT), networks, and big data to increase the competitiveness and efficiency of urban services. Sustainable development of a smart city should take into account economic, social and environmental aspects. A smart city must also ensure that it meets the needs of current and future generations. The development of smart cities should include the integration and coordination of services in cities and the possibility of remote participation of citizens in city management.

Федорова Ю.¹, Мікуш Ю.², Голієнка М.³

¹ канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри стратегії та підприємництва, Університет ім. Коменського в Братиславі, Словачія

² канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри стратегії та підприємництва, Університет ім. Коменського в Братиславі, Словачія

³ канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри стратегії та підприємництва, Університет ім. Коменського в Братиславі, Словачія

РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЄКТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Емоційний інтелект (ЕІ) є частиною людського капіталу та максимально проявляється у кооперації працівників. Працівники з високим рівнем ЕІ приємні у спілкуванні, чуйні до інших, готові до співпраці, легко розуміються з людьми та швидко досягають намічених цілей. ЕІ впливає не лише на психічний стан, здоров'я людини, але й призводить до позитивних фінансових результатів. Завдяки розвиненому ЕІ працівники підвищують ефективність та продуктивність праці у всіх сферах, де йдеться про спілкування та спільну діяльність. Маркетологи збільшують обсяги продажів, менеджери мають більше успішних перемовин та довгострокових контрактів. В такий спосіб, використання ЕІ призводить до отримання Емоційного капіталу. Під Емоційним капіталом ми розуміємо додатковий прихований капітал компанії, що є результатом використання ЕІ персоналу та призводить до перевищення ринкової вартості компанії над сумою вартості її необоротних та оборотних активів [1]. Емоційний капітал не є адитивним показником, він носить синергетичну природу. Відповідно, поєднання потенціалів членів команди може призводити до максимального синергетичного ефекту.

ЕІ має позитивний вплив на згуртованість та успіх проектних команд. Здатність розуміти та керувати емоціями посилює цілеспрямованість проектних команд у досягненні важливих завдань та рішеннях [2]. ЕІ проектних менеджерів впливає на виконання проекту через посередницький ефект прихильності до проекту [3].

Однією з головних умов отримання максимального ефекту від колаборації членів команди є наявність високого ЕІ. Лише за умови добре розвинених складових ЕІ, а саме: самоусвідомлення, самоменеджменту, соціального розуміння та управління стосунками, можна очікувати ефективної колаборації, швидкого досягнення поставлених цілей. ЕІ є компетенцією, яка дозволяє команді сконцентрувати увагу та зусилля на досягнення загальних цілей. Саме високий рівень ЕІ перебарчає запобігання втрати енергії, ентузіазму та часу. Тому при формуванні проектної команди важливим кроком є оцінка ЕІ кожного з учасників.

Для вимірювання ЕІ у бізнес середовищі досить зручним є тест

«Емоційний інтелект у бізнесі» [4]. Тест створено в результаті обробки даних у програмах MS Excel, SPSS, STATISTICA, FACTOR, R-Studio. Тест є валідованим, надійним. Тест «Емоційний інтелект у бізнесі» побудовано відповідно до компетентностей 4-компонентної інструментальної моделі для розвитку ЕІ у бізнес середовищі (4ЕІ Моделі) [4], рис.1. Він передбачає оцінювання за 10-бальною системою чотирьох складових ЕІ: самоусвідомлення, самоменеджменту, соціального розуміння та управління стосунками. Його перевагою є зручність та наочність результатів. Графічним відображенням результатів є Профіль ЕІ, рис.1.

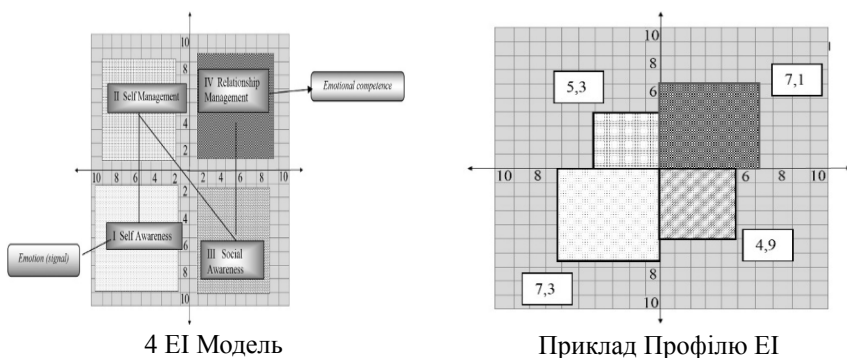


Рис. 1 4 ЕІ Модель та приклад Профілю ЕІ

Високий рівень ЕІ членів проектної команди є запорукою успіху співпраці та колаборації. ЕІ дозволяє поєднувати відмінності учасників команди завдяки довірі, відкритості, активному обміну ідеями та інформацією. Підвищення ЕІ членів команди завдяки навчанню та тренінгам є перспективним напрямком у проектному менеджменті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Федорова Ю. (2020). Емоційний капітал менеджера як джерело доходів підприємства. *Науковий погляд: економіка та управління*, 2 (68), 164-170. http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2_68_2020/31.pdf
2. Santo, P., Carvalho, H., Guimarães, A. & Marques, A. (2021). The Effects of the Project Manager's Emotional Intelligence on Project Success. *16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), Chaves, Portugal, 1-6*. doi: 10.23919/CISTI52073.2021.9476544
3. Zhu, F., Wang, X., Wang, L. & Miao Yu.M (2021) Project manager's emotional intelligence and project performance: The mediating role of project commitment. *International Journal of Project Management*, 39(7), 788-798. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2021.08.002>

4. Mikuš, J., Pilková A., Fedorova, Y. & Btytan Y. (2022). Model for the emotional intelligence's development in entrepreneurship. *The Poprad Economic and Management Forum 2022. ISBN 978-80-561-0995-3. Poprad: VERBUM, 402–409.* <https://www.pemf-conference.com/publishing/>

Чернова І.В.¹, Оліхова О.А.²

¹к.ф.н, доц. кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

Глобалізаційні процеси у світовій економіці суттєво вплинули на зміну ролі та вимог до управлінців різного штибу. У вітчизняному, та й у світовому, контексті суттєвим чинником зміни парадигми управління стала війна РФ в Україні. З огляду на сукупність зазначених умов роль менеджера розширилася і набула глибокого змісту в різних аспектах

До переліку компетентностей сучасного фахівця в галузі управління крім володіння всіма технічними аспектами діяльності додалася потреба у виняткових соціально-психологічних навичках. Особливі вимоги висуваються і до керівників вищої ланки.

Питаннями аналізу особистісних якостей, які впливають на управлінську ефективність, займалися фахівці в галузі теорії управління, психологічних аспектів теорії особистості: Орбан-Лембрик Л.Е., Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянська Є.В. та ін.[2, 5].

У вітчизняній психології соціально-психологічний клімат досліджували: В.В. Бойко, Н. В. Гришина, А. А. Єршов, А. Г. Ковальов, В. С. Кузьмін, Г. Л. Моченов, М. М. Ночевнік, В. М. Панфьоров, Б. Д. Паригін, К. К. Платонов, С. К. Рошин, В. Ф. Рубахін, Г. П. Смолян, А. В. Філіппов та ін[1, 3, 4, 6].

В окреслених дослідженнях представлені авторські підходи та методи вивчення функцій керівника у створенні морально-психологічного клімату в сучасному колективі установи з огляду на нові економічні відносини.

Науково-практичні розробки зазначеної проблеми ґрунтуються на здобутках зарубіжних і вітчизняних вчених-психологів, які пропонують універсальну модель керівника, що складається з біографічних характеристик (рівень освіти, «психологічний вік» тощо); набору здібностей (вміння, знання, інтелект, компетентність, інформованість) та особистісних якостей(схильність до лідерства, стресостійкість, вміння йти до мети,

креативність, відповідальність тощо). Ця модель належним чином обґрунтована у працях М. Шоу.

