

2023

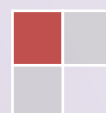
**IV Всеукраїнська науково - практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених**

**«Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти»**

**23 – 24 листопада 2023 р.**



Український державний університет науки і технологій  
Кафедра управління фінансами, облікової аналітики  
та моніторингу бізнесу  
26.11.2023



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Інститут модернізації змісту освіти**

**Український державний університет науки і технологій**

**Українська інженерно-педагогічна академія**

**Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»**

**Національний авіаційний університет**

**Львівський національний університет природокористування**

**Полтавський державний аграрний університет**

***Збірник матеріалів***

***IV Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів  
вищої освіти та молодих учених***

***«Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва:  
теоретичний та практичний аспекти»***

**23-24 листопада 2023 р.**

**м. Дніпро**

***Лист МОН України від 27.09.2022 №22.1/10-1357***

**УДК 330.111.66:316.422**

Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених (23 – 24 листопада 2023 р.). – Дніпро: УДУНТ, 2023. – 184 с.

У збірнику містяться матеріали IV Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти» (23 – 24 листопада 2023 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

### **Організаційний комітет конференції:**

**Божанова О.В.**, к.е.н., доцент, в.о. декана факультету економіки і менеджменту Навчально-наукового інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

**Акімова Т.В.**, к.е.н., доцент, в.о. завідувачки кафедри управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу Навчально-наукового інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

**Бобиль В.В.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та психології Навчально-наукового інституту «Дніпровський інститут інфраструктури і транспорту» Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

**Прохорова В.В.**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки та менеджменту Української інженерно-педагогічної академії, м. Харків

**Ареф'єва О.В.**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки повітряного транспорту Національного авіаційного університету, м. Київ

**Пашкевич М.С.**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри міжнародних відносин та аудиту НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

**Канцедал Н.А.**, к.е.н., доцент, завідувачка кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету, м. Полтава

**Грицина О.В.**, к.е.н., доцент, завідувачка кафедри фінансів, банківської справи та страхування Львівського національного університету природокористування, м. Дубляни Львівської обл.

**Мушникова С.А.**, д.е.н., професор, професор кафедри управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу Навчально-наукового інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

**За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів**

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Альошина Т.В.</i> Особливості формування попиту на ринку праці як умови ефективного функціонування суб'єктів господарювання регіону .....	7
<i>Arefiev Serhii</i> Strategic potential of entrepreneurship in the Circular Economy .....	9
<i>Говсєєв Д.Д.</i> Цифрові технології в активізації соціальної відповідальності підприємства .....	12
<i>Калініченко З.Д., Гордієнко С.Д.</i> Організація ринку землі в Україні з урахуванням європейського досвіду .....	15
<i>Долинська Я.М. Науковий керівник: Савчук Т.В.</i> Аналіз фондового ринку України за 2017-2022 роки .....	18
<i>Калиніна О.О., Аніщенко Л.О., Усіченко І.В.</i> Формування мотиваційного механізму управління персоналом виробничого підприємства на прикладі ТОВ «ВІКНА ЕКСПРЕС» для ефективного соціально-економічного розвитку .....	21
<i>Калініченко З.Д.</i> Стратегії синергії співпраці з європейським бізнесом .....	24
<i>Кібець А.М.</i> Роль маркетингових досліджень у розвитку E-Commerce .....	27
<i>Леонідов І.Л.</i> Власність та привласнення інтелектуального продукту: особливості регулювання в умовах глобалізації .....	30
<i>Лесюк Р.І., Гораль Л.Т.</i> Фінансовий план підприємства як основа фінансової стійкості підприємств лісової галузі .....	35
<i>Момот Д.О.</i> Evolution of the concept of "Human Capital" .....	38
<i>Пилипенко Г. М., Мостова В.О., Найда О.Д.</i> Підходи до формування маркетингових стратегій сучасних підприємств .....	41
<i>Пилипенко Ю.І., Швець А.С.</i> Методологічні підходи до визначення категорії «Людський Капітал» .....	43
<i>Сластьяникова А. І., Сластьяникова В. І., Янчак С. О.</i> Тайм-менеджмент: актуальність та важливість .....	46
<i>Шепеленко С.М., Максименко Н.В.</i> Актуальність стратегічного управління в турбулентних умовах господарювання .....	49

### СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

<i>Белан Д.С., Завгородня О.О.</i> Міжнародний франчайзинг як сучасна форма транснаціоналізації бізнесу .....	52
<i>Верхогляд К.В., Грошелева О.Г.</i> Фінансово – економічні проблеми функціонування та розвитку сільськогосподарських підприємств України під час дії воєнного стану .....	55
<i>Витвицька У. Я., Телєпко Д. І.</i> Роль якості корпоративного управління у максимізації ринкової вартості бізнесу .....	57
<i>Вінницька А. В.</i> Управління прибутком підприємства та визначення резервів його зростання .....	60
<i>Гайдаш М.О. Науковий керівник: Кір'ян О.І.</i> Фінансові особливості надання туристичних послуг «в польових умовах» .....	63
<i>Гриценко Н.В.</i> Інтеграційні фінансово-економічні процеси на транспорті .....	66
<i>Гуро П.А. Науковий керівник: Семенова Т.В.</i> Еколого-економічний аналіз промислового підприємства .....	69
<i>Євдокімов О.О.</i> Методи визначення оптимальної номенклатури продукції .....	72
<i>Жмуренко В.Г., Завгородня О.О.</i> Міжнародний інститут торгових палат як драйвер розвитку зовнішньої торгівлі .....	75

<i>Зайцева А.С.</i> Конвергенція як соціально-економічний феномен .....	78
<i>Заюков І.В.</i> Розвиток державної програми «5–7–9» для підтримки підприємництва в сучасних військових умовах .....	81
<i>Коледіна К. О.</i> Управління маркетинговими ризиками товарної інноваційної діяльності підприємства .....	84
<i>Кузьменко В.С. Науковий керівник: Приходченко О.Ю.</i> Напрями оптимального управління виробничою діяльністю промислового підприємства .....	87
<i>Мельник Б.С., Ліскович Н. Ю.</i> Перспективи державно-приватного партнерства для успішної відбудови України .....	89
<i>Пануша І. В.</i> РОЛЬ Фінансової стратегії у стратегічному контексті підприємства .....	92
<i>Редзюк Є.В.</i> Фінансово-інвестиційні можливості розвитку вітчизняного підприємництва під час війни .....	95
<i>Рига В.О. Науковий керівник: Приходченко О.Ю.</i> Роль економіко-математичних методів у підвищенні прибутковості підприємства .....	99
<i>Роговська К.Л. Науковий керівник: Довбня С.Б.</i> SPACE-аналіз як метод обґрунтування конкурентної стратегії підприємства .....	101
<i>Slastianykova K., Slastianykova V.</i> Emotional intelligence in the business environment .....	104
<i>Труилова М.А.</i> Управління активними операціями комерційних банків .....	108
<i>Ус Ю.В., Роганько В.А.</i> Інструменти забезпечення управління персоналом на підприємстві .....	111
<i>Ус Ю.В., Головін О.А.</i> Фактори впливу на логістичну діяльність .....	114
<i>Ус Ю.В., Брусенцева К.В.</i> Застосування SWOT - аналізу як основи стратегічного планування діяльності підприємства .....	117
<i>Шишкова Н.Л.</i> Проблеми розвитку торгівельних підприємств в умовах воєнного стану .....	120
<i>Штонда І. Р.</i> Підходи до управління активами страхової компанії .....	123

### СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТА ЇХ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

<i>Гаджун І.О., Міщенко М.І.</i> Дослідження внутрішньовиробничих мотиваційних факторів сучасних підприємств .....	126
<i>Гулик Т.В., Семеліт В.Є.</i> Ліцензування та квотування експортно-імпортової продукції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства .....	128
<i>Гулик Т.В., Семеліт В.Є.</i> Новітні тенденції на міжнародних біржових ринках .....	131
<i>Ланг В. Науковий керівник: Калініченко З.Д.</i> Законодавство України і ЄС у сфері землеустрою .....	134
<i>Плахотнюк Є.В.</i> Особливості інноваційного розвитку України .....	137
<i>Самойленко А. Науковий керівник: Калініченко З.Д.</i> Завдання та особливості виконання функції трудового потенціалу підприємства в умовах конкуренції .....	140
<i>Серб Н.В., Аніщенко Л.О., Шпортко Г.Ю.</i> Управління інноваційно-інвестиційними процесами високо ризикової фінансової установи для підвищення конкурентоспроможності .....	143
<i>Соловійова Н. Науковий керівник: Шелест О. Л.</i> Інноваційний потенціал економічної системи .....	148
<i>Трифоновна О.В., Константиновський А.А.</i> Роль логістичної діяльності при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	150
<i>Червінська Л.П., Червінська Т. М.</i> Раціоналізаторство в системі інновацій .....	153
<i>Chernyayeva A.O.</i> Personal branding as a tool for the development of modern business structures .....	156
<i>Шпортко Г.Ю., Дедик Д.Г.</i> Стратегія цифрової трансформації .....	158

#### СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

<i>Накладюк Н.М., Савчук Т.В.</i> Методика аналізу наявності та ефективності основних засобів на підприємстві .....	161
<i>Усатенко О.В.</i> Бухгалтерський аутсорсінг: стан та перспективи розвитку .....	164
<i>Федотова Д.О. Науковий керівник: Акімова Т.В.</i> Законодавчо-нормативне забезпечення обліку оплати праці .....	166

#### СЕКЦІЯ 5. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ

<i>Шолопак В.А., Гораль Л.Т.</i> Інформаційні технології в портфельному інвестуванні .....	171
<i>Лазарев А.Д. Науковий керівник: к.е.н. Приходченко О.Ю.</i> Роль CRM системи в маркетинговій діяльності підприємства .....	174
<i>Макурін А.А.</i> Обліково-аналітичні аспекти інвестицій .....	177
<i>Чобіток В.І., Максименко С.В., Бобринцев П.В.</i> Інформаційне забезпечення розвитку підприємництва в умовах конкуренції .....	179
<i>Юр'єв М.О.</i> Методологія аналізу і бізнес моделювання .....	182

## СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*Альошина Т.В., к.е.н., доцент  
професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту  
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ  
[tatiana.aloshyna@gmail.com](mailto:tatiana.aloshyna@gmail.com)*

### ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ПРАЦІ ЯК УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РЕГІОНУ

Сучасні умови розвитку підприємств Дніпропетровського регіону знаходиться у складному становищі не тільки через складну економічну ситуацію в країні, а й через дисбаланс попиту та пропозиції на працівників, здатних підтримувати стабільний розвиток останніх, реалізуючи щоденні завдання підприємств. Оскільки, важливою умовою подальшого розвитку підприємств регіону у повоєнний час стане формування якісного попиту на робочу силу, на сучасному етапі важливим завданням керівників підприємств є формування потенційного попиту на працівників відповідно до майбутніх потреб суб'єктів господарювання.

У ринковій економіці під попитом розуміють потенційну потребу та спроможність купівлі товару, яка залежить від безлічі факторів. Попит на товар «робочу силу» є об'єктивною необхідністю в робочій силі, яка визначається кількістю та структурою вільних робочих місць[1].

Попит на ринку праці формують роботодавці, які приймають рішення щодо найму працівників. Процес формування попиту має певну технологію, відповідно до якої формування попиту складається з етапів або сукупності процесів:

– перший етап (процес) ініціюється завдяки виникненню та усвідомленню потреб споживачів (роботодавців) у необхідності найму працівників відповідної кваліфікації;

- другий етап (процес) – це пошук та оцінка інформації щодо працівників, здатних задовольнити відповідні потреби;
- третій етап (процес) є безпосереднім прийняттям рішення щодо найму працівника.

В науковій літературі попит на робочу силу трактується у індивідуальному та сукупному аспектах. Індивідуальний попит характеризує потребу у робочій силі певної якості для конкретного підприємства. Сукупний попит визначається загальною кількістю працівників різних категорій, у яких є потреба на вільні робочі місця та вакансії у відповідному регіоні [2].

Стабільне функціонування підприємств передбачає не тільки задоволення існуючого попиту, а і у визначенні потенційного попиту на робочу силу, який враховує перспективи розвитку підприємств (розширення виробництва, реструктуризації, створення додаткової виробничої структури), а отже, і потенційну потребу щодо заміщення нових робочих місць.

Визначення потенційного попиту передбачає розробку заходів, які забезпечують підприємство потенційними працівниками, які у майбутньому зможуть задовольнити потреби (попиту) підприємств в додаткових працівниках у розрахунку на коротко-, середньо- і довгострокові періоди.

Необхідно зазначити, що формування попиту на ринку праці на довгострокову перспективу є першочерговим завданням керівників підприємств регіону, яке має відбуватися з урахуванням кількісно-якісних змін у співвідношенні використовуваних ресурсів праці та капіталу, які обумовлені інноваційними трансформаціями та процесами розвитку національної економіки післявоєнного часу. Саме тому завданням майбутніх періодів є не просто визначення потреб у працівниках необхідної кваліфікації, а об'єктивний процес формування тренду пристосування підприємств регіону до змінних умов зовнішнього середовища, які вимагають постійного коригування вимог до робочої сили, її якості, особливостей, а також до кількісно-якісних характеристик робочих місць.



## Список використаної літератури

1. Воронцова, О. В. Проблеми формування попиту на працю в умовах нестабільного розвитку . Бізнес Інформ. 2014. № 2. С. 228–232.
2. Васильченко В.С., Василенко П.М. Ринок праці: теоретичні основи і державна практика: посібник для працівників державної служби зайнятості. Київ, 2000. 318 с.

*Arefiev Serhii,*  
*Doctor of economics,*  
*Professor of the Department of Management Technologies,*  
*National Aviation University*

## STRATEGIC POTENTIAL OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CIRCULAR ECONOMY

The potential of entrepreneurship in the circular economy is determined by the ability to effectively manage resources and create innovative business models. The transition to circular principles allows businesses to use recycled resources, reduce waste, and create products with a longer service life. This not only contributes to sustainable development, but also opens up new business opportunities. Adaptation to circular economy principles is becoming a key element of social and environmental responsibility of enterprises.

In a circular economy, businesses have significant strategic potential. The transition from traditional linear production models to circular principles opens up new opportunities to optimize resource use, reduce waste, and create sustainable business models. Businesses can actively use secondary resources, introduce service and leasing, which allows them not only to reduce costs but also to create new sources of income. It also stimulates innovation, as the development of new technologies for waste processing can provide a competitive advantage. In addition, adapting to circular economy principles facilitates regulatory compliance and identifies businesses as socially responsible. Overall, this approach not only promotes sustainable

development, but also opens the way to innovation and competitiveness in today's business environment.

"The convergent management approach is based on the organic combination of information technology capabilities with the peculiarities of building a spatial-digital economy, regional markets and multifunctional products when implementing the intersection of advanced achievements in technology, organization, planning, development of new communications, as well as the possibility of switching to different platforms of innovative cooperation [1].

Adapting to circular economy principles not only facilitates regulatory compliance and identifies businesses as socially responsible, but also becomes a key factor in their strategic positioning. By encouraging recovery and waste minimization, businesses are reflecting their willingness to join global sustainability initiatives. This is important not only to ensure the long-term sustainability of natural resources, but also to respond to the demands of a society that is increasingly focused on sustainability and responsibility.

Entrepreneurship in the circular economy is based on certain unique features. The first thing to consider is the emphasis on the efficient use of resources. Businesses in the circular economy are actively looking for opportunities to use secondary resources and avoid production waste. The second feature is the transformation of business models.

Instead of the traditional "produce-use-throw away" principle, businesses in the circular economy prefer to service, lease and repair, creating products with a longer service life. In addition, this requires constant innovation to develop and implement new technologies aimed at recycling and optimizing the use of resources. Social responsibility is also an important aspect. Businesses in the circular economy actively engage with the public and the authorities, responding to consumer expectations of sustainability and environmental awareness.

The structure of entrepreneurship in the circular economy differs from traditional models. The focus is on changing the way resources are managed and produced. Businesses are actively reorganizing their structure to ensure that the resource cycle is

closed and that recycled materials are used efficiently. One of the key features of the structure in the circular economy is the emphasis on service and leasing instead of traditional product sales. This paves the way for creating long-term relationships with customers and obliges businesses to ensure the quality and efficiency of their products throughout their entire life cycle.

The structure of a circular enterprise includes internal innovation and research to develop new technologies aimed at improving waste management and maximizing resource use. Collaboration with other enterprises, as well as with the public and industry organizations, becomes an important element of the circular structure. This facilitates the exchange of information, resources and best practices, contributing to the creation of an ecosystem of businesses that work together to use resources in a balanced and sustainable way. All of this indicates that the structure of circular enterprise is not only defined by production, but also by services, innovation, collaboration, and interaction with the ecosystem that produces and uses products in a more sustainable and efficient way.

In general, the circular economy is becoming a guiding principle that not only helps businesses fulfill their environmental and social obligations, but also opens up new ways to innovate and increase competitiveness. In this context, businesses that successfully integrate circular principles into their strategy can expect not only favorable environmental impacts, but also positive results in the economic and social spheres.

### **List of references**

1. Ареф'єва О., Побережна З. [Конвергентний розвиток інноваційного співробітництва в умовах просторово-циркулярної економіки](#). Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка». 2021. Випуск № 10 (20).
2. Kuzior Aleksandra, Arefieva Olena, Poberezhna Zarina, Ihumentsev Oleksiy. The Mechanism of Forming the Strategic Potential of an Enterprise in a Circular Economy. *Sustainability*. 2022, 14, 3258.
3. Prokhorova V, Korzh R, Mrykhina O, Koleshchuk O and Mirkunova T 2020 Innovative technologies under digital economics conditions *International Journal of Advanced Science and Technology* 29 pp 2504–2510

*Говсєєв Д.Д.,  
аспірант, кафедри економіки повітряного транспорту,  
факультету економіки та бізнес-адміністрування  
Національний авіаційний університет, м. Київ*

## **ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В АКТИВІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Впровадження цифрових технологій відіграє важливу роль у зміцненні соціальної відповідальності підприємств. Це відкриває шляхи для покращення взаємодії з різними зацікавленими сторонами та сприяє більш прозорому обміну інформацією. Цифрові інструменти сприяють відкритому діалогу зі споживачами, персоналом і громадськістю стосовно соціальних та екологічних ініціатив підприємства. Технології також допомагають в реалізації систем моніторингу та відстеження виробничих процесів, що забезпечує кращий контроль над екологічним впливом. З використанням аналізу великих обсягів даних підприємства можуть ефективно оптимізувати виробничі процеси, спрямовані на зменшення відходів та підвищення сталості. Цифрові інструменти також сприяють розробці та впровадженню соціальних програм та ініціатив, а також полегшують взаємодію зі співробітниками через електронні платформи. Це дозволяє підприємствам створювати кращі умови праці та реалізовувати соціальні пільги.

Розвиток цифрових інструментів для відстеження впливу та звітності є ключовим елементом технології. Сучасні системи аналізу даних можуть допомагати підприємствам ефективно вимірювати результати своїх соціальних ініціатив та надавати прозору інформацію зацікавленим сторонам. Цифрові рішення сприяють створенню систем моніторингу, що дозволяє підприємствам більш ефективно відстежувати та контролювати свій екологічний вплив. Аналіз великих обсягів даних допомагає виявляти можливості для оптимізації виробничих процесів та зменшення відходів, сприяючи впровадженню сталого виробництва. Зокрема, цифрові інструменти спрощують розробку та

впровадження соціальних ініціатив та програм. Вони полегшують комунікацію з персоналом, роблячи її більш прямою та ефективною.

Разом з тим, «підвищується конфліктогенність трудових відносин в умовах зростання невизначеності в усіх сферах соціального життя, невпевненості в майбутньому, зниження якості життя населення, посилення соціальної напруги в сучасному суспільстві, яка викликана політичною та економічною нестабільністю» [1, с. 237].

Цифрові технології стають ключовим інструментом для підприємств у підвищенні рівня соціальної відповідальності. Цей процес включає в себе використання різноманітних цифрових інструментів для моніторингу, аналізу та впровадження соціальних ініціатив. Цифрові платформи дозволяють підприємствам встановлювати та відстежувати цілі в галузі соціальної відповідальності, надаючи можливість ефективно взаємодіяти зі спільнотою та контролювати виконання стратегічних завдань. Застосування аналітики даних дозволяє підприємствам визначати вплив їхніх дій на соціальному рівні та вносити корективи в стратегії відповідно до потреб спільностей.

Використання цифрових засобів комунікації сприяє покращенню взаєморозуміння з споживачами та іншими зацікавленими сторонами. Соціальні мережі та онлайн-платформи роблять взаємодію з публікою більш прозорою та відкритою, що зміцнює довіру споживачів. До того ж, «еволюційний характер економічного розвитку та неминучість цифровізації, слід зазначити, що наразі не існує комплексного, цілісного підходу, який би забезпечив цифрову трансформацію всієї інноваційної системи підприємств» [3].

Цифрові технології відіграють ключову роль у підвищенні рівня соціальної відповідальності підприємств. Їх використання дозволяє підприємствам більш ефективно взаємодіяти з різними стейкхолдерами та здійснювати прозорий обмін інформацією. Сприяючи доступності та швидкості комунікації, цифрові інструменти допомагають підприємствам відкрити діалог із споживачами, співробітниками та громадськістю щодо їхніх соціальних та екологічних ініціатив. Більше того, цифрові технології дозволяють

впровадження систем моніторингу та відстеження виробничих процесів, що сприяє контролю над екологічним впливом підприємства. Аналіз великих обсягів даних дозволяє визначити області для оптимізації та зменшення відходів, що відповідає принципам сталого виробництва. Підприємства також використовують цифрові інструменти для розробки та впровадження соціальних програм та ініціатив. Вони можуть активно взаємодіяти зі співробітниками через електронні платформи, забезпечуючи найкращі умови праці та забезпечуючи соціальні пільги. Цифрові технології дозволяють підприємствам розширювати свій вплив на соціальному рівні, будуючи спільноти та запускаючи освітні та благодійні проекти. Загалом, інтеграція цифрових технологій у стратегію підприємства стає критичним чинником для досягнення високого рівня соціальної відповідальності в сучасному бізнес-середовищі.