В узагальненому вигляді набір якостей, якими мають бути наділені сучасні управлінці, складається з: особистісного та службового авторитету, стійкості до швидких мін та різного роду обставин, вміння визнавати власні помилки, здатністю вести за собою, надихати інших, оперативно приймати рішення, бути емоційно чутливим, ініціативність, емпатія, комплекс спеціальних знань галузі та управління, умінням йти на компроміс тощо.

Попри всебічну розробку проблеми, окремі аспекти соціально-психологічного характеру менеджера потребують уточнення та розробки способів діагностики.

До соціально-психологічних характеристики зазвичай відносять: вміння ефективно комунікувати, здатність до командної роботи, обізнаність з основами конфліктології, що допомагає вирішувати конфлікти, наявність високого рівня емоційного інтелекту, інноваційне мислення тощо на доповнення своїх професійних компетенцій. Оптимальне поєднання різнобічних характеристик забезпечує успішність сучасної ділової людини.

Комунікативні навички – потреба будь-якої ділової людини, проте для менеджерів ця риса стає життєво необхідною, оскільки їм доводиться переважну частину свого часу приділяти спілкуванню з широкою аудиторією: працівники підприємства, керівники різних ланок, клієнти постачальники, потенційні клієнти та інвестори та ін. Основою комунікативної компетентності є високий рівень володіння навичками усного та письмового спілкування, активного слухання та емпатії. Це дозволяє будувати та систематично підтримувати тісні взаємини з цільовою аудиторією.

Жоден управлінець не зможе самостійно виконувати важливу роботу, реалізовувати проекти, тому потребує вміння працювати в команді, оперативно та ефективно реагувати на конфліктні ситуації. А, зважаючи на реалії воєнного часу, сучасний керівник повинен набути навичок психологічної допомоги та корекції.

У складних політичних та соціально-психологічних умовах все складніше надихати та мотивувати свою команду, тому шляхи та форми роботи над спільним досягнення мети потребують урізноманітнення та удосконалення.

Численні наукові розробки акцентують увагу на потужному впливові емоційного різноманіття на особистісний розвиток загалом та соціальні успіхи особистості, зокрема. Успішних менеджерів вирізняє специфічний спосіб мислення, спілкування та моделей поведінки. В результаті комплексного вивчення впливу емоцій на інтелектуальну діяльність та досягнення виникла теорія диференціальних емоцій, за якою афекти та емоції формують фундаментальні структури свідомості. Зважаючи на новітні

дослідження до соціально-психологічних характеристик управлінця належить емоційним інтелектом. Саме EQ дозволяє диференціювати власні емоції та продуктивно управляти ними та емоціями інших людей. Лише за умови володіння емоційним інтелектом можна ефективно будувати відносини з колективом, вирішувати конфлікти та приймати обґрунтовані рішення.

Важливо для сучасного менеджера мислити, орієнтуючись на розвиток та адаптацію до нових ситуацій. Сучасне (інноваційне мислення) скеровується на активізацію інноваційної діяльності, стійкість до викликів та невдач потребує оптимістичного сприйняття, а в поєднанні ці важливі якості забезпечать авторитет та посилять впевненість працівників у важливості та перспективності власної роботи.

Існує також ціла низка соціальних та психологічних навичок, які суттєво можуть доповнити модель сучасного успішного керівника. Зокрема до таких специфічних якостей можна віднести автентичність, креативність, візіонерство, рішучість та здатність до ризику.

Візія чіткої дорожньої карти для досягнення остаточної мети дозволяє переконатися в правильності обраного шляху, своєчасно скоригувати напрям та інтенсивність руху до неї, зацікавити та переконати учасників виробничого процесу, чітко та переконливо донести стратегію розвитку організації.

У сучасному динамічному світу вкрай важливо не упустити шанс, тому рішучість, яка дозволяє швидко та ефективно приймати обґрунтовані рішення, підкріплена наявною інформацією та інтуїцією, може стати запорукою успіху та процвітання на тривалий період.

Жодна людина не здатна об'єднати прихильників не будучи автентичною та справжньою. Як переконую світовий досвід успішних людей, довіра в команді вибудовується узгодженістю власних вчинків з декларованими цінностями.

Відмінність соціально-психологічних особливостей управлінця і звичайного виконавця лежить в площині креативності, вміння нестандартно мислити, генерувати та втілювати нові ідеї, швидко адаптуватися до змін. Ці аспекти іноді можуть мати визначальну роль для забезпечення успішності розвитку організації.

Актуальною здібністю менеджера у швидкоплинному конкурентному середовищі є відкритість до переосмислення власної місії, місії організації, системи цінностей, сповідуваних компанією, та пошуки нових бізнес-моделей а точок зростання. Готовність до трансформаційного перетворення власної організації покладена в основу стратегічного розвитку. Базові вміння розробляти та втілювати довгострокову стратегію згідно з метою та і завданням організації повинні доповнюватися принципово новими знаннями, новими вміннями, започаткуванням нових традицій та здатністю використати

ймовірні лише за нових умов ресурси, потенціал яких спрямований у майбутнє..

Отже, соціально-психологічний портрет сучасного менеджера є складним і багатоаспектним. Реалії соціально-економічного життя доводять, що управлінець нового часу формується в результаті розвитку та систематичного вдосконалення виняткових соціальних та психологічних компетентностей, а успішність підприємства чи керівника напряму зумовлюється окресленими характеристиками та якостями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базаров Т. Ю., Долгополова О. А. Психологічні аспекти управління персоналом у системі державної служби: Навчальний посібник. Волгоград: Вид-во ВАГС, 2002. 224 с.
2. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянська Є.В. Психологія управління.- Харків, Титул 2007. 532 с.
3. Бойко В. В., Ковальов А. Г., Панфьоров В. Н. Соціально-психологічний клімат колективу й особистість. М.: Думка, 1983. 207 с.
4. Особистість у загально-психологічній теорії діяльності О. Леонтєва // Психолог № 8, 2003 р. – С. 10–31.
5. Психологія управління: Навчальний посібник / Орбан-Лембрик Л.Е. - К.: Академвидав, 2003.- 567 с
6. Рибалка В.В. Теорії особистості у вітчизняній психології та педагогіці: навч.посіб. / В.В. Рибалка. – Одеса: Букаєв В.В., 2009. – 575 с.

СЕКЦІЯ 6 «ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ESG-ІНТЕГРАЦІЇ»

Лівощко Т.В.¹,

¹к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЗВІТ ПРО ПРИБУТКИ І ЗБИТКИ КОМПАНІЇ КРАЇН ЄВРОСОЮЗУ ЗА НОРМАМИ ДИРЕКТИВИ 2013/34/ЄС

На сучасному етапі розвитку економічних відносин, пов'язаних з інтеграційними процесами локальних підприємств зі світовим співтовариством, особливої актуальності набуває процес формування обліково-аналітичної інформації, придатної для прийняття ефективних та якісних управлінських рішень, як на короткостроковий період, так і на довгострокову перспективу. Інтегровану звітність експерти різних країн часто називають інформацією зі стійкого розвитку. Тобто, інтегрована звітність відображає стан корпоративної соціальної відповідальності компанії, а також поряд з традиційними фінансово-економічними показниками, слугує інформаційною основою для діалогу зі стейкхолдерами, підготовки матеріалів на вимоги регуляторів та бірж. В останньому контексті інтегрована звітність може розглядатись як підґрунтя для розвитку практик відповідального інвестування та джерелом даних щодо обґрунтування місця компанії в індексах відповідального інвестування.

За законодавством ЄС та МСФЗ (МСБО) консолідована фінансова звітність дає характеристику загального фінансового стану та спільного фінансового результату, що поряд із фінансовою звітністю суб'єктів групи (індивідуальною фінансовою звітністю) дає чітке уявлення як про перспективи інвестування в таку групу, так і про її вклад у економічний розвиток країни. В наукових дослідженнях слід звернути увагу на можливості імплементації міжнародного законодавства та законодавства країн ЄС щодо консолідованої фінансової звітності у практику українських підприємств. Питанням міжнародних підходів до консолідації фінансової звітності присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Вітчизняні науковці Голов С., Костюченко В., Коляда Ю., Овчаренко В., Ткаченко А., Левченко Н. розглядали міжнародні підходи до процесу консолідації фінансової звітності та аналізу її показників. Суттєві ризики, що наявні на ринку України впливають на механізм прийняття управлінських рішень на основі фінансової звітності.

Важливим аспектом сучасного звітування компаній виступає перехід на інтегровані та спеціалізовані звіти. Такий тип звітів розширює сферу фінансових показників діяльності компанії нефінансовими показниками і вимагає нових підходів до організації процесу звітування.

Наближення до євростандартів може відбуватись через гармонізацію вітчизняних обліково-звітних норм і практик із прийнятими правилами в ЄС. Тому, важливим аспектом є наявність різних підходів до структури розкриття інформації в нефінансовій звітності. Серед питань, на які звертають увагу інвестори, – інформаційна відкритість компанії, система корпоративного управління, екологічні практики, дотримання прав людини тощо. Також зростає потреба у розумінні впливу бізнес моделі компанії на створення доданої вартості у довгостроковому періоді.

За таких обставин важливого значення набуває формування нової моделі нефінансової звітності щодо діяльності підприємства відповідно до концепції сталого розвитку, яка спонукає до зміни парадигми традиційної економічної системи та пошуку нових підходів в напрямку інтеграції інтересів економічної і екологічної сфери при умові дотримання соціальної захищеності та справедливості.

Сучасна обробка фінансової інформації за допомогою програмних забезпечень дозволяє компонувати показники для різних досліджень впливу факторів ризику. На підставі аналітичної залежності зв'язку між ризиком та інерційністю економічної системи встановлюється послідовність оцінок показника ризикованості раціональної стратегії з урахуванням наявності чи відсутності фактору персистентності прибутковості обраної раціональної стратегії з оцінюванням показника Херста. Це дозволяє досліджувати динаміку ризику із плином часу, протягом якого відбуваються події і процеси в економічних системах з урахуванням ступеня невизначеності – ентропії, як певної міри неупорядкованості економічного об'єкту, що є відкритою системою. Незважаючи на проведені дослідження, які присвячені різним аспектам відмінностей між традиційними фінансовими індексами та індексами відповідального інвестування на сьогодні залишається нерозглянутим один досить важливий аспект – їх ефективність та характер зміни динаміки індексів (наявність в динаміці ознак довгострокової пам'яті (фактично мова йдеться про персистентність) [1].

Персистентність в програмних забезпеченнях називається «ортогональною» чи «прозорою», якщо вона реалізована як внутрішня властивість середовища виконання програми. Середовище для ортогональної персистентності не потребує жодних спеціальних дій програм, що виконуються в ньому, для збереження чи відновлення свого стану. Неортогональна персистентність потребує запису й читання даних на пристрої зберігання шляхом використання спеціальних інструкцій у програмі, для опису чого використовується допоміжне дієслово *зберігати*: «*При завершенні програма зберігає дані*».

Перевага застосування середовища ортогональної персистентності - простіша й менш схильна до помилок програма. Таким чином, впровадження

цифрової економіки сприяє системному (глибокому і всебічному) аналізу діяльності економічної системи, як нелінійної динамічної системи. Аналіз глибоких прямих і зворотних ієрархічних зв'язків між внутрішніми складовими та зовнішнім середовищем, якому притаманні глобальність взаємодії, співіснування швидкоплинних та елементів уповільненої дії; дає можливість використовувати інструментарій комп'ютерної реалізації моделей складних економічних систем. Виконання відповідних алгоритмів для якісного та кількісного аналізу проблем дослідження економічних стратегій дозволяє своєчасно вносити корективи та підвищувати ефективність діяльності.

У сучасних умовах ефективність діяльності є ключовим аспектом, коли мова йдеться про аналіз того чи іншого ринку (активу), адже її рівень визначає не лише характер поведінки цін на фінансові ресурси, але і дає інформацію щодо принципової прогнозованості цін та розвитку ринку від операцій з інвестиційними та фінансовими активами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коляда Ю.В., Шатарська І.Ф., Кравченко В.Л. «Межі варіативності динаміки числової міри економічного ризику» / Збірник матеріалів II науково-методичної конференції «Цифрова економіка», Київ, КНЕУ, 17-18 жовтня 2019. URL: <http://elibrary.kdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3565>
2. Коляда Ю. В., Кмитюк Т. Л., Шатарська І. Ф. Система методів та моделей оцінювання нелінійної динаміки числової міри економічного ризику. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8052/> (дата звернення: 06.04.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.7.60

Нечепоренко Д.А.¹, Перерва П.Г.²

¹аспірант НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІСКАЛЬНИХ ВІДНОСИН В БІЗНЕСІ

Сутність фіскального механізму в бізнесі розкривається з позицій визнання подвійної природи його природи. З одного боку, він об'єктивний, оскільки основою податкового механізму є податки як категорія фінансів, з іншого - суб'єктивний, оскільки розробляється державою для реалізації цілей, що висувуються податковою політикою і завдань, поставлених нею на конкретному етапі економічного розвитку. У результаті теоретичних узагальнень виявлено, що в умовах високорозвинених ринкових відносин податкова політика використовується державою для перерозподілу доданої

вартості з метою зміни структури виробництва, територіального та економічного розвитку, підвищення рівня прибутковості населення.

Податкова політика - це концепція, яка синтезує надструктурні управлінські та основні фінансові відносини, що виникають у процесі накопичення доходів держави, свідомий, цілеспрямований вплив держави на суспільне відтворення шляхом використання функціональності фінансової категорії "податок" і обслуговуючої її системи податкового менеджменту (податкове право, податкова система, податковий механізм). У нашому дослідженні запропоновано авторське бачення податкового механізму, який включає сукупність інструментів (видів податків, їх елементів), сформованих на основі розподільчої сутності категорії «податок» та системних взаємозв'язків її елементів, що забезпечують цей розподіл. Зміст податкового механізму, його функціональні імперативи, структурні характеристики та інструментарій на різних історичних етапах визначаються еволюційною динамікою макроекономічної системи. Умови і параметри існуючої моделі економіки і відповідної фінансової системи опосередковують вдосконалення податкового механізму (директивного, фіскального, регуляторного), який визначає можливість реалізації цілей податкової політики. У процесі вивчення інструментарію, пропонованого теорією і використовуваного в практиці управління фінансовими ресурсами, встановлено, що держава і платник податків впливають на сукупність податкових платежів і зобов'язань господарюючих суб'єктів. Їх взаємодія здійснюється в процесі функціонування податкового механізму як складової частини фінансового механізму, який є інструментом реалізації фінансової політики на макро- та мікроекономічному рівнях.

Складові податкового механізму на макро- і мікроекономічному рівнях мають певні відмінності: суб'єктами реалізації податкового механізму є на макроекономічному рівні - держава, на мікроекономічному рівні - господарюючий суб'єкт; об'єктами безпосереднього управління є на макроекономічному рівні - податкові надходження бюджетної системи, на мікроекономічному рівні - сукупність податкових платежів і зобов'язань збирача податків; ці об'єкти пов'язані між собою і надають непрямий взаємний вплив; цілі податкової політики протилежно помилкові: для господарюючого суб'єкта це скорочення податків, а для держави, навпаки, їх збільшення. Взаємозв'язок між цими механізмами проявляється в розподілі створеної доданої вартості в державний бюджет і позабюджетні соціальні фонди.