Цифрові технології впливають на активізацію соціально-відповідальності підприємств через кілька ключових особливостей. По-перше, вони забезпечують нові можливості у сфері комунікації. Підприємства можуть взаємодіяти зі споживачами та зацікавленими сторонами через різноманітні цифрові канали, розширюючи діапазон інформації про свої соціальні ініціативи. Друга особливість полягає в можливості впровадження систем моніторингу та відстеження виробничих процесів. Це дозволяє підприємствам точно визначати вплив їхньої діяльності на довкілля та соціальну сферу. Аналіз цих даних може служити основою для прийняття рішень, спрямованих на поліпшення сталості та соціальної відповідальності. Третя особливість цифрових технологій - це збільшення прозорості та доступності інформації. Цифрові платформи дозволяють підприємствам детально представляти свою діяльність, включаючи соціальні та екологічні показники. Це сприяє підвищенню рівня довіри серед споживачів та сприяє усвідомленню їхніми клієнтами соціально-відповідальних практик.

### **Список використаної літератури**

1. Ареф'єва О.В., Коваленко Н.В. Стратегічні орієнтири соціально-відповідального бізнесу в умовах зеленої економіки. *Електронне наукове фахове*

видання «Адаптивне управління: теорія і практика» Серія «Економіка». Випуск 13 (26). 2022.

2. Лепейко Т. І., Назаров Н. К. Соціально-психологічні чинники конфліктів на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2021. №9. С. 236–243.

3. Прохорова В.В., Чобіток І.О. Форсайтно-інноваційний механізм управління підприємствами в умовах цифровізації: теоретичні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2023. №2. С. 78–85.

4. Kuzior, A.; Arefiev, S., Poberezhna, Z. (2023). Informatization of innovative technologies for ensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9 (1), 10-20.

**Калініченко З.Д.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри аналітичної економіки та менеджменту,  
Запорізький національний університет м. Запоріжжя*

**Гордієнко С.Д.**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Запорізький національний університет м. Запоріжжя*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ**

В Україні суттєвою перешкодою для формування державного управління земельними ресурсами є те, що земля не розглядається як комплексний об'єкт управління з боку державної влади. Але ж використання земельних ресурсів має бути раціональним і в довгостроковому, і в короткостроковому періоді. Земельне законодавство концептуально зосереджене на врегулюванні використання та перерозподілу земельного фонду. Забезпечити ж баланс державного управління та комплексного стратегічного планування або реалізації земельної політики на необхідному рівні, ще лише в намірах. Віддаючи належне теоретичному доробку вітчизняних дослідників, варто зазначити, що питання узагальнення й систематизації теоретичних засад дослідження управління земельними ресурсами ще не знайшли спрямованого на практику наукового обґрунтування.

У дослідженнях недостатньо висвітлено процеси децентралізації та

проблеми системи місцевого самоврядування в управлінні цією сферою, поза увагою дослідників залишилася конкретика регіональних проблем. Аналіз стану розробленості цієї проблематики в сучасній науковій літературі дав змогу з'ясувати сутність досліджуваних понять і принципів. У суспільстві дедалі більше усвідомлюється роль створеного національного багатства як джерела досягнення економічного добробуту. Актуальними залишаються дослідження європейського досвіду системи державної політики формування та реалізації управління земельними ресурсами на сучасному етапі.

У програмі земельної реформи 90-х рр. земля в Україні була предметом законотворчих процесів, що встановлювали власника землі. Враховувалось, що використання земельних ресурсів має бути спрямоване не лише на забезпечення сталого раціонального освоєння земель, а й на створення чітких засад забезпечення земельними ресурсами діяльності державних органів щодо забезпечення економічного розвитку. У сучасних умовах сформувалася система, яка покликана створити і об'єднати ефективно господарюючих на землі всіх суб'єктів, в тому числі держави, підприємств і громадян.

Виявлення повних достовірних даних вимагало проведення тривалого дослідження матеріалів, і, зрештою, в багатьох випадках цей процес був надзвичайно повільним. Для того, щоб могли діяти земельні ринки, власники землі та нерухомості мали представити доказове правовласності на продаж. Землекористування здійснюється за допомогою застосування заходів економічного стимулювання, оподаткування та інших видів діяльності, а контроль за використанням та охороною земель покликаний забезпечити дотримання всіма суб'єктами відносин вимог земельного законодавства.

Завжди кожна влада має створити окремі можливості для інститутів з управління земельними ресурсами із прозорими правилами, встановленими законами та повноваженнями, із визначенням ролі організацій та підприємств, які відповідають за реєстрацію земельних державних даних, оцінюють земельні ділянки та регулюють процедури землекористування. У багатьох європейських країнах є головний державний підхід, згідно з яким можна виділити дві основні



форми власності: право власності на нерухомість та власність на засадах оренди. Право власності означає, що власник може робити з землею, що хоче, при влаштуванні обмежувальних умов та різних планувальних норм, які встановлюються в законному порядку відповідно до використання землі.

Основна діяльність у сфері земельних відносин – це будівництво нерухомості та використання майна із використанням землі; прийняття законодавства щодо земельної реформи; нормативно-правові акти, що регулюють реалізацію управління земельними ресурсами; законодавство, яке стосується права власності та інформації на нього. У різних європейських країнах даються різні визначення «землі» та «нерухомого майна» стосовно прив'язки до об'єктів, будівель та інших факторів[2].

Земля може бути предметом дій влади щодо підтвердження правового статусу та виявлення справжнього власника з наявністю відповідної документації. Чітке виділення складових елементів державного управління має бути скероване на забезпечення ефективного виконання наміченого. Наявність складників, їх структурування з виділенням елементів мають впливати з логіки призначення і змісту конкретного механізму та підтверджуватися наявним досвідом реалізації, при цьому важливо врахувати закордонний досвід регулювання земельних відносин. На певному етапі розвитку земельних відносин роль окремо взятих механізмів державного управління неоднакова і, відповідно, окремі з них або виступають на перший план, або будуть застосовуватися в повному обсязі пізніше за певних обставин.

Системою земельного права мають бути закладені положення: платність землекористування, ведення державного земельного кадастру, проведення моніторингу земель, здійснення всіх видів землеустрою, проведення державного земельного контролю та охорони земель.

### **Список використаної літератури**

1. Сакаль О.В. Механізми управління земельними відносинами в контексті забезпечення сталого розвитку. Київ : Державна установа «Інститут

економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2019. 52 с.

2. Латинін М.А. Шляхи удосконалення системи державного управління земельними відносинами в Україні. Публічне управління: теорія та практика : Зб. наук. праць Асоціації ДН з держуправління. Харків:2020. №2. С. 97-104.

**Долинська Я.М.**  
здобувач вищої освіти ступеня магістра  
ОПП «Облік і оподаткування»  
спеціальності «Облік і оподаткування»  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н, доц. Савчук Т.В.**  
Івано-Франківський національний  
технічний університет нафти і газу

## АНАЛІЗ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЗА 2017-2022 РОКИ

Фінансові інвестиції відіграють важливу роль у формуванні основного капіталу країни. У довгостроковій перспективі інвестиції важливі для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності економіки. Країни, які мають більше інвестиційних зобов'язань являються більш прогресивними.

Здійснення аналізу фондового ринку надає уявлення про теперішній стан ситуації на ринку цінних паперів в сьогоdnішніх реаліях України. Крім того, провівши аналітику фондового ринку України, можна знайти шляхи для покращення сьогоdnішньої ситуації.

Таблиця 1. Обсяг та кількість випуску акцій, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку України протягом 2017-2022 років

Період	Обсяг випуску акцій, млн.грн	Різниця з попереднім роком	Кількість випусків, шт	Різниця з попереднім роком
2017	324 844,24	-	118	-
2018	22 263,97	-302 580,27	93	-25
2019	63 539,38	+41 275,41	78	-15
2020	32 982,80	-30 556,58	71	-7
2021	42 884,28	+9 901,48	86	+15
2022	35 048,30	-7 835,98	20	-66

Таблицю створено на основі даних [1]

Протягом 7-річного періоду спостерігається погіршення ситуації щодо випуску акцій в Україні. У той час, коли окрім реконрдого за 7-річний період, 2017 року, динаміка мала стабільні коливання, - у воєнний час випуск акцій впав у 4 рази.

Таблиця 2. Обсяг та кількість випуску облігацій підприємств, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів України протягом 2017-2022 років

Період	Обсяг випуску облігацій підприємств, млн.грн.					Кількість випусків, шт	Різниця з попереднім роком
	Підприємства (крім банків, страхових компаній)	Банки	Страхові компанії	Загальний обсяг зареєстрованих випусків	Різниця з попереднім роком		
2017	5 650,30	2 700,00	0,00	8 350,30	-	114	-
2018	15 458,53	0,00	0,00	15 458,53	+7 108,23	110	-4
2019	11 006,08	200,00	0,00	11 206,08	-4 252,45	88	-22
2020	32 749,00	200,00	0,00	32 949,00	+21 742,92	96	+8
2021	9 779,08	200,00	0,00	9 979,08	-22 969,92	113	+17
2022	2 026,45	0,00	0,00	2 026,45	-7 952,63	39	-74

Таблицю створено на основі даних [1]

Протягом 7-річного періоду спостерігається позитивна динаміка до 2020 року щодо випуску облігацій. Однак, ближче до повномасштабної війни в Україні, ситуація погіршується.

Таблиця 3. Обсяг та кількість випуску інших фінансових інструментів, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку України протягом 2017-2022 років

Період	Обсяг випуску інших фінансових інструментів, млн грн				Інститути спільного інвестування, шт	Різниця з попереднім роком
	Інвестиційні сертифікати пайових інвестиційних фондів	Різниця з попереднім роком	Акції корпоративних інвестиційних фондів	Різниця з попереднім роком		
2017	6 260,00	-	13 710,00	-	2 337	-
2018	5 940,00	-320,00	16 600,00	+2 890,00	2 451	+114
2019	12 950,00	+7 010,00	25 000,00	+8 400,00	140	-2 311
2020	5 050,00	-7 900,00	38 520,00	+13 520,00	244	+104
2021	7 530,00	+2 480,00	50 900,00	+12 380,00	331	+87
2022	1 370,00	-6 160,00	19 000,00	-31 900,00	70	-261

Таблицю створено на основі даних [1]

З даних таблиці спостерігається, що обсяг випусків інвестиційних сертифікатів пайових інвестиційних фондів зареєстрованих Комісією протягом 2017-2022 років сягнув негативного рекордного показника під час воєнного стану – у 2022 році.

Протягом періоду 2017-2022 обсяг випуску акцій корпоративних інвестиційних фондів мав позитивну динаміку до початку повномасштабної війни в Україні. Після початку воєнних дій кількість випущених акцій корпоративних інвестиційних фондів у 2022 зменшилася у 2,5 рази.

Кількість внесених до ЄДРСІ корпоративних інвестиційних фондів та пайових інвестиційних фондів стрімко зменшилася у воєнному 2022 році.

Окрім того, в грудні 2020 року було вилучено з ЄДРСІ 1 пайовий та 1 корпоративний інвестиційних фондів; за грудень 2021 було вилучено 3 пайових та 0 корпоративних інвестиційних фондів.

Отже, повномасштабна війна зумовила чимало проблем для розвитку фондового ринку України.

Невід’ємною складовою відновлення фондового ринку має стати його інтеграція у світові фінансові ринки. На українському фондовому ринку доступні тільки військові облігації, інвестори не можуть купувати бажані цінні папери, не всі емітенти виплачують купонні доходи, вартість акцій українських компаній падає.

Однак, присутні і позитивні моменти: з початку березня 2023 в Україні діє спрощена процедура ідентифікації інвестора та підтвердження джерел походження коштів. Українці почали активно купувати воєнні ОВДП через спрощення системи та можливість підтримання Збройних Сил України. Тисячі людей, які раніше не задумувалися про фондові ринки, почали інвестувати кошти. Це стимулюватиме розвиток ринку надалі та спрацює у вигляді якісної підтримки для країни у повоєнний час, після перемоги України.

### **Список використаної літератури**

1. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку про аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку України. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/>

*Калиніна О.О.*  
*здобувачів вищої освіти кафедри Управління та адміністрування*  
*Аніщенко Л.О.*  
*старший викладач кафедри Управління та адміністрування*  
*Усіченко І.В., к.ф.н., доцент*  
*доцент кафедри Управління та адміністрування*  
*Український державний університет науки і технологій*  
*Навчально-науковий інститут промислових та бізнес технологій*  
[an.lud.98@gmail.com](mailto:an.lud.98@gmail.com)

## **ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ВІКНА ЕКСПРЕС» ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Розвиток – є важливою передумовою ефективності функціонування вітчизняних підприємств, суттєвою перевагою у конкурентній боротьбі і запорукою успіху, а ринкове середовище його функціонування є відображенням стану та динаміки економічних та соціальних процесів.

Реалії української економіки пріоритетним чинником ефективного господарювання визначають взаємодію господарюючого суб'єкта з його соціальним середовищем. Віддається перевага гуманістичному підходу в управлінні, зростає роль соціальної корисності організації, що створюють перспективи розвитку окремим фірмам, галузям та суспільству в цілому.

Термін «соціально-економічний розвиток» відображає кореляційну залежність між рівнем економічного розвитку і вирішенням соціальних проблем країни і її господарюючих суб'єктів. Під даним терміном розуміють процес трансформації відносин між економічними суб'єктами та соціальними групами населення.

Соціально-економічний розвиток – складний суперечливий процес, у якому взаємодіють позитивні і негативні фактори, а періоди прогресу змінюються періодами регресу. Політичні і військові потрясіння, соціальні конфлікти, екологічні катастрофи можуть призупинити розвиток економіки

будь-якої країни, відкинути її на кілька десятиліть назад, а іноді привести і до остаточної загибелі, як це було з древніми цивілізаціями [1].

Ознаками соціально-економічного розвитку для підприємства слід вважати в економічній сфері:

- економічний ріст – кількісний бік розвитку економічної системи, що характеризується розширенням її масштабів (нарощення обсягів виробництва та реалізації продукції, розширення частки ринку, підвищення рівня доходів підприємства, тощо);

- структурні зрушення – це зміни пов'язані з переходом до новітніх прогресивних технологій використанням ресурсів, що сприяє покращенню кінцевих результатів діяльності підприємства;

- оновлення асортименту продукції і послуг;
- впровадження інноваційних технологій в управлінні;
- нарощення фізичного обсягу капіталу підприємства;
- задоволення потреб споживачів;
- тощо.

Ефективність соціального розвитку – характеристика соціального середовища організації, що виражає відповідність між впливом на персонал результатів соціальних заходів, у тому числі впровадження нових соціальних технологій, і витратами матеріально-фінансових й інших ресурсів на їхнє здійснення [2].

Проблема мотивування персоналу є ключовою функцією управління, однією з найважливіших передумов досягнення стратегічної мети розвитку виробничих підприємств за сучасних умов.

Відповідно наявна очевидна потреба у формуванні науково-обґрунтованого механізму мотивації праці на підприємстві ТОВ «Вікна Експрес», який будучи гнучким, відповідатиме вимогам сучасних умов.

Цілями підприємства ТОВ «Вікна Експрес» на сьогодні є: підтвердити звання лідера на ринку і зберегти лідируючі позиції протягом тривалого часу; розробити план реалізації на майбутній рік; отримання прибутку; захопити

більшу частину ринку (70% - 80%); підвищувати гнучкість виробництва, оперативно впроваджувати нову техніку і технологію; скорочення виробничих витрат і збільшення прибутковості; підвищення гнучкості виробництва; підвищення якості продукції.

При формуванні мотиваційного механізму необхідно комплексно та цілісно підходити до питання матеріальної та нематеріальної складової мотивації. Матеріальне стимулювання спрямовано перш за все на задоволення первинних потреб (фізіологічні), нематеріальне - на задоволення вторинних потреб (психологічні). Лише задоволення потреб нижчого рівня спонукає до подальшого задоволення потреб вищого рівня [3].

Крім того, для підвищення своєї ефективності система мотивації повинна враховувати як індивідуальні показники діяльності робітника, так і його структурного підрозділу та підприємства в цілому, що дозволяє максимізувати результативність сформованої системи.

Відповідно, вважаємо, що структура системи мотивації працівника повинна бути націлена на результат і може мати такий вигляд: основна заробітна плата; стимулювання за індивідуальні показники діяльності; стимулювання за результативність діяльності структурного підрозділу; стимулювання за результативність діяльності підприємства в цілому.

При розробці системи базових показників для демонстрації цілей працівникам пропонується застосувати механізми побудови системи збалансованих показників і базових показників ефективності. Варто зауважити, що стратегічні цілі мають бути представлені чітко і зрозуміло через конкретні завдання та відповідні дії, реалізація яких дозволить досягнути бажані результати.

Гнучкість системи мотивації повинна досягатись дієвими важелями та засобами стимулювання кадрів щодо підвищення їх зацікавленості працювати якісно та продуктивно, досягаючи конкретних вимірюваних результатів (натуральних і вартісних показників, кількості здійсненої праці, її якості тощо) [4].

## Список використаної літератури

1. Богатирьов І.О. Управління розвитком підприємства (за матеріалами малих підприємств меблевої промисловості України): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Європейський ун-т фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. – К., 2004. – 22 с.
2. Погорелов Ю. С. Розвиток підприємства: поняття та види. – [http://www.nbuu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp88/knp88\\_75-81 .pdf](http://www.nbuu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp88/knp88_75-81.pdf)
3. Менеджмент персоналу: Навчал. посіб. Вид. 2-ге, без змін / В. М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін.; За заг. ред.. В.М. Данюка, В.М. Летюха. – К.: КНЕУ, 2006. – 398 с.
4. Гончаров Г.О. Структура мотиваційного механізму трудової діяльності // Регіональні перспективи. – 2000. - № 2-3 (9-10). – С.128-129.
5. Цимбалюк С. О. Технології управління персоналом : навч. посіб. / С. О. Цимбалюк. - К. : КНЕУ, 2009. - 399 с.

*Калініченко З.Д., доцент, кандидат економічних наук  
кафедра міжнародної економіки, економіки природних ресурсів  
Дніпровський національний університет  
[kalina.donntu@gmail.com](mailto:kalina.donntu@gmail.com)*

## СТРАТЕГІЇ СИНЕРГІЇ СПІВПРАЦІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ БІЗНЕСОМ

Уряд України схвалив Стратегію комунікації з питань європейської інтеграції на період до 2026 року, а також Операційний план її реалізації у 2022-2024 роках. Основною метою Стратегії є утвердження в українському і європейському суспільстві свідомої підтримки набуття повноправного членства України в Європейському Союзі, інтеграції в європейський економічний, культурний і політичний простір та здійснення внутрішніх реформ і перетворень, спрямованих до вільного, справедливого, демократичного, успішного суспільства, що спирається на європейські цінності [1].

Успішна реалізація завдань з європейської інтеграції базується на конкурентоспроможності та експортоорієнтованості українських підприємств. Синергія співпраці підприємств на сучасному етапі необхідна для входження на



європейський ринок. Стратегії зовнішньоекономічної діяльності зумовлюють необхідність на державному рівні виконання таких завдань, як:

- адаптація національного законодавства України у відповідність до законодавства Європейського Союзу та розроблення проектів нормативно-правових актів України з урахуванням вимог Європейського Союзу;

- створення сприятливих зовнішньополітичних умов для забезпечення політичної безпеки України на міжнародній арені, а також повноправної участі держави у глобальних та регіональних безпекових структурах;

- підвищення ефективності координації, взаємодії та державного контролю за діяльністю органів виконавчої влади України з питань європейської інтеграції;

- створення привабливого інвестиційного клімату в Україні та залучення міжнародної допомоги Євросоюзу з метою розвитку економіки України;

- реалізація комплексних заходів щодо підвищення міжнародного іміджу України та рівня поінформованості міжнародного співтовариства про політичну ситуацію у державі;

- підготовка та імплементація міжнародних проектів і програм з питань спрямованих на розширення формату євроінтеграційного співробітництва [2].

Бізнесові стратегії українських компаній, що виходять на зовнішні ринки, проявляються в підтвердженні своїх ділових принципів в різноманітних галузях, на різних ринках, а також у діях і підходах, спрямованих на поліпшення спільної діяльності груп диверсифікованих підприємств, у тому числі зарубіжних.

Розробка успішної стратегії для диверсифікованої компанії передбачає:

1. Дії по досягненню диверсифікації. Цей аспект корпоративної стратегії визначає, чи буде диверсифікація обмежуватися кількома галузями промисловості або розповсюджуватися нарізні галузі, що і визначить позицію компанії в кожному із цільових бізнесів.

2. Кроки з поліпшення загальних показників роботи в тих галузях, де вже діє компанія. З укріпленням позиції компанії корпоративна стратегія концентрується на поліпшенні роботи в усіх сферах її діяльності. Рішення повинні бути прийняті по відношенню до посилення конкурентних позицій у

довгостроковій перспективі і прибутковості підприємств, у які вкладені засоби. Стратегічне управління диверсифікованою компанією зазвичай містить у собі орієнтацію на стратегію швидкого росту найперспективніших підприємств, забезпечення нормального функціонування основних сфер діяльності.

3. Довгострокові стратегії, як правило, пов'язують з отриманням синергічного ефекту від спільної діяльності споріднених підприємств і перетворення такого ефекту в конкурентну перевагу. Стратегія синергії ще раз доводить, що пов'язана диверсифікація є дуже ефективним засобом поліпшення показників доданої вартості, підвищення прибутків.