Будучи одним з вихідних елементів податкового механізму, податок містить істотні і системні властивості всіх ланок податкової системи (як частини економічної системи держави). На нашу думку, системність вивчення сутності категорії «податок» передбачає її вивчення в трьох

аспектах, заданих методологічними координатами. Координати виробничих характеристик категорії "податок" ґрунтуються на первісному характері сфери виробництва товарів, робіт і послуг та вторинному характері суспільної сфери, джерелом фінансування якої є обов'язкові платежі податкового характеру. Опосередковуючи виробництво, при створенні доданої вартості розвиваються фінансові відносини, які в розподілі фінансових потоків мають цільове призначення і утворюють уявлення про фінансові ресурси і мету реалізації інтересу власника ресурсу. Ці відносини розподілу і перерозподілу формують доходи, частина яких згодом стає податковим потенціалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
2. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
3. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
4. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал*. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019- 274-5-142-148.
5. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

Шейн Є.С.¹, Перерва П.Г.²

¹аспірант НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

²д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», Україна

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Діяльність малого бізнесу має величезний вплив не тільки на учасників цього сектора економіки, а й на економіку окремого регіону і країни в цілому. Збільшення кількості малих підприємств сприяє економічному зростанню, підвищенню рівня життя населення, створенню додаткових робочих місць. Все це свідчить про необхідність підтримки малого бізнесу з боку держави. Податкове навантаження має величезний вплив на ефективність роботи

суб'єкта малого підприємництва. В даний час існує ряд пільг для малого бізнесу в оподаткуванні його доходів.

Проблема функціонування малого бізнесу в кризовому стані економіки України стоїть надзвичайно гостро. У зв'язку з наявністю низки невіршених проблем – складною політичною ситуацією, суперечливим та неоднозначним законодавством, високим податковим навантаженням та, як наслідок, значною тінізацією економіки, питання про те, чи є можливість для розвитку та ефективного функціонування малого бізнесу в Україні, набуває особливої актуальності.

В даний час діяльність малого бізнесу має величезний вплив не тільки на учасників цього сектора економіки, а й на економіку окремого регіону і країни в цілому. Збільшення кількості малих підприємств сприяє економічному зростанню, підвищенню рівня життя населення, створенню додаткових робочих місць. Найчастіше саме відкриття власної справи дозволяє громадянам реалізувати свій потенціал. Все це свідчить про необхідність підтримки державою малого бізнесу. Незважаючи на безліч переваг невеликої комерційної структури (хороша керованість, висока швидкість передачі інформації, швидке реагування на мінливі запити ринку і таке ін.), Вона досить вразлива і їй досить складно протистояти вже сформованим і успішно функціонуючим представникам більшого бізнесу.

Представники малого бізнесу поряд з іншими юридичними особами здійснюють бухгалтерський і податковий облік, вони повинні самостійно формувати облікову політику, виходячи зі своєї структури, галузевої приналежності, системи оподаткування та інших особливостей своєї діяльності. Однак особливості функціонування малих підприємств вимагають нестандартного підходу до організації бухгалтерського та податкового обліку.

Особливості оподаткування малого бізнесу в першу чергу залежать від обраного організацією режиму оподаткування. Безпосередньо від обраної системи оподаткування залежить, чи буде визнано мале підприємство платником ряду податків і зборів, зокрема податку на додану вартість, ПДФО та податку на прибуток підприємств, а також розміру податкового навантаження організації.

Податкові пільги для розробників програмного забезпечення обумовлені важливістю їх діяльності в сучасних економічних умовах, коли значна увага приділяється автоматизації бізнес-процесів та діджиталізації. Таким чином, малий бізнес в даний час є одним з основних сегментів розвитку економіки будь-якої держави, проте саме на ці суб'єкти господарювання найбільше впливають фактори зовнішнього середовища, вплив нестабільної економічної ситуації. У зв'язку з цим заходи, спрямовані на зниження податкового навантаження суб'єктів малого підприємництва, створення більш комфортних умов для їх фінансово-господарської діяльності, є досить своєчасними і актуальними.

Спірним питанням є ідея застосування нульової ставки з метою стимулювання розвитку малого бізнесу. Доведено, що відсутність податку породжує менш стимулюючі ефекти, ніж його низький рівень. Адже існування необхідності виплатити хоча б невелику суму призводить до формування стимулу до підвищення ефективності діяльності, щоб не тільки виконувати зобов'язання перед державою, а й залишати в його розпорядженні певну суму прибутку. Тому, маючи ряд переваг раніше використовуваною спрощеною системою оподаткування, новий стимулюючий механізм оподаткування малих підприємств характеризується і певними недоліками. Однак їх природа не вимагає негайних законодавчих змін і перегляду податкових правил.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Pererva P.G., Kocziszky G., Kobielieva T.O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
3. Кобелева Т.А., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки: Науковий журнал. Хмельницький, 2019. №5. С.140-146. doi: 10.3189/2307-5740-2019-274-5-142-148.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations*: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf

СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ В АРХІТЕКТУРІ ТА БУДІВНИЦТВІ ЗА ПРИНЦИПАМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Красножон С.В.¹, Наумчук В. В.²

к.е.н., доц., доцент кафедри корпоративних фінансів та контролінгу, Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана, Україна
²здобувач вищої освіти, Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана, Україна

«ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІДНОВЛЕННІ ЗЕЛЕНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ»

У зв'язку зі зростанням обізнаності людей про стан довкілля та його вплив на життя людей, стало дедалі більш очевидним необхідність збереження навколишнього середовища. Зелена інфраструктура є ключовим елементом цього процесу, оскільки вона забезпечує підтримку екосистем та природних ресурсів. Україна не є винятком, і багато зелених зон нашої країни постраждали від бойових дій, що стало причиною серйозного погіршення стану довкілля в окремих регіонах.

У такій ситуації важливим завданням є відновлення зеленої інфраструктури України. Проте, це не можливо без достатнього фінансування та інвестицій.

За часів війни з рф, окупанти не тільки спричиняють смерть громадян та знищення інфраструктури країни. Також, кожного дня вони завдають значних екологічних збитків для довкілля України. Через війну поля заміновані, ліси спалені, водойми забруднені та українська фауна гине.

Згідно з Держекоінспекцією, станом на 10 березня 2023 року, військова агресія рф нанесла природі України збитки у розмірі близько 2 трлн грн.[1] Наразі, Держекоінспекція продовжує проводити обстеження територій, включаючи території, які нещодавно були деокуповані. Найбільші збитки довкіллю були завдані в Донецькій, Луганській та Харківській областях, де частини територій досі окуповані, тому реальні масштаби збитків поки що не можуть бути оцінені.

Також, за даними KSE Institute, станом на лютий 2023 року, шкода завдана інфраструктурі України складає 36,2 млрд дол., а лісам нашої країни – 4,5 млрд. дол.[2].

Через атаки рф на інфраструктурних та промислових об'єктах виникають масштабні пожежі, які призводять до викиду небезпечних речовин в атмосферу, що створює серйозну загрозу для здоров'я людей. Наприклад, коли російські ракети влучають в нафтові інфраструктурні об'єкти, це може призвести до серйозного забруднення атмосфери та ґрунту. Наприклад, у березні 2022 року російські військові знищили нафтобазу в Чернігові на території ДП "Комбінат Айстра", що призвело до загоряння

шести цистерн об'ємом 5000 м³ кожна. Внаслідок цього сталося значне забруднення повітря, а також ґрунту, що призвело до значних збитків.[3]

Також ракети, які влучають у цистерни з хімікатами, можуть завдати значної шкоди. Наприклад, у Рубіжному та Сєвєродонецьку загарбники поцілили у ємності з азотною кислотою, а у Сумській області була пошкоджена цистерна з аміаком, що призвело до викиду аміаку в атмосферне повітря. У багатьох регіонах України є багато цистерн з аміаком та аміакопроводів, які також можуть стати мішенню для ракет.

В Україні війна стала найбільшою екологічною катастрофою, наслідки якої ще не можуть бути повністю оцінені. Але для того, щоб провести детальний аналіз наслідків, розробити план відновлення та почати його реалізацію, необхідно спочатку припинити війну і повернути контроль над окупованими територіями.

Відновлення зеленої інфраструктури України повинно бути один з головних пріоритетів у повоєнному розвитку нашої країни. Зелена інфраструктура включає в себе різноманітні системи природного середовища, такі як ліси, водні ресурси, парки та сади, які є важливими компонентами нашого екосистемного багатства.

Урядові та недержавні організації мають залучати інвестиції на розвиток зеленої інфраструктури через різні канали, наприклад, через державні та муніципальні програми, інвестиційні фонди, благодійні фонди та програми корпоративної соціальної відповідальності. При цьому важливо забезпечити ефективне використання цих коштів, спрямовуючи їх на проекти з великим потенціалом для відновлення та збереження зелених просторів.

Про реалізацію одну з європейських ініціатив «Фенікс» було оголошено під час брифінгу з комісаром ЄС з питань навколишнього середовища, океанів і рибальства Віргініус Сінкявічюс та міністром захисту довкілля та природних ресурсів України Русланом Стрільцем. На зелену розбудову українських міст від ЄС буде виділено 7 мільйонів євро, і успіх цієї ініціативи залежатиме від того, як будуть проектуватися ці міста. Гроші будуть надані з двох джерел - програми місії Horizon Europe Cities та програми LIFE - вже у квітні поточного року, і до грудня мають бути остаточно розподілені. Програма "Фенікс" буде зосереджена на підтримці планування реконструкції, розробці стратегій, що не шкодять клімату, обмінювання знаннями щодо управління зеленим містом, та передачі передового досвіду в галузі сталого розвитку та кліматичної нейтральності. [4]

Спираючись на вищепроведений аналіз існуючого стану зеленої інфраструктури наша держава зазнала значних збитків від війни, тому відновлення потребує серйозних зусиль, але може призвести до багатьох переваг.

По-перше, відновлення зеленої інфраструктури України може позитивно вплинути на здоров'я та благополуччя людей. Зелені зони міст, такі як парки та сади, можуть забезпечити людям доступ до здорового повітря та зелених зон для відпочинку та відновлення після напруженого дня. Крім того, зелені зони можуть зменшити ризик хронічних захворювань та покращити загальну якість життя.

По-друге, відновлення зеленої інфраструктури України може допомогти зменшити вплив зміни клімату та підвищити стійкість екосистем. Зелені зони можуть збільшити кількість води, що зберігається в ґрунті, та допомогти зменшити водостік та ерозію. Крім того, зелені зони можуть зменшити викиди газів, що призводять до зміни клімату, та зберегти біорізноманіття в регіонах.

По-третє, відновлення зеленої інфраструктури України може сприяти розвитку економіки та підвищити рівень зайнятості. Інвестиції в зелену інфраструктуру можуть створити нові робочі місця в сфері будівництва, обслуговування та управління зеленими зонами. Крім того, зелені зони можуть привернути туристів та інвесторів, які бажають насолоджуватися природою та підтримувати сталий розвиток.

Підсумовуючи, інвестиції відіграють одну з ключових ролей у відновленні зеленої інфраструктури, оскільки вони дозволяють забезпечити фінансування проєктів, пов'язаних з відновленням та розвитком зелених просторів. За допомогою інвестицій можна зменшити забруднення повітря та води, підвищити якість життя місцевих жителів, покращити економіку та привабливість міст для туристів та бізнесу. Це може стати вагомим кроком в напрямку сталого розвитку нашої країни та збереження нашого природного середовища для майбутніх поколінь.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «Оцінка збитків докільню від війни є одним із десяти пунктів формули миру Президента України Володимира Зеленського.» URL: <https://ecologiya.com.ua/news/662466-otsinka-zbytkiv-dovkillyu-vid-viyny-ye-odnym-iz-desyaty-punktiv-formuly-myru-prezydenta> (дата звернення 26.04.2023р)
2. За рік повномасштабної війни росія завдала збитків інфраструктурі України на майже \$144 млрд URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zarik-povnomasshtabnoyi-viyni-rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukrayini-namayzhe-144-mlrd/> (дата звернення 26.04.2023р.)
3. Ворожі війська обстріляли нафтобазу в Чернігові, горить резервуар з дизпаливом URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/3/7327698/> (дата звернення 26.04.2023р.)
4. ЄС виділить 7 млн євро на реалізацію проєктів зеленої розбудови

українських міст. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yes-vydilyt-7-mln-ievropa-realizatsiiu-proektiv-zelenoi-rozbudovy-ukrainskykh-mist> (дата звернення 26.04.2023р.)

Круглікова В.В.¹ Колесник А.Д.²

¹к.е.н., доц. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

²здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ЦІНОУТВОРЕННЯ В БУДІВНИЦТВІ ТА ЙОГО РЕФОРМУВАННЯ

Для забезпечення інноваційного розвитку будівельної галузі необхідно постійно оновлювати та удосконалювати нормативну базу та систему ціноутворення. Розвиток будівельної галузі України безпосередньо залежить від системи ціноутворення та ролі держави в цьому процесі, а питання покращення системи ціноутворення є актуальними.

Здобуття Україною незалежності, її курс на ринкові перетворення відкрили можливості переходу до створення якісно іншої системи ціноутворення в будівництві. Проте в перші роки суттєві зміни тут були неможливі в зв'язку з методичною, законодавчою, організаційною, психологічною неготовністю до їх проведення, а в подальшому на цей процес негативно вплинула гіперінфляція. Вона ще більше загострила недоліки системи ціноутворення, посилила її невідповідність новій економічній ситуації та підкреслила актуальність кардинального реформування.

Ціноутворення в будівництві має свої особливості та є важливим елементом процесу будівництва. Вірно встановлені й обґрунтовані ціни, визначені нормативним методом за допомогою нормативно- законодавчої бази з питань ціноутворення в будівництві, надають можливість, з одного боку, забезпечити отримання прибутку будівельної організації та подальший розвиток з метою підвищення ефективності діяльності, а з іншого боку - дозволяють замовнику переконатися в об'єктивності й вірності визначення рівня цін на той чи інший вид робіт або об'єкт будівництва.

Останнім часом, поряд з питаннями реформування системи архітектурно-будівельного контролю, переходу на параметричний метод нормування у будівництві, запровадження ВІМ-технологій, постало актуальним питання реформування системи ціноутворення у будівельній галузі, яка, на думку окремих фахівців, є застарілою та зберегла радянське підґрунтя. [2]

Але, державою було проголошено про перехід від планової економіки до економіки на ринкових засадах у 1993 році, після проголошення незалежності, а новоствореним Міністерством у справах

будівництва та архітектури, була запропонована та реалізована на відповідному законодавчому підґрунті радикальна реформа будівельної галузі, яка передбачала роздержавлення та розукрупнення будівельних організацій – на сьогодні їх налічується більше 30-ти тис., практично усі недержавної форми власності, та перехід на вільне ціноутворення при будівництві об'єктів будь-якого функціонального призначення незалежно від джерел фінансування, окрім об'єктів, що зводяться за рахунок державних коштів.

Усі напрацювання у цьому напрямку за період 1993–2000 років були узагальнені і знайшли відображення у державних будівельних нормах – «Правила визначення вартості будівництва» [4], остання редакція яких була затверджена Держбудом України у 2000 році. Таким чином було завершено перехід на нову ринкову систему ціноутворення у будівельній галузі. Починаючи з 2015 року такий підхід було відмінено.

Декілька років велась полеміка з цього питання, яка закінчилась прийняттям рішення, що система ціноутворення в будівництві буде визначатись не національними стандартами, а кошторисними нормами та нормативами, які будуть розроблятися та затверджуватись Міністерством розвитку громад та територій України. Це рішення було закріплено змінами до Закону України про стандартизацію, які були затвержені Законом України від 20.10.2019 № 132 – IX. Відповідно до цього закону, національні стандарти у сфері ціноутворення в будівництві припиняють свою дію з 16 жовтня 2020 року і стають чинними кошторисні норми та нормативи [3].

У рамках реформи сфери містобудування у Мінрегіоні затвердили нові Кошторисні норми України, що відповідають тим, які діють в країнах Європи. Кошторисні норми мають забезпечити підвищення здорової конкуренції на будівельному ринку через залучення нових виконавців. Також це створить поштовх для впровадження інновацій в будівництві. Кошторисні норми є обов'язковими для застосування при визначенні вартості будівництва об'єктів із залучення бюджетних коштів, а також коштів державних і комунальних підприємств, установ та організацій і кредитів, наданих під державні гарантії [5].

Таким чином в нових кошторисних нормах затверджено наступне:

Підряднику — формувати тверду договірну ціну з використанням укрупнених показників вартості робіт на одиницю виміру певного виду роботи

Таке спрощення призведе до значного зменшення кількості документів, які подаються при узгодженні договірної ціни та під час здачі обсягів виконаних робіт.