4. Створення інвестиційних пріоритетів і надходження ресурсів корпорації в перспективні сфери. Різноманітні види діяльності диверсифікованої компанії відрізняються одна від одної з погляду інвестування додаткових засобів. Керівнику компанії доводиться визначати напрямки інвестування в сфери діяльності для розподілу коштів у найбільш перспективні.

Синергетична корпоративна стратегія створюється керівниками вищої ланки. Вони несуть головну відповідальність за аналіз повідомлень і рекомендацій, що надходять від керівників більш низької ланки управління. Терміном «бізнес-стратегія» позначають план управління окремою сферою діяльності компанії, в тому числі і зі спорідненими підприємствами на зарубіжних ринках. Бізнес-стратегія складається з підходів і напрямів, розроблених з метою досягнення найкращих показників створення доданої вартості[4].

Стратегічні дії необхідні для кожної функціональної сфери діяльності, щоб підтримати конкурентоздатність корпорації. Стратегічна єдність і координація дій різноманітних напрямів посилюють синергетичний ефект стратегії. Відповідність між діловою стратегією, функціональною й операційною стратегіями настає при переході від організаційної взаємодії до діяльності згідно поставлених цілей.

Менеджери відповідають за встановлення цілей роботи і починають стратегічні дії, що будуть допомагати досягненню цілей підприємств і

підрозділів, покращувати виконання довгострокової стратегії синергії співпраці задля отримання додаткової доданої вартості. Це означає, що процес створення синергетичної стратегії більшою мірою спрямований зверху вниз. Менеджери не можуть бути гарними розроблювачами стратегії без розуміння довгострокового напрямку розвитку компанії і стратегій більш високого рівня керування.

### **Список використаної літератури**

1. Національна економічна стратегія – 2030. *Центр економічного відновлення*: сайт. 2021. URL: [https:// nes2030.org.ua/rec246061582](https://nes2030.org.ua/rec246061582)
2. Осташко Т. О., Лір В. Е., Венгер В. В., Олефір В. К., Биконя О. С. Зміна традиційних позицій українського експорту. *Економіка і прогнозування*. 2019. № 2. С. 57-74.

***Кібець А.М.,**  
здобувач кафедри економіки та менеджменту  
Українська інженерно-педагогічна академія (м. Харків)  
kibets.arthur@gmail.com*

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У РОЗВИТКУ E-COMMERCE**

З впровадженням цифрових технологій необхідний обсяг ресурсів для ведення комерційної діяльності підприємства значно скоротився, що звільнило час для підвищення рівня якості продуктів чи удосконалення послуг компаній. В результаті чого, навантаження для підвищення рівня конкурентоздатності продукції чи послуг зросли. Логічним постає актуальне питання: «За допомогою якого інструменту можливо підвищити результативність впровадження змін?».

Маркетингові дослідження відіграють головну роль при процесі відкриття підприємства та підтримці його конкурентоздатності в умовах інтенсивних трансформацій. Темпи впровадження змін на ринках обумовлюються рівнем конкуренції, в результаті деякі маркетингові дослідження (аналіз цін та акційних пропозицій, моніторинг обсягів ринку та інші) потрібно проводити «без перерви» для активного розвитку E-commerce.

Розглянемо більш детально основні напрями маркетингових досліджень та виділимо їх роль в розвитку компанії, а саме: маркетингові дослідження потреб споживачів; маркетингові дослідження виробничого потенціалу компаній; маркетингові дослідження продуктів і інновацій; маркетингові дослідження конкурентів [1-3].

Маркетингові дослідження потреб споживачів. В даному напрямку досліджуються основні параметри цільових аудиторій (вік, рівень доходу, освіта та інші), поведінка споживачів на сайті або інших веб-платформах.

Роль в розвитку компанії в даному напрямі полягає у: реорганізація пропозицій (акції, комбінування товарів та інші вигідні умови продажу), що призведе до збільшення кількості замовлень; удосконалення налаштувань рекламних компаній, додавання нових рекламних інструментів, створення спеціалізованих воронок продажу; поліпшення UX/UI на сайті, що підвищить рівень досвіду користувачів; зменшення рівня випадків щодо повернення товарів.

Маркетингові дослідження виробничого потенціалу. Головним предметом дослідження цього напрямку є обсяг запитів на товарні позиції, дельта їх зміни за період часу (сезонність та інші інформаційні приводи), дослідження цін та моделей ціноутворення.

Роль в розвитку компанії в цьому напрямі полягає у: прогнозуванні обсягів виробництва та ефективне формування складських залишків; формування бюджету для просування продукції враховуючи коефіцієнти сезонності та інші інформаційні фактори; розробка конкурентоздатної моделі ціноутворення для продуктів та послуг компанії; формування графіку зміни цін на продукти компанії (враховуючи тенденції на ринку).

Маркетингові дослідження продуктів і інновацій. Виконується дослідження пропозиції на ринку (їх переваги та недоліки з точки зору функціональності та якості), пошук інновацій.

Роль в розвитку компанії в цьому напрямі полягає у: формування планів «продуктового» розвитку в компанії; формування графіку впровадження

інновацій на ринку.

Маркетингові дослідження конкурентів. Сфера дослідження це пошук нових компаній, які виходять на ринок та оцінка їх потенціальних можливостей зі створення конкурентних переваг.

Роль в розвитку компанії в даному напрямі полягає у: аналіз діяльності конкурентів, визначення їх переваг та недоліків; адаптація маркетингової діяльності підприємства до конкурентних умов середовища; адаптація промислово виробничих обсягів до нових конкурентних викликів .

Маркетингове дослідження - це детальне вивчення певної області даних з метою отримання висновків, які збільшать результати (прибутковість) компанії та розвитку E-commerce. Важливим фактором, який впливає на результат є сфера проведення дослідження, адже ресурс постійно обмежений. Перед початком маркетингових досліджень формується гіпотеза (статистично від кількості сформованих гіпотез залежить кінцевий результат), творчий процес формування та акумулювання гіпотез повинен бути налагоджений на підприємстві на регулярній основі (створений регламент) за такими принципами: залучені до розробки гіпотез повинні бути всі співробітники компанії; потрібно організувати місце де співробітники можуть залишати гіпотези; сформувану диференційовану систему мотивації, що буде залежати від результатів впровадження запропонованих інновацій.

Отже, розглядаючи розвиток маркетингових досліджень та сферу їх застосування можливо зробити висновок що своєчасний, актуальний, об'єктивний збір інформації це один із головних чинників який дає компанії перевагу в часі для прийняття та реалізації змін для збереження конкурентної переваги. Важливим фактором успіху при проведенні маркетингових досліджень є всебічне формування гіпотез та розвитку E-commerce.

### **Список використаної літератури**

1. Мушникова С.А. Управління фінансово-господарською діяльністю підприємств в умовах фінансової кризи. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*, 2014, № 3 (27) С.23-31.

2. Чобіток В.І. Адаптивно-інноваційна трансформація парадигми маркетингу в умовах цифрової транспарентності. *Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації*: колективна монографія. за ред. д. е. н. проф. Чобіток В. І. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2023. С.250-267.

3. Чобіток В.І. Формування системи оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності. *Соціальна економіка. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна №1 (53)* Харків. 2017. С.135-139.

*Леонідов І.Л., к.е.н., доцент  
доцент кафедри міжнародної економіки  
і соціально-гуманітарних дисциплін  
Український державний університет науки і технологій  
leonidovil@gmail.com*

## **ВЛАСНІСТЬ ТА ПРИВЛАСНЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ: ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Постановка проблеми.** У якості перспектив повоєнної відбудови України окреслюються [1] умови глобалізації (з властивими їй проблемами глобального потепління, продовольчої і водної безпеки, стихійних лих, соціальних конфліктів та ін.), залежність від зовнішніх джерел фінансування і матеріальної допомоги, а також збереження зовнішніх пріоритетів розвитку країни (наприклад, набуття повноцінного членства в Європейському Союзі) та вагомої ролі держави в регулюванні національної економіки. При цьому, домінування товарно-грошових відносин в умовах глобалізації не підтверджує формування її універсальної глобальної моделі економіки. Різноманітність моделей національних економік актуалізує дослідження особливостей екстерналізації привласнення інтелектуального продукту в умовах глобалізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В економічних дослідженнях, традиційний аналіз умов глобалізації (як глобального обміну товарами та

послугами) доповнений вивченням постійного обміну культурними надбаннями людської цивілізації (через інтенсифікацію інформаційної взаємодії) та перетворенням знань та інформації на основний фактор економічного розвитку, переважно, в спектрі: форм історичного процесу (О. Білорус [2], Ю. Пахомов [3]); сучасного економічного феномену (А. Гальчинський [4], В. Гейєць, Д. Лук'яненко); протогобалістичних тенденцій (І. Валлерстайн [5], П. Кругман [6]) тощо. Обґрунтування такого факторного впливу кореляцією з володінням та користуванням знаннями (як умови особистісної, соціальної та національно-державної диференціації на глобальному рівні) сприяло поясненню можливостей розвинених країн (лідерів глобальної економіки) до привласнення нового знання. Цим, дослідники умов глобалізації наблизилися до визнання зв'язку з власністю й привласненням інтелектуального продукту та розуміння, наприклад, прояву привласнення інтелектуального продукту у трансфері технологій.

Дійсно, в дослідженнях трансферу технологій виявляються певні атрибутивні характеристики належності та набуття інтелектуального продукту як то монопродукт, моноактор чи моноформізм. До того ж, різноманітність умов глобалізації охоплює: світові ринки (товарів, послуг, фінансовий та ін.), глобальні інформаційні системи, діяльність транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків, утворення й функціонування міжнародних економічних організацій тощо. Однак, найбільш виразно умови глобалізації виявляються саме у дослідженнях власності й привласнення засобів, результатів та умов праці в сфері інтелектуальної діяльності.

**Формулювання цілі статті.** Метою є виявлення заходів регулювання екстерналізації привласнення інтелектуального продукту в умовах глобалізації, корисних для національної економіки України.

**Викладення основного матеріалу.** З авторського погляду, в умовах глобалізації специфіка екстерналізації привласнення інтелектуального продукту виявляється на фоні загострення конкуренції між установами державної власності (класичні університети) та транснаціональними корпоративними установами (прибуткові та неприбуткові освітні корпорації різних провайдерів

вищої освіти, в том числі корпоративні й віртуальні університети). Зазначене відобразили прихильники теорій глобалізації у намаганнях обґрунтувати каузальність комерціалізації, ринкового механізму й конкуренції в сфері екстерналізації привласнення інтелектуального продукту, що обумовлює наслідок – підвищення якості олюдненого інтелектуального продукту та корисності від його належності глобальним акторам для національних суб'єктів господарювання. Однак, в товарних умовах такий причинно-наслідковий зв'язок можливий при захисті неосно-конструктивістського набуття олюдненого інтелектуального продукту національними акторами перед «компіляційний» набуттям його глобальними конкурентами. Звідси, прояв відміченої можливості фіксується в асиметричності наслідків для різних груп країн: для розвинених країн – значно переважає корисність, а для країн, що розвиваються, – втрати превалюють над величиною корисності.

Болонський процес, як свого роду консолідація національного рівня привласнення олюдненого інтелектуального продукту в європейських країнах, був покликаний забезпечити їм привласнення корисності в частині актуалізації належності такого інтелектуального продукту регіональними акторами. Передбачалося, що після приєднання України до Болонської конвенції збільшаться обсяги набуття олюдненого інтелектуального продукту українськими акторами, наприклад, через прийом до національних закладів освіти, особливо з країн, що розвиваються та республік колишнього СРСР. Однак, виявилось, що в умовах приєднання України до Болонської системи, корисність від привласнення олюдненого інтелектуального продукту формалізувалася в ефектах визнання кваліфікаційного рівня випускників українських університетів за кордоном; можливості навчання студентів із країн-членів Болонської конвенції в Україні, а втрати – в скасуванні гуманітарно-технічних традицій вітчизняної вищої школи; націленості практико-орієнтованої освіти на вузьку область; загрози різкого відтоку талановитих вітчизняних випускників за кордон.

Відомо, що метою власності й привласнення легітимного інтелектуального



продукту є забезпечення монополії на інтелектуальний продукт як результат творчої діяльності. Досягнення такої мети стимулюється тим, що кількість творів, патентів і торгових марок збільшується щодня, як і зростають витрати володарів легітимного інтелектуального продукту на моніторинг порушень та лобіювання власних інтересів. Однак в умовах глобалізації досягнення такої мети перетворюється на фактор трансформування технологічної революції «із шляху до свободи – на шлях до експлуатації у світовому масштабі». Концепція конкурування актуалізації належного інтелектуального продукту національним актором з актуалізацією не належного інтелектуального продукту будь-якими акторами для цілей, комерційних або некомерційних охоплює частину інтелектуального продукту, легітимну у межах авторського права та не торкається патентів та ліцензій. Наявна ілюстрація факту панування великих володарів (інтелектуальний продукт легітимний патентами та ліцензіями) над відносно дрібними (інтелектуальний продукт легітимний у межах авторського права) в умовах глобалізації. При цьому, латентність належного інтелектуального продукту відносно дрібним володарям «позбавлена» такого панування. Зазначене підкреслює загострення суперечності розвитку суб'єктів привласнення інтелектуального продукту – накопичення його латентної належності як головної перешкоди розвитку інтелектуальної діяльності.

В умовах глобалізації екстерналізація привласнення легітимного інтелектуального продукту виходить за національні межі та опосередковується, насамперед, міжнародним трансфером технологій. Зазначене пов'язане з розповсюдженням і практичним використанням інтелектуального продукту (в формі технологій) у міжнародному середовищі, а також у «глобальних мережах інноваційної діяльності», прикладами яких є інноваційні комплекси транснаціональних корпорацій. Це ілюструє панування транснаціональних корпорацій, як володарів великої власності над відносно дрібними національними власниками. Такі володарі великої власності як транснаціональні корпорації та країни їх походження (як правило – розвинені країни) мають корисність при актуалізації належного інтелектуального продукту в глобальній

економіці, а національним економікам лишаються втрати попри спроби реалізації пріоритетів державного регулювання національної економіки без об'єднання власності академічної і галузевої науки, а також промислових фірм із високотехнологічних галузей.

**Висновки.** За результатами аналізу заходів регулювання екстерналізації привласнення інтелектуального продукту в умовах глобалізації, можна зробити такі висновки:

1) основою регулювання екстерналізації привласнення інтелектуального продукту в умовах глобалізації виявлено панування транснаціональних корпорацій, як володарів великої власності над відносно дрібними національними власниками;

2) можливості регулятивного впливу міжнародних та регіональних економічних організацій на екстерналізацію привласнення інтелектуального продукту в умовах глобалізації реалізуються у спектрі «корисність - втрати» як: асоційовані (в глобальному соціальному кластері творців), сателітні з неформальними організаціями (в глобальному соціальному кластері продуцентів), підпорядковані діяльності ТНК (у глобальному соціальному кластері посередників-підприємців-новаторів);

3) виявленими заходами регулювання екстерналізації привласнення інтелектуального продукту є: фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок (в частині набуття неосно-конструктивістського та неосно-інтеграціоністського інтелектуального продукту в глобальному кластері творців); надання патентів, ліцензій (стосовно належності легітимного інтелектуального продукту національним акторам в глобальному кластері продуцентів); впровадження нововведень у виробничій діяльності підприємств (відносно актуалізації належності легітимного інтелектуального продукту національним акторам в глобальному соціальному кластері посередників-підприємців-новаторів).

### Список використаної літератури

1. Геєць В.М. Формування профілю стратегічно важливих видів промислової діяльності в Україні (погляд на перспективу) // Економіка України, 2023. № 09. С.3-29.
2. Белорус О. Экономическая система глобализма / О. Белорус. К. : КНЕУ, 2003. 380 с.
3. Цивилизационная структура современного мира. В 3-х т. / под ред. Ю. Пахомова и Ю. Павленко. К. : Наук. думка. Т. 1. 2006. 686 с.; Т. 2. 2007. 692 с.; Т. 3, Кн. 1. 2008, 544 с.; Т. 3, Кн. 2. 2008. 640 с.
4. Гальчинский А. Кризис и циклы мирового развития / А. Гальчинский. К. : АДЕФ-Украина, 2013. 480 с.
5. Wallerstein Immanuel. The Modern World System II: Mercantilism and the Consolidation of the European World-Economy 1600-1750. New York: Academic Press., 1980. 388 p.
6. Krugman Paul. The Great Unraveling: Losing Out Way in the New Century. W.W.Norton & Co., 2003. 320 p.

*Лесюк Р.І., студентка  
магістр, 1 курс*

*Гораль Л.Т., д.е.н., професор*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
[rosalijalesiuk@gmail.com](mailto:rosalijalesiuk@gmail.com)*

## ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ

Багато вітчизняних підприємств має не достатньо розвинену та неефективну систему управління, яка підтверджує показники їхньої діяльності [1]. Задля отримання кращих результатів слід застосовувати процедуру фінансового планування, що створить можливість якісного оцінювання та управління грошовими потоками підприємства для визначення пріоритетних напрямів реалізації капіталу та ефективності використання процесів, які бажані для підприємства в майбутньому. Взаємоузгоджуючи доходи і витрати, менеджмент підприємства здатний виявити «вузькі» місця в організації та фінансуванні бізнес-процесів. Як вірно підмічено в [2], сьогодні фінансове планування має забезпечити формування та виконання стратегічних цілей розвитку підприємства.

Фінансовий план – має великий вплив на економіку підприємства, де відбувається порівняння початкових витрат для здійснення діяльності з реальними можливостями, і в результаті коригування, досягається матеріально-фінансова збалансованість [3]. Він стає базою для фінансової стійкості, якщо чітко і вірно створений й має можливість бути виконаним, зокрема, і на підприємствах лісової галузі.

Фінансовий план підприємства повинен забезпечити цілісний фінансовий розвиток підприємства, а не тільки позитивний фінансовий результат. Тобто підприємство має при плануванні орієнтуватися на досягнення високого рівня фінансової стійкості. Розглянувши бачення про фінансовий план, необхідно звернути увагу на те, що багато науковців не виокремлюють важливість якісного і вірного фінансового плану при аналізі фінансової стійкості підприємства, акцентуючи, що «фінансова стійкість – категорія, яка залежить від ефективного управління фінансовими ресурсами та визначається співвідношенням власних і позикових коштів, активів та джерел їх фінансування» [4]. Виходячи із визначення можна стверджувати, фінансова стійкість – категорія, сформована на основі ефективності, результативності та збалансованості фінансового плану.

Вважаємо, що фінансовий план підприємства є ключовим інструментом для забезпечення фінансової стійкості та ефективного управління фінансами. Особливо це важливо для підприємств у лісовій галузі, де існують особливі вимоги до ведення лісогосподарської діяльності та управління ресурсами. Методика та практика створення фінансового плану для підприємств лісової галузі повинні враховувати специфіку їхньої діяльності, що включає управління лісовими ресурсами, виробництво деревини, продаж деревини та інші продукти лісового господарства.

Специфіка фінансового плану для лісового господарства – надзвичайно тривалий період лісовирощування, що адекватно відбивається на величині відтворювального циклу готової продукції, що викликає необхідність базування на основних закономірностях розширеного відтворення лісових ресурсів для забезпечення найвищого рівня фінансової стійкості. Основні етапи створення

фінансового плану для підприємства лісової галузі повинні містити наступні етапи:

- аналіз поточного стану, оскільки оцінка фінансового стану лісового підприємства дає можливість визначити основні фінансові проблеми;
- визначення стратегічних цілей, під час узгодження фінансових цілей зі стратегічними цілями підприємства, наприклад, розвиток нових лісопилних потужностей, розширення асортименту продукції, відбувається забезпечення підприємства на ринку;
- прогнозування фінансових результатів, враховуючи економічні та соціальні фактори, що можуть вплинути на фінансові результати;
- розробка фінансових стратегій та тактик, вибір оптимальних фінансових інструментів для досягнення поставлених цілей, наприклад, вибір джерел фінансування, управління оборотним капіталом тощо.

Врахування цих етапів дозволить забезпечити ефективне управління фінансами підприємства лісової галузі та збереження його фінансової стійкості.

Лісогосподарська галузь є домінуючою в Західних районах України, тому забезпечення її сталої стійкості позитивно вплине не лише на природний баланс та економіку конкретного регіону, а й сприятиме покращенню екологічної ситуації в цілому. У США де, було створено фінансовий план «Генеральний план відпочинку громад», що дозволив підтримувати й створювати нові об'єкти для обслуговування мешканців, простори для розширення можливостей забезпечити широкий спектр послуг у лісопарковій та сільській місцевості різним цільовим групам учасників [5], досягли значного розквіту сфери наближені до лісового господарства. Можна стверджувати, що фінансовий план підприємства дійсно є основою фінансової стійкості для підприємств і лісова галузь має реальні можливості забезпечити свою платоспроможність та рентабельність в стратегічній перспективі.