Ключовими критеріями при прийнятті виконаних робіт будуть:

якість, строки, обсяги та відповідність проєктній документації. Також підряднику дозволено застосовувати міжнародно визнані форми звітування за виконані роботи при будівництві об'єктів за бюджетні кошти.

Замовнику — формувати відомість обсягів робіт за міжнародними системами вимірювання, що дозволить іноземним підрядникам достовірніше вести свою цінову політику, опираючись на зрозумілі для них коди й назви видів робіт.

Проектувальнику — обчислювати вартість проєктно-вишукувальних робіт за трьома методами (відсотковий, калькуляційний, із використанням збірників цін), у залежності від зміни складових вартості (у тому числі трудових та матеріально-технічних ресурсів) та передбачати у Зведеному кошторисному розрахунку, зокрема, кошти на проведення аудиту безпеки автомобільних доріг та оцінку впливу на довкілля.

Якщо говорити про кошторисну вартість, то в загальному вигляді кошторисна вартість проєктною організацією може бути достовірно визначена лише на підставі ресурсних норм, якими передбачені витрати матеріальних і технічних ресурсів та трудовитрати, помножені на їх вартісні показники. Застосування укрупнених вартісних показників при формуванні договірної ціни та підготовки тендерних пропозицій, визначених на основі середніх показників вартості матеріальних ресурсів, що склалися в регіоні, та інших середньозважених показників апіорі приречена на неуспіх. Адже кошторисна вартість, визначена в проєктній документації на основі ресурсних норм і мінімальних показників вартості ресурсів, навіть з точки зору елементарного математичного розуміння, завжди буде нижчою тієї, яка визначається за усередненими показниками [2].

Отже, результатом реформування ціноутворення у будівництві, а саме свідченням його організації на вищому рівні, буде створення передумови для використання твердих цін протягом усього періоду будівництва та незмінності його кошторисної вартості, розрахованої замовником. У подальшому сучасне дослідження буде направлено на удосконалення схеми формування ціни на будівельну продукцію за економічними елементами витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт державної служби статистики.
2. Шашкевич Н.М., Красільнікова К.В. Сучасні проблеми ціноутворення в Україні. Вісник соціально- економічних досліджень. 2017. № 2–3. С. 135–143.
3. Орлов О.О., Сурмай Д.А. Управління цінами, витратами і прибутком за умов багатонаменклатурного виробництва на засадах концепції

маржинального підходу. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 183. С. 391–400.

4. ДСТУ Б Д.1.1-1:2013 «Правила визначення вартості будівництва».

5. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій України. «Кошторисні норми України».

Левченко Н.М.¹, Василенко А.І.²

¹ д. держ.упр., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² здобувачка вищої освіти НУ «Запорізька політехніка», Україна

УНІФІКАЦІЯ КАТЕГОРІЙНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ З КОШТОРИСНОЇ СПРАВИ У БУДІВНИЦТВІ

З введенням в дію Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про стандартизацію» в ціноутворенні у будівництві відбулися справжні революційні зміни, внаслідок яких здійснено уточнення ст. 7 Закону України «Про ціни і ціноутворення» та ст.3 Закону України «Про інвестиційну діяльність», де чітко встановлено, що ціноутворення у будівництві, що фінансується бюджетними коштами, має здійснюватись у відповідності до кошторисних норм та нормативів.

На виконання вказаних законів Мінрегіон України за Наказом «Про порядок застосування кошторисних норм та нормативів з ціноутворення при визначенні вартості будівництва» від 25.06.21 за №162 та Наказом «Про затвердження кошторисних норм України у будівництві» від 01.11.2021 р. за №281 затвердив Кошторисні норми України у вигляді двох Настанов – КНУ «Настанова з визначення вартості будівництва» [1] та КНУ «Настанова з визначення вартості проектних, науково-проектних, вишукувальних робіт та експертизи проектної документації на будівництво» [2].

Означені Настанови по суті є основними правилами застосування кошторисних норм та нормативів з ціноутворення у будівництві, при виконанні робіт з реконструкції, капітального ремонту будинків, будівель і споруд будь-якого призначення, їх комплексів та частин, лінійних об'єктів інженерно-транспортної інфраструктури, а також реставрації пам'яток архітектури та містобудування. Головними новаціями з введенням їх в дію стали:

- можливість формувати тверду договірну ціну з використанням укрупнених показників вартості робіт, який включатиме витрати на заробітну плату робітників-будівельників, витрати на експлуатацію будівельних машин та механізмів, витрати на будівельні матеріали, вироби та конструкції, загальновиробничі та адміністративні витрати, інші роботи та витрати (у тому числі кошти на покриття витрат, пов'язаних з інфляційними процесами)

та прибуток на одиницю виміру певного виду роботи. А отже, не потрібно додатково розшифровувати та обґрунтовувати усі складові вартості будівництва, достатньо зафіксувати вартість одиниці роботи. Така лібералізація системи ціноутворення сприяє значному зменшенню кількості документів, які подаються при узгодженні договірної ціни та під час здачі обсягів виконаних робіт підрядником Замовнику;

- можливість застосовувати міжнародно визнані форми звітування за виконані роботи при будівництві;

- можливість формувати відомість обсягів робіт за міжнародними системами вимірювання, зокрема CESMM4;

- можливість застосовувати єдині кошторисні нормативи та ін. [1].

Звісно застосування кошторисних норм та нормативів з ціноутворення у будівництві є обов'язковим [1,2]. Натомість кошторисними нормативами не передбачено врахування трансакційних витрат (які, виходячи з практичного досвіду, складають до 10-15% від вартості проектів з будівництва, реконструкції і т.д.), а отже, і не передбачено визначення даного поняття. Не сформувалось єдиного підходу щодо змісту даного поняття і серед науковців, оскільки кожним з них надається перевага тому чи іншому підходу

Тож, за результатами дослідження доведено доцільність доповнення наукового тезаурусу поняттям «трансакційні витрати» - витрати, пов'язані з організацією взаємодії та координації взаємовідносин між суб'єктами господарювання, які спрямовані на створення умов ефективного ведення господарської діяльності та передбачають зменшення економічних вигод внаслідок вибуття активів чи прихованих витрат, як наслідка непрозорості економічного середовища та асиметрії ринкової інформації, або ж збільшення зобов'язань, пов'язаних з обслуговуванням процесу ділового партнерства. Відтак, на внесення доповнень потребують і новоприйняті Настанови [1, 2].

Запровадження на практиці поданих пропозицій дозволить: визначати більш реалістичну вартість будівництва та будівельних робіт, а також забезпечити жорсткий контроль за цільовим використання коштів, спрямованих на фінансування об'єктів будівництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Настанова з визначення вартості будівництва. Наказ Міністерства розвитку громад та територій України від 01.11.2021 р. за №281. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/knu-nastanova-z-vuznachennya-vartosti-budivnyctva.pdf>
2. Настанова з визначення вартості проектних, науково-проектних, вишукувальних робіт та експертизи проектної документації на будівництво,

затверджена Наказом Міністерства розвитку громад та територій України від 01.11.2021 р. за №281. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/knu-nastanova-z-vuznachennya-vartosti-pvr.pdf>

Левченко Н.М.¹, Василенко Б.І.²

¹ д.держ.упр., проф. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. БАД-311 НУ «Запорізька політехніка»

МОДИФІКАЦІЯ НАСТАНОВИ З ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ БУДІВНИЦТВА

Впродовж років незалежності галузь будівництва пройшла тернистим шляхом спроб і помилок. Наразі ж досвід українських будівельників є значно більшим, збагаченим новою Настановою з визначення вартості будівництва».