### **Список використаної літератури**

1. Тешева Л.В., Хохлов М.П., Петрова І.М. Роль фінансового планування у сучасних умовах господарювання. Глобальні та національні проблеми

економіки. № 23. 2018. 314-320 с. Електронний ресурс. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/62.pdf>

2. Євдокимов В. В., Дзюбенко О. М. Економічний аналіз в системі фінансового планування діяльності лісогосподарських підприємств. Проблеми економіки № 4. 2017. 271-279 с. Електронний ресурс. URL: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2017-4\\_0-pages-271\\_279.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-271_279.pdf)

3. Доля В.В, Косарева І.П. Фінансове планування та прогнозування як основа фінансової стійкості підприємства. Приазовський економічний вісник. № 3(14). 2019. 381-386 с. Електронний ресурс. URL: [http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3\\_14\\_uk/64.pdf](http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/64.pdf)

4. Варенико В.М., Ніколайчева Г.Ю. Оцінювання якості фінансових планів підприємства: алгоритм та методика. Академічний огляд. № 1 (52). 2020. 73-78 с. Електронний ресурс. URL:

<https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2020/1/8.pdf>

5. Васильєва Н.В., Приліпко С.М., Мухін В.М., Шевченко В.М. Публічне управління розвитком лісового господарства та любительського рибальства як об'єктів туристично-рекреаційної сфери. Державне управління: удосконалення та розвитку. №12. 2020. Електронний ресурс. URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2020/5.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/5.pdf)

*Момот Д.О.*

*аспірант економіки та менеджменту*

*Українська інженерно-педагогічна академія*

*julia057fedorova@gmail.com*

## **EVOLUTION OF THE CONCEPT OF "HUMAN CAPITAL"**

The founders of the theory of human capital theory are considered to be the classics of economic thought: D. Ricardo, K. Marx, J. Mill.

The concept of "human capital" was introduced into science in the early 60s XX century in the Western economic literature. The main reason for the emergence of interest in human capital was the recognition that activation of human creativity and development of highly skilled labour is the most effective way to achieve economic growth. In the digital era, it is recognised that human capital, rather than material means of production, is the determining factor of competitiveness, and economic efficiency.

Economists of all schools, starting with the economic doctrines of ancient Asia and ancient Greece, have sought to identify the cause of surplus product and explain how this surplus product can be increased. Thus, in the Code of Laws of the Babylonian king Hammurabi paid considerable attention to the regulation of employment relations and the amount of payment for hired labour, and legal protection of producers.

Back in the seventeenth century, the founder of English classical political economy W. Petty was the first to try to estimate the monetary value of the productive properties of the human person [1].

The fundamental ideas of the dependence of the income of an employee, enterprise, society on the knowledge, skills and natural abilities of people were expressed by A. Smith. The scientist, defining the essence of the main capital of society, he wrote that it is formed not only from machines, buildings and land, but also "from the acquired useful abilities of all citizens or members of society" [2]. A. Smith was the first to reasonably define a person in production as a carrier of capital, that is, he considered each person in terms of as the owner of equal rights to be rich and at the same time as a carrier of value.

D. Ricardo in his book "The Principles of Political Economy and Taxation" reveals a formula for the value of capital that depends on the quantity and quality of labour. Ricardo's theory of rent paved the way for the emergence of the theory of marginal utility [3]. The scientist noted that the growth of the quantity of fixed capital increasingly depends on the quality of labour, the properties of which can be regarded as human capital because they are caused by the growth of fixed capital.

F. Machlup suggests amalgamating inherent and acquired skills, which vary in terms of productivity and the investments made to enhance an individual's physical and mental capabilities. These enhancements are directly linked to human capital [4]. Subsequently, Western theorists deliberated on the composition and arrangement of profitable human abilities, contemplating the sequence and rationality of investing in them. M. Kritsky characterizes human capital as a distinct form of human activity that extends beyond an individual's consumer and productive capacities, guiding the historical progression of society during a specific era [5].

Expanding on M. Kritsky's ideas, L. Simkina identifies HC as a pivotal element in the contemporary innovative economy. L. Simkina introduces the concept of absolute and relative forms of enriching human activity by advancing the needs and capacities of a higher order. According to him, the productive aspect of HC comprises two primary components: labor and intellectual abilities. Additionally, these two components may function either as aspects of a unified entity or as functions of distinct entities unified within a single economic association [6].

H. Becker outlines three primary categories of knowledge: general knowledge, specific knowledge, and various other types of knowledge [7]. General knowledge is cultivated through family upbringing and formal education in secondary and higher educational institutions. Profits from general knowledge accrue to the knowledge owner or their family members directly involved in shaping this knowledge. Specialized knowledge, or specific human capital, is developed and amassed through experiences gained in a particular work environment, akin to the expertise acquired by an individual in a specific workplace. The contributor to specific knowledge is the possessor of the knowledge and the household in which the individual resides. Other forms of knowledge emerge as a result of an individual acquiring skills while working with information and services in the pursuit of securing a more promising job in their specialized field.

Thus, it is possible to distinguish several main stages in the evolution of the theory of human capital. Each new stage of the theory's evolutionary development continues the previous stage. Rethinking the value of human resource leads to the emergence and formation of new theories or transformation and rethinking of existing trends. Human knowledge and skills have always been important for all economic systems. Changes in the economic realities of recent decades have led to a rethinking of the role of human beings. Today, people are seen as the main factor and the ultimate goal of economic growth and development. The changing role of human beings is especially in the context of Industry 4.0.



### Список використаної літератури

1. Petty V. Economic and statistical work. - М.: Sotsekgiz, 1940.
2. Smith, A. (1776) The Wealth of Nations.
3. Ricardo, D. (2015). Frontmatter. In *On the Principles of Political Economy, and Taxation* (Cambridge Library Collection - British and Irish History, 19th Century, pp. I-Ii). Cambridge: Cambridge University Press.
4. Machlup, Lecture on Theory of Human Capital, Pakistan Institute of Development Economics, 1982.
5. Kritsky M.M. Human capital. - L.: Leningrad Publishing House. university 1991.
6. Simkina L.G. Human capital in an innovative economy. - St. Petersburg: SPbGIEA, 2002
7. Becker G. S. Investment in Human Capital: A. Theoretical Analysis // Journal of Political Economy. Supplement. Oct, 1962.

*Пилипенко Г.М., д.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу  
anparulyr@ukr.net  
Мостова В.О., магістр  
кафедри маркетингу  
Найда О.Д., магістр  
кафедри маркетингу  
НТУ «Дніпровська політехніка»*

## ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний стан соціально-економічного розвитку суспільства відзначається нестабільністю і перебуває під впливом цілої низки чинників, що мають неекономічну природу. Пандемія COVID-19 та військові конфлікти є чи не найбільш впливовими факторами, які кардинальним чином змінили режими функціонування як національних економік, так і всього світового господарства. Все це позначається і на діяльності підприємницьких структур, які вимушені адаптуватися до змін та швидко змінювати орієнтири свого розвитку. Цілком зрозуміло, що без формування ефективних стратегій досягти конкурентних

переваг у нестабільному зовнішньому середовищі неможливо, а отже, фірми мають зосередити свої зусилля на цьому напрямку своєї діяльності.

Звернення до енциклопедичної літератури дозволило визначити, що поняття «стратегія» як «підхід до розв'язання критично важливих і складних проблем, модель програмування діяльності для досягнення цілей» [1, с.679] є доволі широким і конкретизується у цілому ряді визначень, які в залежності від сфери його застосування, методологічних прийомів дослідження та безпосередніх цілей використання концентрують увагу на тій чи іншій характеристиці причинно-наслідкових відносин. Саме тому в сучасній науковій літературі ми зустрічаємо безліч трактувань цього економічного поняття, що не дозволяє визначити правильні кроки і обрати дієві інструменти досягнення цілей підприємства.

У визначеннях класиків економічної науки, таких як А. Чандлер, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, М. Портер, І. Ансофф, П. Друкер, акцент робиться на тлумаченні стратегії як плану або орієнтиру дій. Таке розуміння є прийнятним для фірм, що здійснюють свою діяльність у сталому середовищі. Проте подібний підхід не є достатнім для використання в умовах нестабільності. В цьому випадку неможливо передбачити реакцію зовнішнього середовища та сформулювати чіткі дії підприємства на подібний вплив. Тому залишається лише швидка адаптація до викликів, що вимагає створення загального підходу, який буде використано для виконання поставлених цілей. Відповідно, метою стратегії стає досягнення цілей, незважаючи на вплив різних внутрішніх і зовнішніх чинників та обставин, а отже, вона є «не просто планом, а низкою рішень і дій» [2, с. 469].

Особливого значення така постанова питання набуває для маркетингової діяльності підприємства, яка спрямована на покращення його позиції на ринку і передбачає постійний моніторинг та прийняття стратегічних рішень у відповідь на зміну ринкової кон'юнктури. Відповідно, стратегією у цій сфері економічної діяльності не можна вважати будь-які управлінські рішення згідно розробленого

плану, навіть якщо вони якимось чином пов'язані та орієнтуються на довгострокову перспективу. Якщо стратегічні цілі не взаємопов'язані з можливостями фірми, не можуть забезпечити її ефективне функціонування у кожний даний момент часу, то така «стратегія» не має сенсу, адже, зрештою, суперечить самому сенсу існування свого суб'єкта.

### Список використаної літератури

1. *Енциклопедичний словник з державного управління* / Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. – К.: НАДУ, 2010. – 820 с.
2. Mintzberg H. *Crafting Strategy*. *Harvard Business Review*. 2001. №65(3), 469 p. URL: <https://hbr.org/1987/07/crafting-strategy> (Last accessed 17.11.2023).

*Пилипенко Ю.І., д. е. н., професор  
завідувач кафедри економічної теорії  
та міжнародних економічних відносин*

*Швець А.С., аспірант,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»,  
Pylypenkoyi@gmail.com*

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ»

Проблематика людського капіталу залишається одним із пріоритетів сучасних наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених. Лауреати Нобелівської премії з економіки американські дослідники Т. Шульц та Г. Бекер, які є засновниками сучасної теорії людського капіталу, розуміли під ним сукупність знань, здібностей і психологічних особливостей людини як джерела зростання її доходів і багатства суспільства та вказували, що формування та розвиток людського капіталу здійснюється через інвестування в освіту, охорону здоров'я, нагромадження професійного досвіду, пошук інформації, виробничу мобільність тощо (див. [1-2]). У подальшому наукові розробки в рамках даної теорії проводилися на основі подібного розуміння сутності та джерел формування людського капіталу і стосувалися, насамперед, проблематики

ефективності його використання та механізмів примноження на різних рівнях господарювання.

Важливим кроком на шляху практичного визнання теорії людського капіталу стало кількісне його вимірювання провідними міжнародними організаціями. Серед найбільш відомих практик розрахунку індексу людського капіталу є підходи, реалізовані Світовим Банком (СБ) та Міжнародним Банком Реконструкції та Розвитку (МБРР), Організацією Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР), Міжнародним економічним форумом (МЕФ) та Організацією Об'єднаних Націй (ООН). Необхідно зауважити, що з методологічної точки зору трактування сутності та склад людського капіталу даними організаціями відрізняється. Так, у звітах ОЕСР елементами людського капіталу виступають знання, навички, вміння, компетенції, а також показники фізичного, емоційного та психічного здоров'я. ООН, окрім освіти та здоров'я, включає в склад людського капіталу професійні характеристики робочої сили та набутий досвід. У підході СБ та МБРР людський капітал втілюється у трьох головних складових – знаннях, навичках та здоров'ї людей.

Зважаючи на таку неоднорідність визначення сутності людського капіталу та його структури виникає необхідність в подальшому їх дослідженні. На нашу думку, для визначення сутності даного поняття можна скористатися відомим підходом до конструювання категоріального апарату економічної науки, запропонованим А. Старостіною. На її думку, «будь-яка економічна категорія чи поняття має складатися з трьох основних складових. Перша складова описує найбільш суттєву сторону явища, яке досліджується. За допомогою другої складової дослідник повинен вказати на те, яким саме чином відбувається розгортання сутності явища в рамках певного, чітко визначеного змісту. Нарешті, використовуючи третій, останній компонент визначення категорії (поняття), ми маємо вказати до якого саме результату в економічній системі призводить реалізація даного явища» [3, с.7].

Використовуючи даний підхід, виокремимо найбільш суттєву сторону людського капіталу, базуючись на існуючих його визначеннях в економічній

літературі. Проаналізувавши найбільш поширені в науковій думці визначення категорії «людський капітал», можна зробити наступні узагальнення. Найчастіше науковцями у якості сутнісних рис даного явища називають запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, сукупність якостей, які характеризують стан здоров'я, обсяг знань, рівень професійних характеристик, кваліфікації й мобільності, культурний розвиток, а також мотивацію тощо. До ключової риси, яка характеризує зміст людського капіталу, науковці відносять здатність застосовувати його сутнісні характеристики в економічній діяльності, а в якості реалізації в економічній системі – здатність людського капіталу приносити дохід його власнику. Таким чином, на нашу думку, людський капітал представляє собою сукупність набутих від природи та отриманих в процесі навчання знань, вмінь, навичок та здібностей людини, використання яких в процесі суспільного виробництва приносить їй певний дохід.

Розвиток людського капіталу передбачає кількісне та якісне зростання його структурних елементів за рахунок цільових соціально-економічних інвестицій. Це буде особливо актуальним для післявоєнної відбудови України, оскільки ефективність інституціональної та технологічної модернізації нашого суспільства багато у чому буде визначатися якістю національного людського капіталу. Зважаючи на відносно низький рівень вітчизняного людського капіталу необхідно проведення взаємоузгодженої економічної політики держави у тісному контакті з бізнесом та організаціями громадянського суспільства. Заходи, спрямовані на підвищення доходності та престижності висококваліфікованої праці, підготовку фахівців потрібного профілю, розвиток системи охорони здоров'я, підвищення якості надання послуг вищою, середньою, середньо-професійною освітою, покращення демографічної ситуації тощо, повинні вплинути на негативні тенденції вітчизняного людського капіталу та сприяти його розвитку.

### Список використаної літератури

1. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital. *The American Economic Review*. Vol. 51. № 1 (Mar., 1961). Pp. 1–17.
2. Becker G. S. Investment in Human Capital: A. Theoretical Analysis. *Journal of Political Economy. Supplement*. Oct., 1962. Pp. 9-49.
3. Старостіна А., Кравченко В. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять «глобалізація» та «підприємницький ризик»). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Випуск 128. 2011. С.5-10.

**Сластяникова А. І.,**

*к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту*

*Українська інженерно-педагогічна академія*

*slastianyukova@iipa.edu.ua*

**Сластьяникова В. І.,**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*

*Українська інженерно-педагогічна академія*

**Янчак С. О.,**

*здобувач початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти*

*Українська інженерно-педагогічна академія*

### ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ

У сучасному світі продуктивність на робочому місці залежить від багатьох факторів, особливо від вмінь і знань менеджерів. Одним із способів досягнення бажаного результату є тайм-менеджмент. Принцип тайм-менеджменту полягає в тому, щоб допомогти менеджеру зрозуміти природу часу і навчитися організовувати робочий день з урахуванням таких особливостей, як постійний потік і обмеженість часових ресурсів. Тому тайм-менеджмент сьогодні вважається запорукою успіху в компанії.

Дослідженню питань тайм-менеджменту присвятили свої наукові праці такі вчені-економісти, як І. Причепка [1], І. Соломонюк [1], Т. Лесько [1], Г. Писаревська [2], Т. Чаудхарі [3] та ін.

Тайм-менеджмент – це набір конкретних методів і принципів управління часом для виконання завдань, подій і проектів [1]; це сукупність технологій планування та організації часу, які людина застосовує самостійно для підвищення ефективності його використання, а також для підвищення якості завдань, що виконуються під час роботи [2].

Час – найважливіший та найцінніший елемент людського життя. Важливо ефективно керувати часом, для цього існує система тайм-менеджменту (рис. 1).



Рис. 1. Система тайм-менеджменту

\*узагальнено за джерелами [2], [3]

Підвищення продуктивності праці та раціональне використання ресурсів часу вимагає налагодження управління на підприємстві.

Зростання бізнесу безпосередньо залежить від того, як його співробітники планують і організують свою роботу. Керівник повинен вміти планувати робочий час кожного співробітника (включаючи себе), щоб зосередитися на критичних і стратегічних завданнях, що дозволить виконувати їх максимально швидко і ефективно і мінімізувати час, витрачений на виконання рутинних завдань.

Для ефективного впровадження тайм-менеджменту в організації необхідно дотримуватися всіх його принципів, використовувати різні техніки, комбінувати їх для визначення найкращого підходу для кожної конкретної ситуації, враховуючи всі труднощі, які можуть виникнути в процесі.

Отже, важливість тайм-менеджменту полягає в підвищенні результативності діяльності організації, тому що є одним з найважливіших і актуальних методів управління, який менеджери повинні використовувати серед співробітників.

### **Список використаних джерел**

1. Prychepa I. Time Management as a powerful tool of a successful manager's effective time in current circumstances // I. Prychepa, I. Solomoniuk, T. Lesko // Ефективна економіка. – 2018. № 12. – С. 1–10.

2. Писаревська Г. І. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом / Г. І. Писаревська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2016. - Вип. 20(1). - С. 148-153.

3. Chaudhari Tushar. Time management essentials and importance. International Journal of Commerce and Management Research. Volume 8, Issue 5, 2022, Page No. 6-8.



*Шепеленко С.М.,  
докторант кафедри економіки та менеджменту  
Українська інженерно-педагогічна академія (м. Харків)  
svitlana7388@gmail.com*

*Максименко Н.В.,  
здобувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва  
Українська інженерно-педагогічна академія (м. Харків)  
nadamaxsimenko29@gmail.com*

## **АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Динамічні зміни зовнішнього середовища вимагають від підприємств деталізацію та гнучкість стратегічного бачення. Головна мета кожного підприємства полягає в отриманні прибутку. Досягнення її є можливим лише при наявності певного плану заходів. Щоб досягти успіхів в майбутньому, підприємство повинне розвивати ресурси та можливості, які є необхідними для отримання та збереження конкурентних переваг на ринку.

На разі в нашій країні триває воєнний стан, бізнес перебуває в умовах турбулентності. Багато підприємств на території України закрилися через неспроможність функціонувати в умовах невизначеності, деякі бізнеси працюють і зараз, підлаштовуючись під зміни зовнішнього середовища.

Турбулентність – це стан невизначеності, який все частіше проявляється на ринку господарювання. Причинами виникнення такого стану є: розвиток технологій, періоди рецесії, вибухові інновації. Щоб підприємство мало змогу утримувати свої позиції на ринку, необхідно змінити підхід до планування: змінити оперативне планування на стратегічне. Відмінність між цими підходами полягає у тому, що стратегічне планування ґрунтується на довгостроковому плані досягнення певних цілей підприємства. Використання оперативного планування в сучасних умовах не дасть можливості підприємству досягти бажаних цілей і гарантувати стабільний розвиток в довгостроковій перспективі. Тож, на разі необхідно підприємствам перейти на стратегічне планування та управління.

Сучасне зовнішнє середовище вимагає переосмислення часового діапазону прийняття стратегічних рішень, зміни підходів до формування бізнес-стратегій, які були прийняті в умовах стабільного зростання ринку, але в умовах невизначеності не працюють [1-4].

Існують певні методики до розробки стратегічних рішень на основі певної інформації в залежності від рівня невизначеності.

Невизначеність умовно можна поділити на такі рівні:

1 рівень – достатньо точно прогнозоване майбутнє;

2 рівень – альтернативні варіанти майбутнього;

3 рівень – діапазон можливих варіантів майбутнього;

4 рівень – повна невизначеність.

На першому рівні невизначеність не є пріоритетною в ухваленні стратегічних рішень (достатньо розробити базовий прогноз, який має певний рівень точності).

На другому рівні майбутнє описується, як один з низки відособлених сценаріїв. Аналітичні методи не в змозі виявити, який з них буде втілений в життя, але допомагають визначити ймовірність реалізації того чи іншого варіанту (необхідно розробити декілька стратегій, кожна з яких ґрунтується на тому чи іншому варіанті розвитку подій, пов'язаних з ключовими факторами невизначеності).

На третьому рівні є можливість виявити діапазон можливих варіантів майбутнього (на даному рівні розробити конкретні сценарії досить складно, але можна провести аналіз, виокремити низку сценаріїв, відстежити ринок).

На четвертому рівні досить велика частка невизначеності, тому будь-які зміни зовнішнього середовища не піддаються прогнозуванню (не можна визначити певні зміни та результати у майбутньому).

Всі ці рівні можна використовувати в своїй роботі менеджерам для детального аналізу ринку і зовнішніх факторів в цілому. Крім цього можна визначити тенденції подальшого розвитку ринку навіть в умовах невизначеності.

Таким чином, на разі існує гостра необхідність в переоцінці часового горизонту прийняття стратегічних рішень, зміни підходів до формування бізнес-стратегій, які були прийняті раніше, але зараз в умовах турбулентності не працюють. Запропоновані рівні невизначеності на підприємстві є основою для подальших дій бізнесу в умовах турбулентності, зокрема складання певних стратегій і прийняття стратегічних рішень.

### Список використаної літератури

1. Вороніна А.В., Копил О. В. Прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності та ризику. Молодий вчений. 2016.№ 1(1). С35-39
2. Саченко А. О., Домбровський М. З., Саченко О. А., Модель розроблення цілей у плануванні стратегічної поведінки підприємства. Східно-Європейський журнал передових технологій. 2013. № 1/10 (61). С. 161–164.
3. Чобіток В. І. Стратегічно-цільовий комплекс інтелектуалізації управління холістичним розвитком промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 3. С. 423–430.
4. Tulchinskiy, R., Chobitok, V., Dergaliuk, M., Semenchuk, T., Tarnovska, I. (2021). Strategic Guidelines for The Intensification of Regional Development Under the Impact of Potential-Forming Determinants in the Conditions of Digitalization. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(8), 97-104.

## СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

*Белан Д.С., магістрант кафедри міжнародної економіки  
і соціально-гуманітарних дисциплін,  
[dsokolovskaa007@gmail.com](mailto:dsokolovskaa007@gmail.com)*

*Науковий керівник*

*Завгородня О.О., д-р екон. наук, проф.,  
професор кафедри міжнародної економіки  
і соціально-гуманітарних дисциплін,  
Український державний університет науки і технологій*

### МІЖНАРОДНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СУЧАСНА ФОРМА ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

У сучасному світі прискореної глобалізації та масштабних транснаціональних потоків руху підприємницького капіталу міжнародний франчайзинг займає важливе місце як стратегічний інструмент для розширення бізнесу та прискорення його розвитку [1]. Міжнародний франчайзинг, що передбачає передачу прав на використання бренду, технології виробництва, ноу-хау та(або) бізнес-моделі в обмін на відповідну винагороду, стає все більш популярним та поширеним явищем в усьому світі (табл. 1). Україна, як потужна економічна держава, не залишається осторонь цього тренду і виявляє значний потенціал для подальшого розвитку міжнародного франчайзингу та його впровадження в практику господарювання.

Таблиця 1 - Сучасний стан розвитку міжнародного франчайзингу в світі

Показники	2020	2021	2022	Відхилення 2022/2020
Організації, залучені у франчайзингові мережі	773603	774965	790492	16889
Зайняті, особи	7532305	8192599	8438640	906335
Виробництво франчайзинговими мережами товарів і послуг (млрд. дол. США)	677236	787746	825367	148131

Джерело: Побудовано автором за даними Міжнародної асоціації франчайзингу [2].

У найбільш загальному сенсі під франчайзингом розуміється форма довгострокової підприємницької співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), у межах якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися власною бізнес-системою (моделлю) на певних умовах. Додавання характеристики «міжнародний» у відповідній угоді (рис. 1) означає, що партнери і контрагенти - франчайзер та франчайзі – є резидентами та представниками різних країн.



Рис. 1 – Класична модель міжнародного франчайзингу.

Порівняно з альтернативними формами зовнішньої експансії (експорт, спільне підприємництво) вихід на міжнародні ринки дозволяє франчайзеру прискорено розвивати свій бізнес внаслідок розширення географії діяльності, підвищення темпів реалізації продукції, економії на початкових капіталовкладеннях та зростання прибутків на нових ринках.

Незважаючи на позитивні тренди розвитку франчайзингу в Україні (рис. 2), існують деякі виклики та перешкоди, які можуть обмежувати та гальмувати його подальший розвиток.

По-перше, йдеться про юридичні аспекти. Українська законодавча база стосовно франчайзингу ще не повністю розроблена й не гармонізована з

міжнародним законодавством, що може створювати невизначеність та ризики для обох сторін угоди.

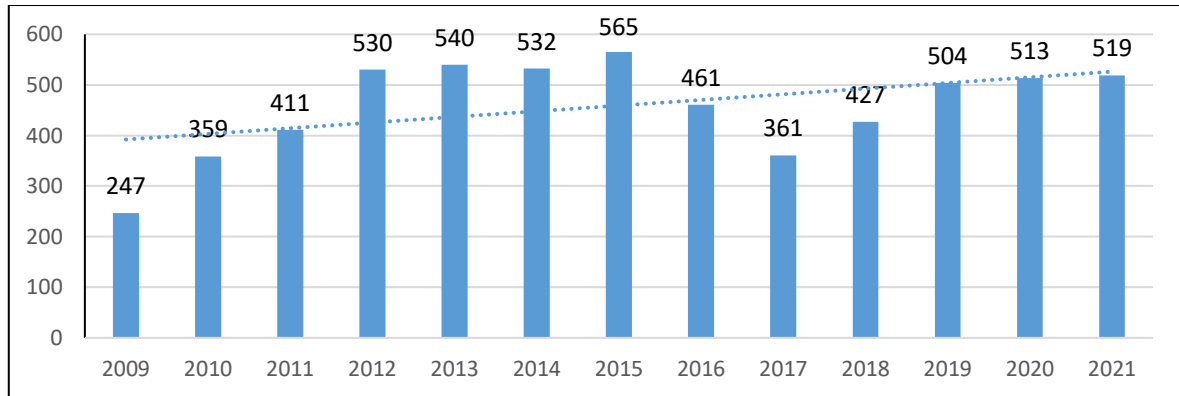


Рис. 2 - Динаміка кількості франчайзерів в Україні, 2009-2021 рр. [3-4].

По-друге, це фінансові обмеження. Отримання кредитів та фінансування може бути складним для потенційних франчайзі, особливо для малих та середніх підприємств. По-третє, має місце недостатнє розуміння концепції франчайзингу та переваг франчайзингової бізнес-моделі серед підприємців. По-четверте, це ринкова конкуренція. Йдеться про те, що в окремих, потенційно привабливих та прибуткових галузях, таких як фастфуд та роздрібна торгівля, конкуренція між франчайзерами вже сягає досить високо рівня й захоплені майже усі ринкові ніші.

Втім, незважаючи на ці виклики та проблеми воєнного часу, розвиток франчайзингу в Україні продовжується, і навіть зараз спостерігається збільшення числа відомих міжнародних та національних франчайзингових брендів, які входять на український ринок й завойовують прихильність споживачів.

### Список використаної літератури

1. Мартиненко О.О. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективної моделі розширення бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 9. С. 253–258.
2. Офіційний сайт Міжнародної асоціації франчайзингу. URL: <http://worldfranchiseassociates.com>
3. Franchising-Economic Report 2023. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2023-03/2023-Franchising-Economic-Report.pdf>
4. Асоціація франчайзингу України. URL: <http://franchising.org.ua>

*Верхогляд К.В., студентка групи 073м-22з-1,  
Грошелева О.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
[Verkhohliad.K.V@nmu.one](mailto:Verkhohliad.K.V@nmu.one)*

## **ФІНАНСОВО – ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ**

Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках – важливе джерело надходжень до державного бюджету України. В період воєнного стану діяльність агропромислового комплексу (АПК) зазнала значних змін.

Згідно звіту Мінагрополітики спільно з KSE [1], через воєнні дії на території нашої країни призвели обсяги діяльності сільськогосподарської галузі скоротились приблизно на 25%: при цьому прямі збитки сягають \$ 6,6 млрд, (сюди відноситься знищена техніка, обладнання сховища, викрадені або знищені виробничі ресурси, продукція та технології), а непрямі – \$ 34,5 млрд (сюди слід віднести недоотриманий дохід українських фермерів та агрокомпаній через падіння обсягу виробництва (незібраний врожай), зниження закупівельних цін як результат порушення експортної логістики, зростання додаткових витрат на добрива, паливо, вартість рекультивації забруднених земель після їх обстеження та розмінування. Варто відзначити, що загальна площа сільськогосподарських земель, які потребують розмінування, становить більше 400 000 га [2].

Ще однією економічною проблемою в діяльності виробників сільськогосподарської продукції стала зміна структури ринків збуту. Якщо до початку повномасштабного вторгнення основними покупцями продукції аграрних підприємств виступали оптовики (тобто не кінцеві споживачі, а посередники, що включалися до ланцюга постачання), трейдери та переробники, то після початку війни купівельна спроможність оптовиків та трейдерів знизилась, що зробило переробників продукції найпривабливішими покупцями. При цьому Світовий банк

наводить статистику щодо припинення поставок продукції малими та середніми українським виробниками у розмірі 18 %. [2]

Актуальним залишалось питання збуту залишків українського зерна від 2021/2022 маркетингового року та врожаю 2022/2023 маркетингового року, що виникло в результаті окупації або блокування українських портів. Загальна пропускна спроможність альтернативних маршрутів (залізницею - до 1 млн метричних т/місяць, вантажівками – 600 000 т/місяць) не відповідала попиту, що призвело до надлишкових поставок та зростання експортних витрат з 30-40 доларів США за тону до майже 150-200 доларів за тону, при цьому внутрішні ціни на зерно знизились та зменшили дохід українських агрокомпаній [3].

Інструментом вирішення даної проблеми стала так звана «зернова угода», яка розпочала свою дію у серпні 2022 року. За майже рік функціонування (до 18 липня 2023 року) дана угода допомогла зняти з внутрішнього ринку експортні залишки, однак експортна логістика лишалася дорогою через затримки при інспекціях та необхідність пошуку альтернативних способів вивезення продукції. Для підтримки українських аграріїв Світовий банк в рамках проєкту ARISE передбачає надання Україні \$700 млн. Реалізація проєкту запланована на 2023/2024 роки та включає два компоненти:

- фінансове забезпечення програми «Доступні кредити 5-7-9%» для сільгоспвиробництва та харчової переробки;
- надання грантової допомоги малим сільськогосподарським виробникам, а саме користувачам земельних ділянок та тим, хто спеціалізується на розведенні корів, кіз або овець [4].

Таким чином, за умови підтримки партнерів, в Україні є можливість підвищити обсяги експорту продукції шляхом залучення інвестиції для відновлення аграрного сектору та пошуку альтернативних ринків збуту.

### **Список використаної літератури**

1. «Вплив війни на сільське господарство: ООН представила оцінку нагальних потреб агросектору та сільського населення» [Електронний ресурс]//Міністерство аграрної політики та продовольства України. Стаття від 16.12.2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://minagro.gov.ua/news/vpliv-vijni->



[na-silске-gospodarstvo-oon-predstavilo-ocinku-nagalnih-potreb-agrosektoru-ta-silskogo-naselennya.](#)

2. «Агросектор України: вплив війни та перспективи відновлення» [Електронний ресурс]// DLF ATTORNEYS-AT-LAW UKRAINE. Стаття від 30.05.2023 – Режим доступу до ресурсу: <https://dlf.ua/ua/agrosektor-ukrayini-vpliv-vijni-ta-perspektivi-vidnovlennya/>.

3. IFPRI Blog : Guest Post Regional war, global consequences: Mounting damages to Ukraine’s agriculture and growing challenges for global food security [Електронний ресурс]// International Food Policy Research Institute. Стаття від 27.03.2023 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ifpri.org/blog/regional-war-global-consequences-mounting-damages-ukraines-agriculture-and-growing-challenges>.

4. «Мінагрополітики та Світовий банк підписали Угоду про підтримку та відновлення сільського господарства в Україні» [Електронний ресурс]//Міністерство аграрної політики та продовольства України. Стаття від 07.11.2023 – Режим доступу до ресурсу: <https://minagro.gov.ua/news/minagropolitiki-ta-svitovij-bank-pidpisali-ugodu-pro-pidtrimku-ta-vidnovlennya-silskogo-gospodarstva-ukrayini>.

*Витвицька У. Я., к.е.н., доцент  
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Телепко Д. І., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
u.vytvytska@gmail.com*

## **РОЛЬ ЯКОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У МАКСИМІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ**

Ринкова вартість, яку часто вимірюють за ціною акцій, відображає уявлення ринку та інвесторів про майбутні грошові потоки підприємства та рівень ризику вкладення капіталу в нього. Можна прослідкувати, що на сучасному етапі розвитку ринкового середовища власників підприємств цікавить не лише отримання прибутку і його зростання, але й максимізація ринкової вартості їх бізнесу. Вагомим інструментом досягнення цієї мети є якість корпоративного управління (corporate governance).

Існують різні підходи до трактування сутності корпоративного управління: по-перше, у вузькому сенсі корпоративне управління можна визначити як

процес, відповідно до якого підприємство представляє і обслуговує інтереси інвесторів (власників, акціонерів); по-друге, у широкому значенні корпоративне управління – це процес, відповідно до якого встановлюється баланс між економічними та соціальними цілями, індивідуальними та суспільними інтересами; по-третє, це комплекс механізмів, що дають змогу акціонерам контролювати діяльність керівників компанії і вирішувати проблеми, які виникають з іншими групами впливу [1].

Корпоративне управління, по суті, є одним із інструментів, призначених захищати інтереси акціонерів і стейкхолдерів підприємств, що знаходиться втілення в таких інститутах, як наглядові ради та незалежні директори. Проблема полягає в тому, що діяльність таких інститутів в Україні часто є суто формальною, а контролюючі та експертні функції, притаманні їм у розвинутих країнах, залишаються поза увагою [2].

Дослідження показали, що проблема підвищення рівня якості корпоративного управління об'єктивно ускладнюється різноорієнтованими ціннісними пріоритетами учасників корпоративних відносин. При цьому всі учасники корпоративного управління є зацікавленими у досягненні позитивних результатів діяльності підприємства, однак шляхи й методи їх забезпечення можуть відрізнятися.

Дослідивши роботи науковців [3]-[4] можна виділити основні фактори, які визначають якість корпоративного управління, а саме:

- прозорість діяльності та соціальна відповідальність – формують довіру інвесторів та акціонерів, оскільки вони можуть приймати обґрунтовані рішення щодо вкладення капіталу у компанію;

- ефективне функціонування ради директорів, яка вирішує питання стратегічного планування, управління ризиками та забезпечує відповідність діяльності компанії інтересам акціонерів. Щодо управління ризиками, то ефективне корпоративне управління включає практики, які ідентифікують, оцінюють та пом'якшують можливі ризики. Дієва система управління ризиками

дає змогу захистити ринкову вартість компанії від значних коливань через непередбачувані події;

- узгодженість інтересів учасників корпоративних відносин, насамперед міноритарних акціонерів, які мають бути впевненими у тому, що їх корпоративні права не порушуються, а керівництво компанії піклується про поліпшення їх добробуту, тобто про зростання ринкової вартості компанії;

- націленість на довгострокову перспективу – замість орієнтації на отримання короткострокових вигід компанії з ефективним корпоративним управлінням націлені на зростання ринкової вартості у довгостроковому періоді, що забезпечує поліпшення результативності їх функціонування та подальший розвиток. Окрім того, такий підхід часто обирають інвестори, які націлені на отримання стабільного прибутку;

- залучення зацікавлених сторін – корпоративне управління виходить далеко за межі акціонерів і має враховувати інтереси усіх зацікавлених сторін, включаючи працівників, клієнтів, постачальників та загалом спільноту. Слід розуміти, що зацікавлені сторони – це будь-яка особа, чи група осіб, які можуть впливати на результативність досягнення цілей компанії. Тому вони мають право на інформування, консультування та участь в ухваленні рішень.

Таким чином, важливим інструментом забезпечення максимізації ринкової вартості компанії є якість корпоративного управління. Якісне корпоративне управління сприяє також поліпшенню інвестиційної привабливості компанії, підвищенню її конкурентоспроможності та забезпечує успішне функціонування у довгостроковій перспективі.

### **Список використаної літератури**

1. Малюк С., Шевченко К. Корпоративне управління підприємством як фактор його розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 7. С. 410-412. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/90.pdf>

2. Терещенко О. О., Алексін Г. О. Роль інститутів наглядової ради та незалежного директора в максимізації вартості компанії. *Фінанси України*. 2019.

№ 9. С. 81-93. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: [http://finukr.org.ua/docs/FU\\_19\\_09\\_081\\_uk.pdf](http://finukr.org.ua/docs/FU_19_09_081_uk.pdf)

3. Погребняк А. Ю. Якість корпоративного управління: генезис поняття. *Підприємництво та інновації*. 2018. Випуск 5. С. 34-39. . [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/64/51>

4. Осецький В. Л., Каніщенко О. Л., Россо М.В. Підвищення якості корпоративного управління в державних акціонерних товариствах в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69). № 1. С.12-18. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: [https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30\\_69\\_1/5.pdf](https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_1/5.pdf)

**Вінницька А. В., магістр**

*ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій»  
Українського державного університету науки і технологій  
anavini41@gmail.com*

## **УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ЙОГО ЗРОСТАННЯ**

Для більшості підприємств основне джерело прибутку пов'язане з його виробничою і підприємницькою діяльністю. Ефективність його використання залежить від знання кон'юнктури ринку і вміння адаптувати розвиток виробництва до постійно мінливих умов.

Серед науковців існують різні визначення категорії управління прибутком, однак всі вони сходяться в одному – управління прибутком є складним та невід'ємним елементом успішного функціонування будь-якого підприємства.

Воронкова Т. Є. стверджує, що управління прибутком – це процес, який включає в себе пошук і прийняття управлінських рішень у всіх аспектах формування, розподілу і використання прибутку на підприємстві [1].

Николишин С. Є. розглядає систему управління прибутком як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує свою функцію, і спільно діючи, в певних умовах, забезпечує досягнення заданого рівня прибутку [3].

У роботі Насібової О. В. зазначено, що управління прибутком підприємства вимагає розгляду як комплексної системи, що охоплює як тактичні, так і стратегічні аспекти управління. Основною метою такої системи є підвищення кінцевих результатів господарської діяльності суб'єкта господарювання.

У цьому контексті управління прибутком розглядається як складна структура, що включає в себе взаємопов'язані елементи, кожен з яких виконує свою функцію, а спільна дія цих елементів спрямована на досягнення поставленої мети щодо отримання прибутку заданої величини [2].

Згідно із дослідженнями, управління прибутком визнається як процес ухвалення відповідних управлінських рішень. Проте, необхідно врахувати, що управління прибутком розглядається як складна система [6].

Для того, щоб максимізувати прибуток підприємства, спочатку потрібно не розробляти конкретні методи, а проаналізувати ринок, конкурентів, покупців та багато іншого. Аналіз є тією основою, де базуються будь-які дії збільшення свого прибутку підприємства.

Щоб постійно забезпечувати зростання прибутку, треба шукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання. Резерв - це кількісна величина, яка виявляється на стадіях планування та безпосереднього виробництва продукції і її реалізації [4].

Визначення резервів зростання прибутку включає в себе кілька ключових напрямків:

- розширення ринків і збільшення обсягів продажу;
- ефективне управління витратами;
- управління ціновою політикою.

Насамперед необхідно звернути увагу на оптимізацію обсягів реалізації. Доцільно буде розробити та впровадити стратегії для збільшення обсягів реалізації, можливо, за рахунок розширення ринків або введення нових продуктів, а також провести маркетингові дослідження.

Підприємству слід впровадити ефективне управління витратами, а саме, провести детальний аналіз структури адміністративних витрат, витрат на збут та інших витрат та виявити області, які слід оптимізувати, приділити увагу програмам ефективного управління запасами та виробничими процесами для зменшення собівартості продукції.

Зниження собівартості продукції є одним з базових факторів для збільшення доходу підприємства. На зниження цього показника впливає економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Собівартість та прибуток – є обернено-пропорційними показниками, тобто зниження собівартості призведе до відповідного зростання величини прибутку і навпаки, відповідно. Максимальна мобілізація резервів зниження собівартості продукції є важливим аспектом ефективного функціонування підприємства.

Одним із резервів, який промислові підприємства використовують для збільшення прибутку, виступає ефективне використання вторинних ресурсів та побічних продуктів. Частка вторинної сировини серйозно зростає в загальній масі матеріальних ресурсів. Резервом збільшення прибутку суб'єктів господарювання є усунення невиробничих виплат, таких як оплата простоїв, праці в додатковий час і т. д. Значний вплив на прибуток має підвищення продуктивності праці, яке можна досягти за рахунок максимізації механізації і автоматизації процесів виробництва. Наприклад, робота, яка механізована, за розрахунками спеціалістів, може збільшити продуктивність праці на 1,5 - 2 рази [5].

### **Список використаної літератури**

1. Воронкова Т.Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища / Т.Є. Воронкова, Н.Ю. Безпалько // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 19. – С. 42–44.
2. Насібова О.В. Прибуток підприємства як об'єкт управління / О.В. Насібова, Я.О. Бовкун // Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6674>

3. Николишин С.Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним / С.Є. Николишин // Молодий вчений. – 2017. – № 2. – С. 299–303.

4. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств: підручник / О.О. Непочатенко, Н.Ю. Мельничук // – К. : ЦУЛ, 2017. – 504 с.

5. Палійчук Є. С. Ефективні методи підвищення прибутковості на ВАТ «Мукачівський верстатозавод» на сучасному етапі / Є. С. Палійчук. // Ефективна економіка. – 2017. – №12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5964>

6. Тульчинська С. О. Основи управління прибутком підприємства / С.О. Тульчинська, Т.П. Ткаченко, О.І. Скоробогатий // Ефективна економіка. – 2018. – № 2. – Режим доступу:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6098>

*Гайдаш М.О., аспірант2 курсу гр. Асп(073)-22  
аспірант кафедри економіки та менеджменту  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кір'ян О.І.  
Українська інженерно-педагогічна академія  
3zk@ukr.net*

## **ФІНАНСОВІ ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ «В ПОЛЬОВИХ УМОВАХ»**

Туризм – бізнес, який має суттєве географічне, галузеве та змістовне розмаїття, відображене законодавчо в його формах та видах [1, Ст.4]. Це обумовлює значну кількість різноманітних учасників надання туристичних та супутніх послуг [1, Ст.5]. В уявленні особи, яка планує здійснити туристичну подорож, є певні стереотипи цієї подорожі, певні вимоги до очікуваної послуги та результату відпочинку. Однак, враховуючи розбіжність в часі між плануванням і досить часто бронюванням послуги та часом її отримання, розбіжність між уявленим і реальним відпочинком, клієнт (турист) на момент отримання послуги досить часто може частково або навіть кардинально змінювати власні бажання, запити – відмовлятися від окремих складових послуги, намагатися замінити окремі пропозиції (маршрут, транспорт, клас готелю або номеру в ньому, харчування, вид та час екскурсій тощо). Це вимагає від підприємця – туристичних операторів формувати перелік умов та правил

внесення цих змін в туристичний продукт.

Такий перелік вносять зазвичай в договір з надання відповідних послуг [2, Ст. 6, Ст.901], який для туристичної послуги повинен бути унікальним для кожного клієнта, замовлення. Це зазвичай викликає у туристичного оператора певні складності, бо договір досить часто не може бути змінений в процесі надання послуги з причини знаходження сторін договору в різних місцях, відсутності умов для укладення додаткової угоди тощо. Особливо складним стає момент, коли турист спонтанно бажає доповнити або змінити умови договору.

Для вирішення проблеми пропонуємо досить радикальний підхід щодо формування як договору про надання туристичної послуги, так і процесу оплати послуг.

Вбачаємо за можливе створення туристичним оператором великої кількості блоків, з яких формується послуга. Завдяки цьому вона може бути складена з елементів, які в комплексі й складають туристичну подорож. Пропонуємо туристичному оператору розділити всі складові на 2 великі групи – обов'язкові (ті, які можна обрати до початку туру, визначитись зі змістом кожного блоку) та «плаваючі» (ті, які можна оплатити перед самим отриманням, а тому змінити їх елементи).