З метою врахування при визначенні вартості будівельних робіт чи будівельної продукції трансакційних витрат, вважаємо за необхідне внести доповнення та уточнення до наступних розділів Настанови [1], а саме:

- доповнити п.1.2 визначення поняття «трансакційних витрат», як витрат, пов'язаних з організацією взаємодії та координації взаємовідносин між суб'єктами господарювання, які спрямовані на створення умов ефективного ведення господарської діяльності та передбачають зменшення економічних вигод внаслідок вибуття активів чи прихованих втрат, як наслідка непрозорості економічного середовища та асиметрії ринкової інформації, або ж збільшення зобов'язань, пов'язаних з обслуговуванням процесу ділового партнерства;

- у п.3.2 Розділу III «Визначення вартості будівництва при складанні інвесторської кошторисної документації» розширити перелік витрат, що має враховатись при визначенні кошторисної вартості будівництва шляхом його доповнення трансакційними витратами. Відповідно п.3.5 доцільно викласти у такий спосіб - до трансакційних витрат належать усі витрати, пов'язані з укладанням договорів та виконанням договірних зобов'язань, які спрямовані на створення умов ефективного ведення господарської діяльності та передбачають зменшення економічних вигод внаслідок вибуття активів чи прихованих втрат, як наслідка непрозорості економічного середовища та асиметрії ринкової інформації, або ж збільшення зобов'язань, пов'язаних з обслуговуванням процесу ділового партнерства; до інших витрат належать усі інші витрати, що не включаються до вартості будівельних робіт і вартості устаткування, меблів та інвентарю;

- внести до Розділу IV «Визначення окремих складових вартості об'єкта будівництва на етапі складання інвесторської кошторисної документації» п.4.44 «Кошти на покриття трансакційних витрат» з наступним змістом «до зведеного кошторисного розрахунку вартості об'єкта будівництва

включаються трансакційні витрати, не враховані складовими вартості об'єкта будівництва». Розмір цих витрат визначається, виходячи з норм і бази для їх нарахування, встановлених законодавством та включається окремими рядками до зведеного кошторисного розрахунку вартості об'єкта будівництва);

- розширити Розділу V «Визначення вартості об'єкта будівництва при складанні ціни пропозиції учасника процедури закупівлі (договірної ціни)» додавши п.5.53 «Визначення коштів на покриття трансакційних витрат», який викласти у такий спосіб - до складу ціни пропозиції учасника процедури закупівлі (договірної ціни) включаються трансакційні витрати, не враховані складовими вартості будівництва. Розмір цих витрат визначається, виходячи з норм і бази для їх нарахування, встановлених законодавством;

- внести зміни до додатку 25 Настанови [1] шляхом його доповнення показниками трансакційних витрат задля забезпечення правильності визначення кошторисного прибутку за об'єктом будівництва. У разі коли об'єктом будівництва є комплекс (будова), до складу якого входять об'єкти з різними класами наслідків (відповідальності), а також комплекс (будова), до складу якого входять об'єкти з одним класом наслідків (відповідальності), розмір кошторисного прибутку визначається на підставі показників, передбачених для відповідного класу наслідків, який відповідає сукупним показникам всіх об'єктів, що входять до складу комплексу (будови) [1].

Передбачити в інвесторській кошторисній документації та локальних кошторисах рядок для відображення трансакційних витрат за будівельними проектами у розрізі наступних стадій:

1) стадії проектування — у складі інвесторської кошторисної документації;

2) стадії визначення ціни пропозиції учасника процедури закупівель (договірної ціни, яка може встановлюватися твердою або приблизною (динамічною));

3) стадії проведення взаєморозрахунків — шляхом уточнення окремих вартісних показників, визначених на попередніх стадіях, залежно від виду договірної ціни в порядку, обумовленому в договорі [2, с.129].

Таким чином, за результатами дослідження доведено необхідність врахування при визначенні вартості будівництва чи будівельних робіт трансакційних витрат

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Настанова з визначення вартості будівництва. Наказ Міністерства розвитку громад та територій України від 01.11.2021 р. за №281. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/knu-nastanova-z-vyznachennya-vartosti-budivnyctva.pdf>

2. Павелко О.В. Фактори впливу на величину прибутку будівельних підприємств. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2018. № 10(38), С.124-130.

Тарпіньянц В.В.,¹Круглікова В.В.²

¹ здобувач вищої освіти, НУ «Запорізька політехніка», Україна

² к.е.н., доц. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, НУ «Запорізька політехніка», Україна

ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ - МАЙБУТНЄ БУДІВНИЦТВА

У всьому світі останнім часом все більше уваги приділяється розробці екологічно чистих і енергозберігаючих технологій, спрямованих на зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище і економію енергії. Не залишилися осторонь і будівельники. Все більшу популярність як на заході, так і в нашій країні набуває так зване «зеленебудівництво». За «зеленим» будівництвом мається на увазі будівництво та експлуатація будівель з меншим рівнем споживання енергії і матеріалів протягом усього життєвого циклу будинку: від проектування до утилізації. У цілому «зелене» будівництво переслідує такі глобальні цілі, як зниження впливу на навколишнє середовище і збільшення комфорту мешканців будинку. Досягнення даних пріоритетних цілей служать: - використання енергоефективних технологій, що знижують споживання води, електроенергії і теплових ресурсів; - скорочення відходів і викидів при експлуатації будівлі; - увагу до здоров'ю і комфорту мешканців будинку або службовців, що працюють в «зеленому» офісному центрі, підвищення їх працездатності, шляхом покращення якості повітря в приміщеннях і використання більш чистої питної води. Одним із найважливіших показників «зеленого будівництва» є екологічно чисті будівельні матеріали. Це такі матеріали які повністю розкладаються в природних умовах. Нажаль подібні властивості мають невелика частина будівельних матеріалів. Це деревина, глина, геокар, тирса, солома, кам'яні породи, натуральна шкіра і тому подібне. Використання соломи, торфу, тирси - не лише модний тренд у будівництві, ці перевірені поколіннями матеріали, які отримали друге народження з появою Екодому. Саманий будинок - це споруда з блоків, оштукатурена глиною, яка володіє не тільки відмінними теплозахисними властивостями, а й кілька годин витримує температуру 100 °. - керамзитобетон відноситься до легких бетонів, основою служить обпалена глина, виробництво цього матеріалу повністю виключає будь-які хімічні речовини; - деревина - як екологічно чистий матеріал не викликає ніяких сумнівів, але обробка його різними просоченнями і антисептиками, лаками, фарбами повинна виконуватися з відповідальних правилами екології складів. Тими, які виготовляються на натуральній основі - водоемульсійні, акрилові.

До найбільш екологічною відноситься фарба ганозіс, що складається з лляної олії і бджолиного воску. Цікавим будматеріалом з “зеленого” спектру, є поки ще не дуже поширений, але дуже перспективний “арболіт” – конструкційні блоки з деревної тирси і цементу. Хоч застосування цементу в цьому матеріалі (до 25%), трохи знижує його екологічні (зелені) властивості, але істотно підвищує його пожегобезпечність, що в свою чергу відкриває широкі можливості його застосування в цивільному масовому будівництві і може створити серйозну конкуренцію таким популярним матеріалами в цьому сегменті як – піно і газоблоки.

У будь-якому випадку, немає сумніву в тому, що майбутнє за екологічно чистими і поновлюваними будматеріалами. І в Україні як країни з найбільш багатими і перспективними органічними ресурсами, є всі можливості для виробництва таких матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Millot, R., Vigier, N., and Gaillardet, J. (2010). Behaviour of lithium and its isotopes during weathering in the Mackenzie Basin, Canada. *Geochimica et Cosmochimica Acta* 74, 3897-3912.
2. Оаза серед бетону. Як «зелені будинки» покращують життя у
3. мегаполісах. Хмарочос: веб-сайт. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2017/08/09/oaza-sered-betonu-yak-zeleni-budinkipokrashhuyut-zhittya-u-megapolisah/> (дата звернення 11.11.2020).
4. «Комплексне формування водно-зелених систем міста»
5. Дженкс Ч. Мова архітектури постмодернізму / Ч. Дженкс. М.:Стройвидат, 1985. — 135 с.