Перша група вимагає ретельного обговорення з клієнтом щодо їх змісту та особливостей, повинна бути прописана в договорі щодо надання туристичної послуги, мати крайні терміни оплати з умовами або відсутності повернення коштів при відмові від частини чи всієї послуги, або з поверненням в обумовлений проміжок часу відносно незначної суми в порівнянні з вартістю туристичної пропозиції. Це дозволить зменшити ризики як туристичного оператора, так і клієнта щодо недоотримання послуги.

В договорі надання туристичної послуги також важливо вказати попередній набір послуг другої групи з визначенням крайніх термінів їх оплати, можливістю заміни, вилучення клієнтом. Однак туристичний оператор і в договорі, і усно доводить до клієнта підвищений ризик не отримати послугу в разі відсутності попереднього замовлення (броні на її отримання) з



передоплатою. При відсутності рішення клієнта на попереднє бронювання послуги туристичний оператор (або його партнери, що надають цю послугу), спираючись на статистику попередніх періодів, може своєчасно скоротити очікування та підготовку до надання вказаної послуги. Це скорочує фінансові ризики туристичних операторів та їх партнерів щодо неефективних витрат на підготовку та забезпечення не використаних послуг.

Другою особливістю туристів, яку важливо враховувати туристичному оператору та його партнерам – це спонтанне бажання отримати додаткову послугу вже в процесі відпочинку. Для цього можна запропонувати на кожен день перелік блоків з наявними послугами та їх вартістю, використовувати мобільний касовий апарат та обумовити в документації туристичної компанії та прописати в договорі з туристом, що чек на оплату послуг з вказаних блоків є договором на отримання саме цієї послуги. Таким чином не виникає потреб в підписанні додаткової угоди на отримання туристом послуг, є можливість запропонувати її в будь-який момент кожному туристу. Турист, в свою чергу, має можливість «набирати» пропозиції в день їх отримання залежно від свого настрою, стану, бажання та інших чинників.

Запропонований підхід найбільш важливий, на нашу думку, для дитячого туризму, відпочинку літніх людей та людей з особливими потребами, бо враховує мінливість їх стану та можливостей. Крім того, така послуга буде значущою для працівників компаній, які досить часто перебувають у невизначеному стані – можливість при наявності часу скористатися пропозиціями а при його відсутності не витратити зайві кошти є, на наш погляд, досить привабливою.

Запропонована система формування пакету послуг та його оплати «в польових умовах» розширює можливості туристичного бізнесу та буде корисним маркетинговим ходом для підприємців, які ще не відомі на ринку, одночасно забезпечуючи зменшення ризиків і зайвих фінансових витрат.

### Список використаної літератури

8. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15?find=1&text=%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82#Text>

*Гриценко Н.В. к.е.н., доцент  
доцент кафедри транспортних систем та логістики  
Український державний університет залізничного транспорту  
[gritsenkonatal@gmail.com](mailto:gritsenkonatal@gmail.com)*

## ІНТЕГРАЦІЙНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ НА ТРАНСПОРТІ

Характеристики взаємодії кожного елемента загальної системи відіграють вирішальну роль у визначенні властивостей складної інтеграції. Фінансово-економічна система, як і будь-яка система, зазнає випадкових відхилень від рівноваги під впливом зовнішніх факторів. Основні властивості системи пов'язані з диференціацією та інтеграцією її елементів, зміною їх взаємозв'язків і функціями, які відображають циклічний або послідовний процес формування. У відкритих системах рівновага є лише тимчасовим станом і мають тимчасовий характер [1].

У сфері теорії синергетики економічна інтеграція є багатограним економічним процесом, який поєднує різноманітні елементи та функції соціально-економічних систем з метою поповнення та відновлення тимчасової рівноваги [2].

Загальноприйняте в економічній літературі визначення інтеграції є процесом взаємоприспосування, розширення економічного та виробничого співробітництва, об'єднання національних господарств двох або більше держав, формування інтернаціоналізації господарського життя. Інтеграція проявляється

у розширенні та поглибленні виробничо-технологічних зв'язків, спільному використанні ресурсів, об'єднанні капіталу, створенні взаємовигідних умов для здійснення господарської діяльності при знятті будь-яких взаємних бар'єрів [3].

Метою інтеграції транспорту як інструменту інституційних змін в економічну систему є досягнення максимального синергетичного ефекту [2,3].

Важливою частиною дослідження інтеграції фінансово-економічними процесами на транспортному підприємстві є аналіз функцій, які реалізують через механізм управління, що включає планування, організацію, регулювання, стимулювання та контроль.

Ефективна система інтеграції фінансово-економічних процесів життєво необхідна для успішної роботи транспортного підприємства. Інтеграція повинна збалансувати цілі розвитку транспортного підприємства, наявні кошти та платоспроможність [3,4]. У цьому випадку основними стратегічними завданнями підприємства є максимізація прибутку, оптимізація структури капіталу для забезпечення фінансової стабільності, підвищення інвестиційної привабливості та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку транспортних послуг. Підтримання фінансової гнучкості транспортних операторів серед значної частини постійних витрат вимагає постійного моніторингу майбутніх фінансових ризиків [4]. Логістичні транспортні підприємства мають можливість використовувати миттєві або компенсаційні стратегії. Однак під час кризи збитки можуть серйозно вплинути на фінансову стабільність транспортного підприємства та потенційно призвести до банкрутства. Для досягнення конкретних цільових показників інтеграції фінансово-економічних процесів транспортного підприємства кожен її параметр повинен відповідати заданим критеріям.

В умовах ринкової економіки інтеграція фінансово-економічних процесів транспортних підприємств ґрунтується на принципах саморегулювання, самоокупності та самофінансування. Також, треба відзначити, щ якісне управління фінансами великою мірою залежить від функціонування гнучкого фінансового механізму на транспортному підприємстві. Складовими

фінансового механізму є фінансові методи, фінансові важелі, нормативно-правове забезпечення, інформаційне забезпечення, яке необхідно удосконалити з урахуванням сьогоденних економічних змін країни.

Отже, інтеграція фінансово-економічних процесів на транспорті передбачає вирішення широкого кола завдань. Вкрай важливо постійно контролювати ці процеси в мінливих умовах навколишнього середовища. Навіть за високої ефективності технічного прогресу, який розвиває транспортні підприємства все ж такі є нюанси, які необхідно враховувати при інтеграції фінансово-економічних процесів у галузі. Технологічні характеристики транспортних підприємств не дозволяють стандартизований підхід до вибору стратегії або оцінки економічних і фінансових аспектів. Інтеграція фінансово-економічних процесів на транспорті сприятиме переходу в перспективі розвитку бюджетної складової процесу управління, використання гнучких бюджетів при оцінці допустимих відхилень у прогнозних значеннях конкретних показників.

### **Список використаної літератури**

1. Макаренко М. Транспортний сектор економіки України: тенденції та проблеми розвитку /М. Макаренко, М. Цветов// Економіст. – 2007. – №6. – С. 24-27.
2. Кірсанова Т. О. Проблеми та перспективи фінансового планування на підприємстві / Т. О. Кірсанова, Н. А. Дьяченко // Вісн. СумДУ (Серія “Економіка”). – 2011. – № 4. – С. 48- 57.
3. Гриценко Н.В. Сучасний погляд на економічну оцінку транспортних проектів Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління» №2 (32) 2021 р., Index Copernicus, ISSN 2311-8946, Запоріжжя, 2021. С.-47-60.
4. Чебанова Н. В. Комплексний підхід до системи стратегічного управління активами підприємств залізничного комплексу / Н. В. Чебанова. – Х.: УкрДАЗТ, 2009. – 305 с.

*Гуро П.А.*  
*студент ОКР «Магістр»*  
*Науковий керівник – Семенова Т.В., к.е.н., доцент*  
*доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня*  
*Український державний університет науки і технологій*  
[semtv1@gmail.com](mailto:semtv1@gmail.com)

## **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Еколого-економічний аналіз є новою галуззю економічного аналізу, яка набула розвитку протягом останніх десятиліть в розвинутих країнах, але лише зараз починає розвиватися в Україні. Еколого-економічний аналіз охоплює усі сторони господарської діяльності підприємства у взаємозв'язку з його природоохоронною діяльністю (прямий зв'язок «підприємство – довкілля») та впливу довкілля на господарську діяльність підприємства (зворотний зв'язок «довкілля – підприємство»).

Об'єктом еколого-економічного аналізу є сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів, які впливають на ефективність роботи промислового підприємства для досягнення стійкого розвитку. Предметом еколого-економічного аналізу є господарські процеси та явища на промислових підприємствах.

Характерними рисами еколого-економічного аналізу є:

- 1) використання системи показників, які всебічно характеризують екологічні та економічні явища у сфері природокористування, господарську діяльність промислових підприємств, що пов'язана із впливом на довкілля;
- 2) вивчення причин зміни еколого-економічних показників роботи промислового підприємства;
- 3) вплив та вимір взаємозв'язку і взаємозалежності між показниками, які визначаються об'єктивними умовами природокористування, виробництва (зовнішнім середовищем підприємства), попитом та пропозицією екологічних товарів і послуг, внутрішнім організаційно- економічним механізмом

підприємства тощо [1].

Еколого-економічний аналіз здійснюється за двома основними напрямками [2]. Перший напрямок включає виявлення масштабів, елементів та результатів діяльності підприємств, який має вплив на довкілля, другий напрямок передбачає визначення впливу такої діяльності на формування й оцінку кінцевих показників роботи підприємства.

Пропонуємо також додати до економічної та екологічної складової соціальну ефективність. Соціальна ефективність діяльності промислових підприємств в рамках еколого-економічного аналізу відображає результат для суспільства, який направлений на збереження стану здоров'я населення як наслідок від ліквідації та запобігання утворення звалищ та полігонів без отримання прибутку. Соціальна ефективність від скорочення захворюваності населення завдяки запобіганню чи мінімізації забруднення довкілля та застосуванню інших природоохоронних методів визначається як сума таких результатів:

- запобігання втратам та простоям виробництва продукції за час хвороби працівників, зайнятих у сфері промислового виробництва;
- скорочення суми виплат з фондів соціального страхування за період тимчасової та постійної непрацездатності робітникам і службовцям, які захворіли на підставах, пов'язаних із забрудненням довкілля;
- скорочення витрат у сфері охорони здоров'я на лікування працівників від хвороб, викликаних забрудненням довкілля.

Для оцінки соціального ефекту запропоновано використання такого показника як розмір ефекту за рахунок створення нових робочих місць та зменшення виплат по безробіттю, який пропонується розраховувати за наступною формулою:

$$E_{el} = \sum_{i=1}^n \Delta V_i, \quad (1)$$

де  $\Delta V_i$  – величина зниження виплат по безробіттю з фонду зайнятості і -го

населеного пункту (регіону) за визначений період

Соціальні ефекти переробки відходів передбачають скорочення захворюваності людей, зростання тривалості їх життя, умови життєдіяльності нинішнього та майбутніх поколінь, збереження пам'ятників природи та історичних цінностей.

Соціально-економічні результати (ефекти) оцінюються за комплексними показниками покращання рівня життя людей, ефективності суспільного виробництва, зростання національного багатства країни.

Отже, сучасне промислове підприємство повинно мати збалансовану, складну за змістом систему еколого-економічного управління. Відповідно до цього завдання управління зводиться до формування системи елементів, які мають підтримувати цілісність власного підприємства й безпечно існування зовнішнього середовища [3].

Застосування досконалої еколого-економічної оцінки діяльності підприємств дозволить надавати більш якісну аналітичну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на зниження негативного впливу підприємства на навколишнє середовище.

### **Список використаної літератури**

1. Баланенко О. Г., Стойкова Т. М., Стойкова І. М. Сутність та основні завдання еколого-економічного аналізу діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. №1 (41). С. 535–539.

2. Цюман Є.С., Зюзюн В.І. Алгоритм виконання еколого-економічного аналізу діяльності підприємства при його екомодернізації на принципах циркулярної економіки. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2021. №1 (76). С. 636-74.

3. Савицька Г.В. Аналіз фінансово-господарської діяльності: навчальний посібник. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2005. 662 с.

*Євдокімов О.О.*  
*магістр 2-го курсу,*  
*Науковий керівник: к.е.н. Приходченко О.Ю.*  
*НТУ «Дніпровська політехніка»*  
[\*oksana.prykhodchenko@gmail.com\*](mailto:oksana.prykhodchenko@gmail.com)

## **МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ НОМЕНКЛАТУРИ ПРОДУКЦІЇ**

Визначення оптимальної номенклатури продукції є складним та актуальним завданням для керівництва, містить використання різних методів та стратегій. Номенклатура продукції включає в себе асортимент товарів чи послуг, які підприємство пропонує на ринку. Оптимізація цієї номенклатури може допомогти забезпечити максимальну ефективність виробництва та максимізувати прибуток.

Основними методами визначення оптимальної номенклатури є: аналіз ринкового попиту, економіко-математичні моделі, аналіз прибутковості продукції, оцінка прибутковості кожного продукту в асортименті, метод ABC-аналізу, аналіз життєвого циклу продукту, сегментація ринку, метод порівняльного аналізу: стратегічне планування, аналіз беззбитковості.

Серед економіко-математичних методів, які можуть бути використані, слід виділити наступні.

Метод лінійного програмування. Він може бути застосований для максимізації прибутку в умовах обмежених ресурсів. В контексті визначення оптимальної номенклатури, це може означати визначення оптимального складу продуктів за умови обмеженого асортименту виробничих ресурсів, обсягу виробництва або бюджету.

Метод ієрархічного аналізу метод може допомагати визначити важливість різних продуктів в контексті стратегічних цілей підприємства. Цей метод дозволяє враховувати різні критерії, такі як прибутковість, витрати на виробництво, ринковий попит тощо.



Моделі імітаційного моделювання можуть допомагати в оцінці різних стратегій номенклатури на основі симуляцій різних ринкових умов та внутрішніх факторів.

Якщо виробничі або ресурсні обмеження включають цілі числа (наприклад, кількість робочих годин або кількість обладнання), то використовують метод дискретного програмування для визначення оптимальної номенклатури.

Аналіз чутливості дозволяє оцінити вплив зміни параметрів (наприклад, цін, витрат, обсягів продажу) на оптимальну номенклатуру.

Методи математичного програмування, такі як квадратичне програмування або нелінійне програмування, можуть бути використані для вирішення задачі оптимізації номенклатури, де цільова функція або обмеження мають нелінійний характер.

Теорія ігор може бути використана для визначення оптимальної номенклатури продукції, особливо у ситуаціях, де виробництво та ринкова конкуренція взаємодіють між суб'єктами ринку. Теорія ігор вивчає стратегічні взаємодії між різними учасниками і визначає оптимальні стратегії для кожного з них в умовах конфлікту чи конкуренції.

При виборі оптимальної номенклатури виробництва продукції підприємство стикається з різноманітними обмеженнями, які можуть впливати на прийняття рішень і які необхідно враховувати в економіко-математичних моделях. Розглянемо спочатку внутрішні обмеження. По-перше, це обмеження щодо наявності ресурсів, таких як праця, сировина, обладнання, технічні можливості. По-друге, наявність фінансових ресурсів може впливати на розширення або скорочення номенклатури. Обмеження бюджету може призводити до вибору тих продуктів, які є більш прибутковими або мають більший ринковий попит. По-третє, технічні обмеження, такі як технічні характеристики обладнання, технологічні особливості виробництва, можуть впливати на можливість виробництва конкретних продуктів. Визначення оптимальної номенклатури також пов'язане з визначенням рівня сервісу та

якості, які може забезпечити підприємство. Деякі продукти можуть вимагати великого обсягу підтримки, що також повинно враховуватися. Час може бути обмежуючим фактором при виробництві та введенні нових продуктів на ринок, тобто потрібно зважати на терміни виробництва та цикли розробки.

Зовнішні обмеження можна виділити наступні: ринкові та законодавчі. Врахування конкурентного середовища є ключовим. Конкуренти також можуть пропонувати аналогічні продукти, тому обмеження на те, що може бути конкурентоспроможним на ринку, є важливим фактором. Необхідно проводити аналіз ринку та ринкового попиту. Якщо ринок не виявляє достатнього інтересу до певного продукту, включення його до номенклатури може бути неефективним. Вимоги законодавства та нормативи можуть впливати на види продукції, які можуть бути вироблені або продані. Підприємство повинно дотримуватися відповідних норм та стандартів.

Таким чином, оптимізація оптимальної номенклатури продукції полягає у врахуванні всіх вищезгаданих обмежень і знаходженні оптимального балансу між різними факторами для максимізації прибутковості та конкурентоспроможності.

### **Список використаних джерел**

1. Дослідження операцій. Частина 1. Лінійні моделі: Підручник. - Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. - 168 с.

2. Савченко, К & Стадніченко, В. (2017). Оптимізація товарного асортименту ергономічної продукції. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 10.20535/2307-5651.14.2017.108731.

**Жмуренко В.Г., аспірант**  
кафедри міжнародної економіки  
і соціально-гуманітарних дисциплін,  
[v.g.zhmurenko@gmail.com](mailto:v.g.zhmurenko@gmail.com)

Науковий керівник

**Завгородня О.О., д-р екон. наук, проф.,**  
професор кафедри міжнародної економіки  
і соціально-гуманітарних дисциплін,  
Український державний університет науки і технологій

## МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ ТОРГОВИХ ПАЛАТ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

В умовах прискорення глобалізаційних процесів, зростання масштабів та урізноманітнення форм міжнародних комерційних операцій, насамперед експортно - імпорتنих (рис.1), істотно зростає роль міжнародних інститутів, профілізація яких пов'язана з інфраструктурною підтримкою, впорядкуванням торгової світ-системи, певною координацією дій її учасників та мінімізацією трансакційних витрат їх взаємодій.

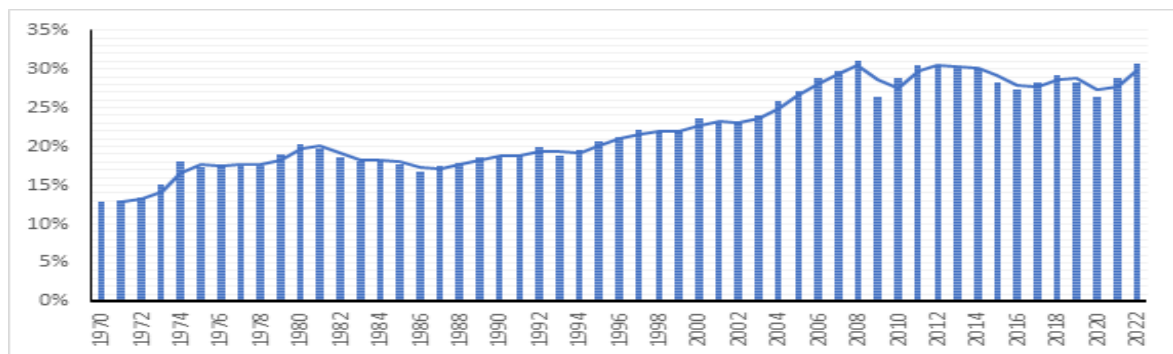


Рис. 1 – Динаміка світових експорту товарів і послуг, 1970-2022 рр.[1]

Серед зазначених недержавних самоврядних інститутів найвпливовішим є інститут торгово-промислових палат (ІТПП), що вже поширив свою присутність на 116 країн світу (рис. 2) і впевнено продовжує територіальну експансію. Не зважаючи на солідний вік (у 2019 було святкування 100-річного ювілею), ІТПП демонструє потужний самоорганізаційний та адаптивний потенціали, високу результативність та ефективність, амбітні цілі -

відстоювання інтересів міжнародного бізнесу, розробка глобальних стандартів та моніторинг якості його провадження, уніфікація документосупроводу торговельних угод. В безпосередній зоні впливу ІТПП наразі перебувають 6,5 млн. компаній, зокрема тих, що займають лідерські позиції у світових рейтингах виробників та визначають кон'юнктуру світових товарних ринків [2].



Рис. 2 – Мережа національних комітетів Міжнародної торгової палати (International Chamber of Commerce), станом на 20.11.2023 р. [2].

Як важливий учасник народної комерційної дипломатії ТПП у своїй діяльності використовують комплекс прийомів, методів і практичних дій, що застосовуються для вирішення завдань, що ставляться перед суб'єктами господарювання у межах національної стратегії розвитку та відповідної моделі реалізації зовнішньоторговельної політики. Виступаючи модератором і посередником у діалозі між владою і бізнесом, торгово-промислові палати разом з бізнес-асоціаціями служать, з одного боку, каналом передачі даних, по якому підприємці доводять інформацію та рекомендації до влади, допомагають розвитку сприятливої ділової атмосфери в своїх країнах [3]. А з іншого, - нетворкінговою платформою для знайомства з потенційними партнерами, клієнтами та однодумцями, передачі передового досвіду, популяризації власних торгових брендів та напрацювання гідної ділової репутації.

Національні комітети, хоч і ієрархічно підкорюються Міжнародній торговій палаті й наслідують її функціонал, мають як певну самостійність щодо вибору варіантів виконання функціонального призначення, так і забарвлені

національною специфікою місію, візію, цінності та стратегічні цілі діяльності. Так, у Стратегії системи ТПП Україна на 2020 - 2025 рр. зазначено, що її (системи) місією є “забезпечення сприятливого бізнес-середовища в Україні, створення та розширення можливостей розвитку бізнесу через відкриття нових ринків для вітчизняного експорту, сприяння динамічній інтернаціоналізації українського бізнесу, вдосконалення інституційного середовища у процесі діалогу бізнесу та влади, також надання послуг, затребуваних бізнесом” [4].

Досягнення вказаних цілей передбачає: 1) сприяння розвиткові зовнішньоекономічних зв'язків, подання практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій, освоєнні нових форм співробітництва; 2) організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їх взаємовідносин з державою в особі її органів; 3) участь в організації професійного навчання і стажування фахівців - громадян України з питань підприємництва, розвитку конкуренції; 4) надання довідково-інформаційних послуг, основних відомостей, що не є комерційною таємницею, про діяльність українських підприємців і підприємців зарубіжних країн згідно з національним законодавством; 5) сприяння розвитку торгових та інших чесних звичаїв у підприємницькій діяльності, участь у розробленні правил професійної етики у конкуренції для різних сфер підприємницької діяльності, тощо [5].

### Список використаної літератури

1. The World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org>
2. ICC World Chambers Federation. URL: <https://iccwbo.org/world-chambers-federation/our-members/>
3. Александрова Б.В. Зарубіжний досвід діяльності торгово-промислових палат та перспективи його застосування в Україні. *БІЗНЕСІНФОРМ*. №12. 2013. С.78-82.
4. Торгово-промислова палата України. URL: <https://ucci.org.ua>
5. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80#Text>

*Зайцева А.С., к.е.н., доцент,  
ХНУ ім. В. Каразіна*

## **КОНВЕРГЕНЦІЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН**

В сучасних економічних реаліях темпи зростання промисловості суттєво уповільняться і не зможуть забезпечувати надалі високі темпи зростання економіки. Незважаючи на заходи, що вживаються в галузі соціальної політики, зберігається стійкий регрес реальних доходів населення та ряд негативних тенденцій, що ведуть до погіршення людського капіталу як у кількісному (через демографічні проблеми), так і в якісному відношенні. Останнє пов'язані з виникненням «застійної бідності», в результаті виводить великі соціальні групи зі сфери відтворення якісного людського капіталу. Найближчими роками очікується подальший розвиток негативних демографічних тенденцій, включаючи скорочення чисельності працездатного населення та зростання напруженості пенсійної системи. Очікується також, що у найближчій перспективі виявляться також обмеження, зумовлені скороченням трудових ресурсів у зв'язку зі зниженням чисельності працездатного населення. Дефіцит трудових ресурсів, можливо, посилюватиметься через зростання еміграційної активності середнього класу через очікувану нестачу кваліфікованої робочої сили в країнах ЄС [1, 4]. В даний момент найважливішим фактором, що обмежує підвищення конкурентоспроможності і, відповідно, зростання в промисловості, є нестача сучасного обладнання, що дозволяє нормалізувати параметри ефективності та якості продукції, що виробляється [2-3]. Для повномасштабного оновлення виробничо-технологічного апарату необхідний перехід від моделі інвестиційного процесу, заснованого на власні кошти компаній до моделі інвестицій, що спирається на залучення банківських кредитів та коштів фінансового ринку. Однак сучасний фінансовий ринок не може забезпечити промисловість достатньою кількістю фінансових ресурсів через її недостатню привабливість з інвестиційної точки зору.

Розвиток глобального економічного середовища можливий лише за умови плідної співпраці фундаментальної та прикладної науки. Період ХХ і початок ХХІв. можливо охарактеризувати як вік чіткого розмежування предметної площини наук с фрагментарно визначеним науковим результатом, або період наукової дивергенції. Одним із прикладів такої дивергенції служить поділ фундаментальних та прикладних досліджень. В аспекті соціально - економічного формату суспільства та його інституцій, відповідальних за прийняття рішень новаторського типу, пріоритет мають дослідження, які можуть принести практичну користь, переважно в тактичному періоді. Це обумовлює міждисциплінарний характер наукових досліджень, підкреслюючи його результат в стратегічній перспективі, та доводить об'єктивну необхідність конвергенції як соціально-економічного феномену. В основі світового інтеграційного розвитку лежать загальні тенденції та імперативи науково-технічного та соціально-економічного прогресу. Вони зумовлюють зближення, т. е. конвергенцію, економік дедалі більше країн за збереження їх національних особливостей [1, 3] .

У природі терміном «конвергенція» зазвичай позначають схожість структури і форми організмів, які не вважаються спорідненими [3-4]. Однак кожна країна прагне переймати окремі досягнення, закони, які є прийнятними для більшості країн і які дозволяють розвиватися швидше, ніж при опорі на власний досвід. У науковій літературі об'єктивно критикують тлумачення теорії конвергенції в рамках еволюційної моделі, але, з нашої точки зору, конвергенцію доцільно розглядати як складний соціально-економічний феномен, його незвичайність полягає в тому, що схожість економічних систем призводить до їхньої різноманітності і далеко не завжди вписується в еволюційну модель розвитку.

Деякі автори вважають за краще замість терміна «конвергенція» використовувати термін «інтеграція». Вказується, що «під інтеграцією розуміють концептуально продумане об'єднання (з математичної точки зору – підсумовування). Конвергенція ж, у разі, визначається як еволюційне поняття,

що означає зближення ознак об'єктів спочатку різного походження внаслідок функціонування в подібних умовах. Отже, конвергенція — це процес зближення сутностей за допомогою взаємопроникнення. У цьому сенсі конвергенцію можна визначити як найвищий ступінь інтеграції. Варто наголосити, що, інтеграція різноманітних технологій веде до конвергенції, тобто до виникнення абсолютно нових продуктів, що кардинально змінюють світ.

Процес конвергенції став можливим у результаті, з одного боку, технологічного прогресу і, з іншого боку, нових вимог, які висувають споживачі послуг. Можна говорити про кілька аспектів конвергенції: конвергенції послуг, конвергенції обладнання; конвергенції мереж. Але це матиме місце за умови конвергенції інвестиційних процесів як результату активізації інвестиційного середовища.

Кількість і розмаїття країн світу з різними методами і способами управління підтверджує тезис про наявність в економіці дивергенції. Результатом дивергентного розвитку завжди буває розбіжність та різноманіття видів. Стосовно економіки початкова фаза розвитку економіки будь-якої країни проявляється в розпаді цього розвитку на місцеві географічні, територіальні, екологічні, релігійні та інші різновиди, які при подальшому розвитку все більш і більше дивергують і, нарешті, стають національно відокремленими економіками. Усередині кожної країни теж відбуваються диференціація і відповідно дивергенція, внаслідок чого створюються галузі, сфери діяльності, різні підприємства, що призводить до спеціалізації та поділу праці як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

В практичному аспекті інтерес викликають питання, що пов'язані з оцінкою впливу інтеграційних процесів на конвергенцію суб'єктів соціально-економічного розвитку України, яка включає аналіз s-конвергенції та b-конвергенції та дозволяє оцінити просторову кластеризацію темпів їх розвитку. На основі використання методу факторного аналізу можливо дослідити найвагоміші фактори динаміки соціально-економічного розвитку, які визначають траєкторію та динаміку розвитку і, відповідно, визначають



конвергентний або дивергентний тип розвитку, що дозволяє визначити основні механізми усунення його дисбалансів та асиметричності.

### Список використаної літератури

1. Barro R.J., Sala-i-Martin X. Convergence // Journal of Political Economy, 1992, Vol.100, №2. – P. 223-251.
2. Ezcurra R. Is income inequality harmful for regional growth? Evidence from the European Union // Urban Studies. – Vol.44, No.10 (September 2007). – P. 1953-1971.
3. Leyden D. Publicsector entrepreneurship and the creation of a sustainable innovative economy / D. Leyden // Small Business Economics. – 2016.– Vol. 46, issue 4. – P. 553–564.
4. Mazzucato M. From market fixing to marketcreating: a new framework for innovation policy / M. Mazzucato // Industry and Innovation. – 2016. – Vol. 23, issue 2. – P. 140–156.

*Заюков І.В., д.е.н., доцент*  
*професор кафедри менеджменту та адміністрування*  
*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*  
[i.zayukov@vtei.edu.ua](mailto:i.zayukov@vtei.edu.ua)

## РОЗВИТОК ДЕРЖАВНОЇ ПРОГРАМИ «5–7–9» ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ ВІЙСЬКОВИХ УМОВАХ

*Актуальність дослідження* викликана тим, що в сучасних військових умовах розвитку підприємництва України, існує багато факторів, які його гальмують. Так, за даними досліджень Центру розвитку інновацій та інших партнерів [1], бізнес сьогодні відчуває суттєві труднощі і опинився в важкому становищі. В ході його проведення (з 04.08.2023 р. по 14.08.2023 р.) було опитано 635 респондентів по всій території України. На питання «Як Ви оцінюєте фінансово-економічний стан Вашого підприємства?», зокрема: майже 52% респондентів відповіли – «задовільно», 33% – «незадовільно» та лише 15,5% – «відмінно» та «добре».

Основними причинами, які перешкоджають сьогодні розвиватися підприємству в Україні за даними [1], є: важко прогнозована ситуація на

сучасному ринку України – 56,2%; непередбаченість дій органів державної влади, що може призвести до погіршення ситуації в бізнесі – 47,7%; обмеженість кількості платоспроможних і ліквідних суб'єктів підприємництва – 47,6%; дефіцит висококваліфікованих фахівців, зокрема через їх мобілізацію – 34,3%; дефіцит обігових коштів та капіталу в цілому – 30,7%; перешкоди через вплив регуляторних органів – 30,1%; достатньо високий рівень зборів та податків – 27,9% тощо.

Таким чином, вище наведені перешкоди розвитку підприємництва в сучасних військових умовах потребують усунення не тільки силами бізнесу, але і зусиллями держави. Так, відповідно до проведеного дослідження [1], підприємцям було задано питання: *«Якими видами державної допомоги ви скористались з 24.02.2022 року?»*. Результати були наступні, зокрема: 64% підприємців – взагалі не користувались жодною допомогою; 12,4% – отримували податкові пільги; 12,4% – скористались державною програмою «5–7–9»; 5,4% – отримали фінансову допомогу як внутрішньопереміщені особи; 2,6% – скористались грантовими програмами «єРобота»; 3,8% – брали участь в міжнародних грантових проєктах; 3,8% – здійснювали бронювання кадрів від мобілізації; 3,2% – підприємців скористались можливістю включення товарів до переліку імпорту; 2,1% – респондентів брали участь в програмах «Допомога. Дія. Бізнес» (Офісу з розвитку підприємництва). Лише біля 1% скористались програмами, які організовувались місцевими органами влади та допомоги держави у релокації бізнесу. Менше 0,5% підприємців скористалися програмою спеціального податкового режиму «Дія. Сіті».

Отже, стає зрозуміло, що лівова частка підприємців не скористалася можливістю приймати участь в державних програмах, які направлені на розвиток бізнесу в Україні в сучасних військових умовах. Основною причиною є – низький рівень інформування підприємців про існуючі можливості, зокрема державних програм розвитку бізнесу на ринку України. Адже статистика фінансування державних програм свідчить, що відповідні обсяги є високими і здатні пожвавити бізнес. Наприклад, за даними Національного інституту

стратегічних досліджень [2], від початку дії грантової програми «Робота» держава надала 2,8 млрд. грн. фінансової підтримки підприємцям. Як наслідок, було створено біля 6 тис. робочих місць, зокрема сплачено до бюджету України понад 0,4 млрд. грн. податків. Підприємці, які взяли на роботу внутрішньопереміщених осіб отримали компенсації в розмірі 0,126 млрд. грн.

Важливою програмою, яка сприяє активізації підприємництва в сучасних військових умовах, є державна програма «Доступні кредити 5–7–9%». Так, за даними [2], за час реалізації даної програми держава виділила значний фінансовий ресурс вітчизняним підприємцям в обсязі більше 32 млрд. грн. Нині підприємці, які працюють в аграрному секторі економіки можуть отримати кредит обсягом до 90 млн. грн. під відсоткові ставки на рівні – 5–9%, що дасть їм можливість вчасно придбати посадковий матеріал, добрива, техніку та пальне, щоб забезпечити не тільки економічну, але і продовольчу безпеку України.

З метою підтримки підприємництва в Україні, зокрема Уряд України в вересні 2023 році запровадив зміни до державної програми «Доступні кредити 5–7–9%», зокрема це стосується підприємств переробної галузі та підприємств, які реалізують енергоефективні проекти на деокупованих територіях. Наприклад, на деокупованих територіях (в зонах високого ризику) дана програма передбачає компенсацію відсоткової ставки до рівня 1% (на перші два роки); 5% з наступного року для інвест-проектів (для таких проектів термін кредитування збільшується до 10 років); 3% на забезпечення фінансування оборотного капіталу підприємців. Граничний розмір кредитування державної програми «Доступні кредити 5–7–9%» на деокупованих територіях збільшується до 150 млн. грн.

Таким чином, активізація державних програм, зокрема програми «Доступні кредити 5–7–9%» дозволить мотивувати підприємців користуватися фінансовими інструментами, які в сучасних військових умовах стануть запорукою підтримки бізнесу та соціально-економічного розвитку України.

### Список використаної літератури

1. Дослідження стану бізнесу в Україні. Серпень 2023 – Режим доступу до ресурсу: [Бізнес2023-13-хвиля-v1.1.pdf - Google Диск](#).
2. Сайт Національного інституту стратегічних досліджень. Інструменти підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні. – Режим доступу до ресурсу: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/instrumenty-pidtrymky-biznesu-v-period-voyennoho-stanu-v-ukrayini-veresen>.
3. Сайт Міністерства економіки України. Відновлення економіки на деокупованих територіях та підтримка вітчизняного виробника: Уряд удосконалив умови підтримки бізнесу за програмою «5-7-9». – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua>.

*Коледіна К. О., к.е.н.*

*доцент кафедри менеджменту і маркетингу*

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

*E-mail: [koliedinakateryna@gmail.com](mailto:koliedinakateryna@gmail.com)*

### УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасним умовам господарювання притаманні динамічні зміни, що викликані рухливим розвитком глобального ринкового середовища, деструктивними змінами у кон'юктурі більшості вітчизняних ринків, загостренням конкуренції тощо. Така ситуація потребує від підприємств швидкого реагування на ризики, що виникають, особливу роль в якому відведено прогнозуванню маркетингових ризиків у процесі формування товарного пропонування підприємства та пошуку шляхів щодо їх зниження. Реалі сьогодення вказують на потребу формування концептуальних підходів та інструментарію в сфері управління маркетинговими ризиками в процесі розробки та впровадження на нових товарів та послуг.

Дослідженню маркетингових ризиків, що впливають на товарну інноваційну діяльність підприємств та пошукам шляхів їх мінімізації присвячено

наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких варто зазначити наступних: Старостіна А.О., Кравченко В.А., Мараховська Т.А., Хохлова Н.В., Балабанов І., Аксенов Є., Альт Шулер І., Клементс С., Доннеллан М. та багато інших. Проте, незважаючи на наявне наукове підґрунтя з цього питання, управління маркетинговими ризиками підприємства в ринкових умовах залишається невід’ємним елементом оцінки ринкової кон’юнктури при проведенні маркетингових досліджень, що актуалізує тему дослідження.

Маркетингові ризики товарної інноваційної діяльності підприємства – це сукупність специфічних ризиків що пов’язані з процесом створення та впровадження нового товару на ринок. Результатом, основним показником наскільки ефективно було здійснено оцінку маркетинговим ризикам та перспективам нового продукту (послуги) в процесі його створення, є динаміка та обсяги його реалізації. То як сприйняв ринок товар (послугу) новинку, поява лояльності серед потенційних споживачів є виміром ефективності товарної інноваційної діяльності і разом з цим результатом вдалого управління маркетинговими ризиками [1, с. 155-157]. При цьому треба наголосити, що на ефективність товарної інноваційної політики підприємства впливає сукупність ризик-факторів, класифікацію яких наведено на рис. 1.

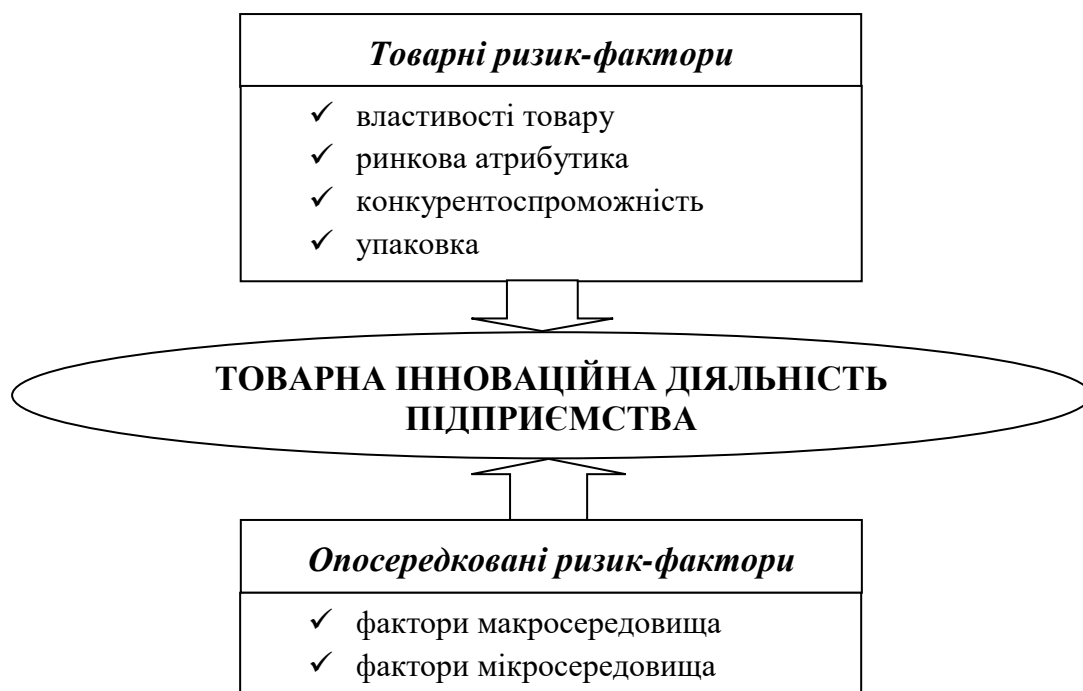


Рис. 1. Ризик-фактори товарної інноваційної діяльності підприємства

На основі даних рис. 1, можна зробити висновок, що на товарну інноваційну діяльність підприємства впливає дві основні групи ризик-факторів: товарні та опосередковані. Фактори товарного ризику – складають основні ринкові (споживчі) характеристики нового продукту, його ринкової атрибутики, конкурентоспроможності, привабливості, упаковки та рівню сервісної підтримки.

До факторів, що мають опосередкований вплив на рівень товарного ризику належать: об'єктивні фактори, які не піддаються контролю зі сторони підприємства (PEST – фактори), та суб'єктивні, які піддаються контролю зі сторони підприємства (ринкові, закупівельні, збутові, інноваційні) [2, с. 56-63].

Виявлення ризиків є першим етапом в управлінні маркетинговими ризиками товарної інноваційної діяльності підприємства. Далі необхідно провести оцінку зазначених ризиків шляхом визначення їх ймовірності та величини наслідків. Наступний етап полягає у виборі дієвих методів впливу на ризик та обміні інформацією. Заключною фазою управління маркетинговими ризиками є контроль результатів товарної інноваційної діяльності підприємства.

Таким чином, у результаті координації та регулювання процесів впливу на ризик в маркетинговій товарній політиці підприємство повинно здійснювати оцінку маркетингових зусиль та займатися попередженням ризиків. Такий підхід забезпечить вчасне визначення підприємством маркетингових ризиків у процесі створення нового продукту та дозволить обрати найефективніші методи їх мінімізації, що, у свою чергу, дозволяють вирішити проблему підвищення ефективності діяльності підприємства у цілому.

### **Список використаної літератури**

1. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.
2. Мостова А.Д. Управління інноваційною маркетинговою діяльністю підприємств. *Академічний огляд*. 2017. № 2 (47). С. 56-63.

*Кузьменко В.С.*  
*магістр 2-го курсу,*  
*Науковий керівник: к.е.н. Приходченко О.Ю.*  
*НТУ «Дніпровська політехніка»*  
[\*oksana.prykhodchenko@gmail.com\*](mailto:oksana.prykhodchenko@gmail.com)

## **НАПРЯМИ ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальність оптимального управління виробничою діяльністю визначається ключовими факторами, які впливають на сучасні підприємства та їхню успішність. Так умови глобалізованого бізнес-середовища вимагають від підприємств швидкої реакції на зміни в світовому попиті та конкуренції. Оптимальне управління дозволяє адаптуватися до нових умов та ефективно конкурувати на міжнародному ринку. Розвиток технологій і цифрові трансформації роблять актуальним впровадження сучасних виробничих методів та автоматизації. Оптимальне управління дозволяє використовувати нові технології для підвищення продуктивності та ефективності виробництва та підвищення конкурентоспроможності, враховує зростання вимог клієнтів.

Питаннями оптимального управління виробничою діяльністю займаються вчені різних напрямків, оскільки воно охоплює як методи управління, так і розробку економіко-математичних моделей [1-2]. Математичні моделі дозволяють кількісно оцінити різні сценарії, враховуючи багато факторів та обмежень. Розглянемо основні напрямки оптимального управління виробничою діяльністю.

По-перше, це аналіз та планування. Необхідно розробити стратегічний план, який враховує потреби ринку, конкурентоспроможність та внутрішні можливості підприємства. Математичні моделі можуть служити інструментом для розробки та оцінки різних стратегій розвитку підприємства, враховуючи ризики та можливості. Загальний підхід до використання математичних моделей вимагає детального розуміння конкретного виробничого процесу та врахування усіх факторів, які можуть впливати на його оптимальне управління.

Важливою складовою є оптимізація ланцюга постачання для забезпечення надійного та ефективного постачання сировини та комплектуючих. Зменшення часу поставки та оптимізація запасів можуть покращити ефективність виробництва. Математичні моделі можуть бути використані для оптимізації маршрутів доставки, управління складськими запасами та інших логістичних аспектів.