Карпенко А.В.¹, Карпенко Н.М.²

¹д.е.н., проф., професор кафедри економіки та митної справи, Національний університет «Запорізька політехніка», директор ГС «Запорізький кластер “ІАМ”», м. Запоріжжя, Україна

²к.держ.упр., доц., доцент кафедри економіки та митної справи, Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

ЛІДЕРСТВО В ОСВІТНІЙ І БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ

Успіхи української армії та післявоєнне відновлення України залежить від консолідації стейкхолдерів всіх рівнів у напрямі модернізації економіки та інноваційних змін, що здатне забезпечити лідери та їх команди. Провідна роль в цьому процесі належить освітній і бізнес-діяльності щодо ефективного використання різних ресурсів і людського капіталу. Саме університети та бізнес-об’єднання (кластери) претендують на лідерство у формуванні регіональних інноваційних екосистем. Вони в якості «інноваційного

драйвера» поєднують науку, освіту та виробництво, узгоджують інтереси з громадськістю та владою, забезпечують довгострокові економічні ефекти, підвищують привабливість місцевого середовища для підприємців, здатні забезпечувати створення нових технологій і знань, продукуванню та комерціалізації інновацій [1, с. 13].

Сутність та роль лідерів у суспільних процесах і окремих галузевих напрямках продовжує обговорюватись в умовах динамічних змін, світових трендів і розширення кризових явищ різного спрямування. Продовжуються дискусії щодо «народження» лідерами та можливостей формування лідерських якостей. Обговорюються неуспішні наслідки використання різних навчальних матеріалів і програм, які спрямовані на розвиток лідерських якостей, та зазначається про марнування на це грошей і часу. Тобто даний напрям дослідження не втрачає своєї актуальності та залишається доволі цікавим як для наукового співтовариства, так і для суспільства.

Відомий вчений-консультант у галузі менеджменту Пітер Друкер лідером називає таку особистість, яка має послідовників [2]. Однак, на етапах впровадження змін не просто їх утримати (послідовники можуть «відвертатися»), важливо не зупинятись, а наполегливо йти до визначеної мети. Тобто лідер бачить конкретну мету та шляхи її досягнення, має достатньо сил і можливостей, береться за справу сам та/або розподіляє завдання у відповідності до індивідуальних рис членів команди.

Лідери бувають різні за здібностями та продуктивністю, проте їх основне призначення полягає у забезпеченні розвитку. Лідер має бути «агресивним до дій» і вмінні керувати своїми емоціями, щоб забезпечувати зростання.

У висновках П. Друкера щодо дослідження лідерів, зазначається про їх відмінності за характером, світоглядом, цінностями, перевагами та недоліками (товариські та відлюдники, поступливі й безтурботні та жорсткі, щедри та жадібні тощо). Секрет їх ефективності полягав у тому, що всі вони дотримувалися восьми практик: запитували: «Що треба зробити?»; запитували: «Що потрібно компанії?»; складали план дій; брали на себе відповідальність за рішення; брали на себе відповідальність за комунікацію; зосереджувалися на можливостях, а не проблемах; проводили продуктивні наради; думали й говорили «ми», а не «я» [2, с. 18-19]. Тобто у діях лідерів проглядалася поступальна кропітка робота щодо визначення пріоритетів, планування, прийняття рішень, постійних комунікацій з залученою командою для досягнення стратегічних цілей.

Серед основних рис лідера прийнято виділяти такі: авторитетність, ідейність, відповідальність, широкий кругозір, стратегічне мислення, вміння слухати, розвиватися, приймати рішення, мотивувати інших до дій.

Аналіз таких важливих рис лідера, як «харизма», вміння зачарувати

людей, авторитет, самовпевненість і ін., що дозволяють створювати позитивне враження прихильників про лідера, свідчить про їх поверхневність і нефундаментальний характер, оскільки вони рідко впливають на реальну ефективність [3]. А здатність і вміння особистості приймати рішення раціонально, логічно, реалістично та прагматично є основним орієнтиром у вимірюванні ефективності лідерства.

У кожного видатного лідера свій індивідуальний стиль поведінки, проте їх усіх поєднує одна суттєва особливість – високий рівень розвитку «емоційного інтелекту», що разом з «базовими вимогами» (розумовий розвиток і спеціальні знання) є неодмінною умовою ефективного лідерства. Жодна першокласна професійна підготовка, гострий аналітичний розум і здібності нескінченно генерувати цінні ідеї не дозволять особистості стати ефективним лідером без емоційного інтелекту [4]. Саме основним завданням лідерів є здібність «запалювати» людей, генерувати більше ініціативи і драйву, щоб пробудити у них найкращі почуття та викликати готовність до дії.

Залежно від ситуації доречні різні стилі лідерства. Переважно у науковій літературі стилі лідерства співставляють зі стилями керівництва (авторитарний, демократичний, ліберальний). Попри це стиль лідера є суворо індивідуальним, оскільки визначається специфічними характеристиками особистості, технологією ухвалення рішення та проявляється в особливостях роботи з людьми. Тобто стиль лідера регламентується перш за все його особистими якостями та застосовується по-різному в залежності від ситуації.

Лідер має не просто відповідати певним критеріям і володіти визначеними характеристиками, а здійснювати певні дії: надихати членів своєї команди на самовдосконалення; створити в колективі атмосферу довіри; розпочати позитивні зміни; задати правильний курс розвитку; ефективно управляти людьми, не ображаючи їхні почуття; не втратити голову від успіху в намаганні досягти більшого; розвивати самосвідомість; ставати сильнішими після життєвих випробувань [5].

Узагальнення різних поглядів на лідерство дозволило визначити такі найбільш вагомні риси лідера в освітній і бізнес-діяльності: сміливе мислення; впевненість; вміння приймати складні рішення та брати на себе відповідальність; довіра та взаємодія; вміння не лише перемагати, а й програвати тощо. Лідери мають практикувати правдиву, прозору поведінку задля побудови довірчих взаєностосунків, і в результаті – ефективної взаємодії та досягнення цілей компанії та учасників команди.

Отже, лідерство є результатом динамічних змін особистості, станом особистісного розвитку від усвідомлення та впевненості у власній компетентності до сприйняття її оточуючими. Лідерство формується як тривала неперервна діяльність особистості щодо самоорганізації,

самодисципліни та саморозвитку, що сприяє розумному й осмисленому використанню влади для спрямування діяльності себе й інших на досягнення стратегічних цілей. Вагоме місце у становленні лідера належить призначенню на керівну роль, що є шансом і причиною стати ефективним, розібратись в деталях, зрозуміти де можливі резерви, які правильні напрями руху, оптимальне поєднання ресурсів тощо. Лідер має володіти достатнім рівнем інтелекту, бути ініціативним, мати широкий світогляд і стратегічне бачення, вміти керувати повсякденними справами та думати наперед, жити своїм призначенням. Важливою рисою лідера також є емоційний інтелект, який значно перевищує значення всіх інших характеристик і зумовлює високу продуктивність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Грешта В. Л., Карпенко А. В. Стратегічне інноваційне лідерство Національного університету «Запорізька політехніка» у Запорізькому регіоні. *Сучасні тренди соціально-економічних перетворень та інтелектуалізації суспільства в умовах сталого розвитку*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 10 листопада 2022 р. / Національний університет «Запорізька політехніка». Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 13–15.
2. Друкер П. Ф. Ефективний керівник. Найточніший посібник з досягнення правильних результатів. К.: КМ-Букс. 2019. 288 с.
3. Жильцова О. Лідерство починається з прийняття себе. *Києво-Могиланська Бізнес-Школа*. URL: <https://kmbs.ua/ua/news/leadership18012023> (дата звернення 25.04.2023).
4. Гоулман Д., Маккі Е., Бояціс Р. Емоційний інтелект лідера. К.: Наш Формат. 2020. 288 с.
5. Про лідерство. 10 найкращих статей Harvard Business Review. К.: КМ-Букс. 2018. 216 с.

Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному
та мережному режимах

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції
(10-11 травня 2023 року)

Один електронний оптичний диск (DVD-ROM); супровідна документація.
Тираж 100 прим. Зам. № 391

Видавець і виготовлювач
Національний університет «Запорізька політехніка»
Україна, 69063, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64
Тел.: (061) 769-82-96, 220-12-14

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6952 від 22.10.2019.