Ефективне управління ресурсами (людськими, матеріальними та фінансовими) дозволить зменшити витрати та збільшити продуктивність. Математичні моделі можуть допомагати визначити оптимальні рівні запасів, частоту замовлень та інші параметри управління запасами, забезпечуючи ефективніше використання ресурсів, оптимізувати розподіл завдань між працівниками, лініями виробництва та обладнанням, забезпечуючи раціональне використання людських та технічних ресурсів.

Впровадження технологічних інновацій може включати в себе впровадження високотехнологічного обладнання та програмного забезпечення для оптимізації виробництва.

Система контролю якості на всіх етапах виробництва допоможе уникнути браку та забезпечити високу якість продукції, що позитивно вплине на репутацію підприємства та задоволення клієнтів. Математичні моделі можуть бути використані для визначення оптимальних параметрів контролю якості, мінімізації браку та покращення загальної якості продукції.

Оптимальне управління виробничою діяльністю передбачає також навчання та розвиток персоналу.

Впровадження систем управління виробництвом (Manufacturing Execution Systems - MES) може полегшити моніторинг та управління виробничими процесами в реальному часі.

Необхідною складовою є постійний моніторинг економічних показників та використання аналітичних інструментів для визначення ефективності виробничої діяльності та виявлення можливостей для оптимізації. Математичні



моделі дозволяють планувати виробничі потреби на основі історичних даних, попиту та інших важливих факторів.

Підсумовуючи вищезазначене, оптимальне управління виробничою діяльністю – це система заходів для постійного вдосконалення та досягнення найкращих економічних показників, яка застосовує економіко-математичні моделі та включає аналіз та планування, оптимізацію ланцюга постачання, впровадження технологічних інновацій, ефективне управління ресурсами, контроль якості, флексібільність та гнучкість, навчання та розвиток персоналу, використання систем управління виробництвом, стратегічне партнерство та моніторинг діяльності.

### **Список використаної літератури**

1. Ліпич Л., Волинець І. Деякі аспекти управління виробничою діяльністю підприємств // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2015. с.44-49.

2. Мусій Н. Р., Орловська А. Б. Методи оптимізації формування ресурсів виробничої діяльності підприємства // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №8. 2018. с.120-125.

*Мельник Б.С., студент групи МО-310Б  
факультету транспорту, менеджменту і логістики  
Національний авіаційний університет, м. Київ  
7468364@stud.nau.edu.ua*

*Ліскович Н. Ю., доктор філософії в галузі економіки,  
доцент кафедри МЗЕДП  
Національний авіаційний університет, м. Київ  
nazarii.liskovych@npp.nau.edu.ua*

## **ПЕРСПЕКТИВИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ УСПІШНОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ**

Актуальність даної теми полягає в тому, що на території України тривають бойові дії, а процес відновлення та відбудови починає набирати обертів. Оскільки обсяги пошкоджень, що завдала рф Україні, колосальні, уряд, експертні організації та іноземні донори активно працюють над пошуком нових інструментів залучення коштів західних інвесторів в Україну. Однією з таких

ініціатив, що може бути впроваджена найближчим часом, є реанімація інструментів державно-приватного партнерства, а також розширення їх дії на нові сектори, зокрема соціальну інфраструктуру до прикладу розвиток мережі лікарень, шкіл, дитячих садків та житлове будівництво.

Давайте детальніше ознайомимося із тим, що таке державно-приватне партнерство. Державно-приватне партнерство – це система взаємовідносин, яка передбачає об'єднання ресурсів держави чи громади та інвестора, з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та дивідендів. Тобто інвестор бере під власний контроль державний/муніципальний актив, будує його або приводить наявний до належного стану, підтримує та розвиває його протягом тривалого часу. Після цього актив повертається державі або громаді.

На умовах державно-приватного партнерства зазвичай реалізуються великі та довготривалі проекти, або ж такі, що передбачають створення нового майна. Механізм схожий на закупівлю робіт чи послуг, але передбачає передання більшого масиву ризиків приватному партнеру порівняно зі звичайною закупівлею. Зокрема, проект обов'язково передбачає технічну підтримку об'єкту протягом певного часу після завершення будівництва чи реконструкції, і відповідальність приватного партнера за надання активу на підтримку його в належному стані, а в разі надання з його допомогою послуг – їх відповідність певним ключовим показникам ефективності. Замовник проекту – держава чи громада – фактично платить за результат. Як правило, інвестор отримує суттєву частину коштів після успішного завершення проекту. Це збільшує його ризики, але і винагороду, на яку він може претендувати за належне виконання даного проекту.

Станом на зараз у парламенті триває робота над законопроектом №7508, мета якого вдосконалити механізми державно-приватного партнерства. Його автори пропонують, серед іншого, забезпечити спрощену процедуру застосування ДПП до проектів інфраструктури України із дотриманням необхідних стандартів підготовки таких проектів. Сам законопроект не містить нічого радикально нового – експерти називають його результатом проведеної

роботи над помилками, зробленими за останні п'ять років. Тим не менш, фахівці відзначають, що для більш ефективної реалізації механізмів державно-приватного партнерства потрібно змінити ще низку законів. Зокрема, Податковий кодекс в частині регулювання концесії – він не адаптований до закону 2019-го року. З боку стратегії розвитку цього інструменту інвестування, також слід розробити процедуру вибору проєктів, які потрібно реалізувати першочергово.

Перспективними напрямками, у яких можуть реалізовуватись проєкти державно-приватного партнерства, є соціальна інфраструктура та житло. Адже саме такі об'єкти найбільше постраждали після повномасштабного вторгнення РФ в Україну, і, відповідно, потребують найбільших коштів на відновлення. І найголовніше, щоб на такі проєкти зайшли донорські кошти. Законопроект №7508 дозволяє використання донорських коштів напряду: буде укладатись певний договір, за яким донор отримає певні права щодо контролю за використанням грошей, тоді як функція органів полягатиме лише у наданні земельної ділянки та в наданні побудованого житла пільговим категоріям громадян.

Підсумувавши викладене можу зробити висновок, що найбільший виклик в контексті державно-приватного партнерства полягає у масштабуванні таких проєктів, особливо у сферах житла і соціальної інфраструктури. Простіше кажучи, від того, що уряд за донорські кошти відбудує одну школу чи лікарню – нічого не зміниться. Тож це повинно стати масовим явищем.

### **Список використаної літератури**

1. Як співпраця держави та бізнесу допоможе відбудувати Україну [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/2023/spivpratsia\\_derzhavy\\_ta\\_biznesu\\_do\\_pomozhe/](https://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/2023/spivpratsia_derzhavy_ta_biznesu_do_pomozhe/)
2. Співпраця бізнесу та держави: перспективи для відбудови [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://interfax.com.ua/news/blog/916254.html>
3. Чому важливий якісний діалог між державою та бізнесом [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/10/25/705868/>

*Папуша І. В., аспірантка спеціальності  
076 «Підприємництво та торгівля»  
Український державний університет науки і технологій  
[rapusha.inna.15@gmail.com](mailto:rapusha.inna.15@gmail.com)*

## **РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ У СТРАТЕГІЧНОМУ КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сьогодення стратегічне планування займає чи не найголовнішу роль в ефективному управлінні підприємством, адже через нестабільне економічне середовище, особливо внаслідок війни, підприємства не можуть забезпечувати собі успішне функціонування та здійснення виробничої діяльності.

Основним інструментом стратегічного планування є розробка та впровадження цілісної стратегії підприємства. Під стратегією розуміємо певний набір правил, прийомів та управлінських рішень, що відображає вектор розвитку підприємства, застосування яких дає змогу виконати план діяльності щодо досягнення його стратегічних цілей й забезпечити високу конкурентоспроможність в умовах динамічного середовища. Стратегія комплексне поняття, що включає в себе декілька різних стратегій окремих ієрархічних рівнів та підрозділів. Найменш дослідженим є функціональний рівень, що включає такі стратегії як маркетингова (визначення товарів, ринків, способів просування та реалізації продукції з урахуванням прогнозного ринкового попиту), виробнича (раціоналізація процесу виробництва продукції), кадрова (розвиток персоналу та забезпечення підприємства трудовими ресурсами необхідної компетентності), фінансова (раціональне забезпечення поточної та перспективної діяльності підприємства фінансовими ресурсами), стратегія наукових досліджень і проектно-конструкторських розробок (базується на науково-технічних прогнозах і формується з урахуванням можливих винаходів та технологічних проривів).

Особливе місце у стратегічному контексті підприємства займає фінансова стратегія, оскільки вона має прямий або опосередкований вплив на кожен аспект стратегічного планування та визначає напрямки діяльності підприємства. **Фінансова стратегія** - це загальний план визначення фінансових потреб і фінансових результатів, а також альтернативного вибору джерел фінансування з метою мінімізації вартості капіталу та максимізації прибутку. Фінансова стратегія а націлена на ефективне управління фінансовими ресурсами підприємства, і передбачає розробку політики фінансування, аналіз альтернативних джерел та вибір оптимального варіанту фінансування діяльності підприємства. Фінансова стратегія має бути узгоджена з корпоративною стратегією підприємства та спрямована на забезпечення досягнення генеральної цілі підприємства.

При формуванні фінансової стратегії доцільно враховувати:

1. **Капітал підприємства.** Фінансова стратегія визначає оптимальне співвідношення між власним та позиковим капіталом. Вона враховує вартість капіталу, його доступність та інші чинники, які впливають на залучення фінансових ресурсів.
2. **Ліквідність.** Фінансова стратегія повинна враховувати рівень ліквідності активів з метою забезпечення платоспроможності підприємства.
3. **Управління ризиками.** Фінансова стратегія повинна керувати фінансовими ризиками, передбачати їх та розробляти засоби запобігання та пом'якшення негативних наслідків.

Індикаторами ефективності фінансової стратегії є показники стратегічного фінансового контролю, найбільш змістовними, на нашу думку, з яких є:

1. Коефіцієнт автономії - показує, яка частина активів сформована за рахунок власних коштів підприємства.
2. Коефіцієнт Бівера- використовується для оціни стратегічної платоспроможності підприємства.

3. Співвідношення темпів зростання власного капіталу з темпами росту позичкового капіталу - характеризує політику підприємства відносно формування капіталу.

4. Фінансовий цикл - період повного обороту грошових коштів, інвестованих в оборотні активи, починаючи з моменту погашення кредиторської заборгованості за отримані виробничі запаси і до моменту інкасації дебіторської заборгованості за відвантажену покупцю продукцію. характеризує

5. Коефіцієнт ефективності грошового потоку - характеризує ступінь достатність позитивного грошового потоку для фінансування діяльності підприємства.

Таким чином, фінансова стратегія повинна забезпечувати формування та ефективне використання фінансових ресурсів; визначення оптимальних напрямків їх інвестування; відповідність фінансових дій можливостям та стану підприємства. Визначені основні аспекти фінансової стратегії доводять її вплив на діяльність кожної окремої ланки підприємства у контексті стратегічного планування та ефективність його виробничої діяльності.

### **Список використаної літератури**

1. Довбня С. Б., Найдовська А. О. Економічне управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання: навч. посібник. УДУНТ. Дніпро, 2023. 86 с.

2. Мартиненко В. П. Концептуальні аспекти фінансової стратегії підприємства. «Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»» № 19, 2021.

3. Ситник Н. С., Смолінська С.Д., Ясіновська І.Ф. Фінанси підприємств: навчальний посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 402 с.

*Редзюк Є.В., к.е.н., доцент  
старший науковий співробітник  
сектору міжнародних фінансових досліджень  
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», м.Київ  
redzyuk@gmail.com*

## **ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Повномасштабні воєнні дії на території України суттєво впливають на всі сектори економіки, населення та регіони. Насильницька смерть і переміщення значної кількості населення України закордон та в більш безпечні регіони країни; багатомільярдні збитки від руйнування об'єктів інфраструктури, житла і комерційно-виробничих приміщень; окупація і знищення там активів 1/5 частини країни; систематичні відключення електроенергії та загроза ракетних обстрілів; погіршення макроекономічного стану, ризику девальвації; зменшення державного бюджету, особливо на соціальні потреби; мобілізація значної кількості населення України в військово-безпекові структури тощо – все це не повний перелік тих викликів, з якими потрібно впоратись вітчизняному бізнесу для виживання й подальшого розвитку в умовах війни і поствоєнного відновлення.

Для стабільного функціонування бізнес-структур в Україні, їм необхідно мати певний попит на власну вироблену продукцію чи закуплені товари. В цьому контексті сукупність негативних факторів, пов'язаних з війною, вплинули на суттєве зниження купівельної спроможності населення України. Тому значна частка бізнесу скоротила обсяги виробництва, або взагалі змушена була закрити свої виробничі потужності. Як показує динаміка ВВП України -26% у 2022 році, а відновлення очікується на рівні лише 3-5% в 2023 році – по суті ці тенденції характеризують депресивний стан вітчизняної економіки і бізнесу. Крім того, загальний обсяг фінансової підтримки у формі кредитів і грантів 2023 року сягне близько 45 млрд дол. США, що також свідчить про значну залежність українського бюджету від зовнішньої допомоги [1].

Під час військових дій в Україні велика кількість бізнесів стала неактуальною, або малозатребуваною (організація великих івентів, конференцій, весільних церемоній, кіновиробництво, туризм, ресторанна справа, авіаперельоти, деякі транспортні сполучення, постраждала й індустрія розваг тощо). Відзначаються й значні проблеми з доставкою сировини, матеріалів, обладнання, товарів у зв'язку з логістикою, яка суттєво постраждала від блокади і військових дій. Істотно подорожчала доставка товарів в Україну; до того ж строки доставки також мають широкі діапазони, що залежать від багатьох факторів (доступність до транспортних мереж, можливість складування, можливість без перешкод пройти кордони тощо) [2].

В існуючих надскладних умовах Україні необхідне швидке відновлення енергетики, житла, критичної інфраструктури, також потрібно провести розмінування значної частини території країни, відродити військово-промисловий комплекс і надати стимули для успішного розвитку вітчизняним бізнес-структурам. При цьому, зручні і логічні фінансово-інвестиційні інструменти й можливості стимулювання бізнес-структур в Україні не використовуються в повній мірі, щоб сприяти процесам відновлення. Так, занадто висока ставка НБУ (25%) і валютна політика «залякування» бізнесу і населення суттєво посилили недовіру до гривні й до валютної, фінансової і кредитної політики НБУ в 2022 р. - I-шій половині 2023 р. Тільки починаючи з 27.07.2023 р. ставка НБУ почала поступово знижуватись і зараз складає 16%.

Відзначимо, що при відповідальній комунікації і донесенні до бізнесу й населення НБУ нових умов функціонування фінансової системи під час війни; про те, що міжнародні партнери підтримуватимуть курс гривні й основні бюджетні витрати України та інфляція буде контрольованою – тоді таких шоківих заходів зі ставкою НБУ (з її різким підвищенням з 10% до 25%) не потрібно було б реалізовувати. Такі дії в подальшому на 1,5 роки привели до призупинення кредитування і переведення бізнесом активів у вільноконвертовані валюти. В комплексі, це суттєво погіршило стан вітчизняного бізнес-середовища під час війни, проблеми з оборотними коштами



вилились в банкрутство або призупинення діяльності багатьох підприємств; можливість реінвестувати кошти, перевести співробітників в більш безпечні регіони України, чи провести перепланування виробництва під більш актуальні під час війни потреби – не було можливості й фінансово-інвестиційних ресурсів. Тому, на наш погляд, навпаки, потрібно було з 10% зменшити до 7-8% облікову ставку НБУ, тим самим простимулювавши кредитні програми в бізнес-середовищі, надавши ліквідність вітчизняному бізнесу для перебудови під військово-мобілізаційну економіку [3].

Успішно функціонує Державна програма кредитів під 5-7-9%, яка задовольняє вузький зріз економіки, в основному охоплюючи малий бізнес в агросфері, сфері обслуговування населення, дрібної переробки. Локально деяким підприємствам допомогли й програми з релокації. Проте більшість вітчизняних бізнесів, особливо зі складним циклом виробництва, зі значною кількістю персоналу – не мають оборотних коштів та доступу до кредитування під час війни. Інноваційну, високорозвинену та зі значною часткою глибокої переробки економіку такими фінансово-інвестиційними стимулами не сформувати.

Отже, необхідно, щоб всі рішення державними органами влади приймалися виважено, професійно, системно й з врахуванням довгострокової перспективи розвитку економіки України. Між Міністерством економіки України, Міністерством фінансів України і НБУ має бути взаємоповага і консенсус щодо монетарної, валютної, фіскальної, кредитної, стимулюючої економічної політики. Оптимальними фінансово-інвестиційними інструментами розвитку вітчизняних бізнес-структур є: впровадження довготермінової облікової ставки НБУ з тенденцією до пониження на рівні 7-8%; для банків зниження рівня продажів і рівнів доходності ОВДП та депозитних сертифікатів, що стимулює кредитувати бізнес; страхування і стимулювання експорту високотехнологічної продукції; формування пріоритетних зон індустріально-інноваційного розвитку (інноваційні, індустріальні та ІТ-парки) і спільних підприємств у сфері ВПК; трансформація програм пільгового фінансування від сировинно-аграрної до інноваційно-переробної сфери (освіта-наука-

виробництво); залучення міжнародних, вітчизняних, іноземних грантів (особливо актуально на відновлення) і співпраця з краудфандинговими платформами [4;5;6].

### Список використаної літератури

1. Нацбанк утретє за рік суттєво змінив прогноз зростання ВВП у 2023 році [Електронний ресурс] / інтернет-видання «Економічна правда» / 26 жовтня 2023 р. / – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/10/26/705910/>

2. Гензель Ю. Розвиток під час війни: 5 головних проблем українського бізнесу [Електронний ресурс] / інтернет-видання «mind.ua» / 03 серпня 2023 р. / – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/openmind/20260808-rozvitok-pid-chas-vijni-5-golovnih-problem-ukrayinskogo-biznesu>

3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua>

4. Редзюк Є.В. Економічні засади цивілізаційної суб'єктності України / Проблеми цивілізаційної суб'єктності України: місія науки і освіти: матеріали Всеукраїнської міжгалузевої науково-практичної онлайн-конференції (Київ, 29 вересня – 1 жовтня 2022 року). – Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2022. – с.548-558

5. Редзюк Є.В. Стан, проблеми і чинники гальмування розвитку бізнес-активності в Україні / Збірник наукових праць "Стратегія економічного розвитку України", КНЕУ ім. В.Гетьмана. –2 (52) м.Київ, 2022. – с.35-48

6. Редзюк Є.В. Місцеве самоврядування як фактор відбудови української економіки / Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Науково-практичний журнал. N2/30 /2023. – К.: Міленіум, 2023. – с.57-71

*Рига В.О.*  
*магістр 2-го курсу,*  
*Науковий керівник: к.е.н. Приходченко О.Ю.*  
*НТУ «Дніпровська політехніка»*  
[\*oksana.prykhodchenko@gmail.com\*](mailto:oksana.prykhodchenko@gmail.com)

## **РОЛЬ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ У ПІДВИЩЕННІ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Підвищення прибутковості є ключовим завданням для будь-якого підприємства і актуальне у сучасному бізнес-середовищі. Економіко-математичні методи відіграють значущу роль у підвищенні прибутковості підприємств. Вони надають інструменти для аналізу, прогнозування та оптимізації різних аспектів бізнесу, дозволяючи приймати обґрунтовані стратегічні та тактичні рішення.

Виходячи з того, які процеси впливають на прибутковість, можна виділити виробничі процеси, управління запасами, цінову та маркетингову стратегію, фінансове планування, логістичні процеси, стратегічне планування, оптимізація робочого капіталу, оцінку ризиків:

Математичні моделі дозволяють оптимізувати виробничі процеси, визначаючи оптимальний розклад виробничих операцій, розподіл ресурсів та максимізацію виробничої продуктивності. Лінійне програмування використовується для максимізації чи мінімізації лінійної функції від змінних, які позначають кількість виробничих ресурсів. Це може включати оптимізацію витрат на виробництво, планування виробничих потреб, розподіл ресурсів тощо. Динамічне програмування може використовуватися для оптимізації процесів у довгостроковій перспективі. Теорія черг використовується для вивчення та оптимізації систем, де заявки надходять в чергу та очікують обробки. Може бути застосована до оптимізації виробничих ліній та потоків робіт. Імітаційне моделювання використовує створення моделей для імітації різних виробничих

сценаріїв та аналізу їхньої продуктивності. Це може допомагати виробникам прогнозувати результати різних стратегій.

Економіко-математичні методи використовуються для оптимізації рівнів запасів, щоб уникнути перепостачання або недостатку товарів, що може позитивно вплинути на ефективність виробництва та зменшити витрати.

Аналіз цінової стратегії за допомогою методів оптимізації дозволяє визначити оптимальні ціни для максимізації прибутковості, враховуючи конкурентоспроможність на ринку та психологію споживачів. Теорія ігор може бути використана для аналізу конкурентної взаємодії.

Моделі фінансового планування допомагають враховувати різні фінансові сценарії, оцінювати інвестиційні проекти та приймати рішення, які сприяють зростанню прибутковості.

Економіко-математичний аналіз може використовуватися для розробки оптимальних маркетингових стратегій, визначення ефективності рекламних кампаній та ідентифікації потенційно прибуткових сегментів ринку.

Математичні методи допомагають оптимізувати логістичні процеси, включаючи маршрути доставки, управління складськими запасами та інші аспекти логістичного ланцюга.

Моделі стратегічного планування дозволяють враховувати різні сценарії розвитку бізнесу, визначати стратегії розширення та вибирати оптимальний шлях для досягнення максимальної прибутковості.

Аналіз робочого капіталу за допомогою математичних методів дозволяє забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів та мінімізувати затрати на утримання оборотних коштів.

Використання економіко-математичних моделей допомагає в оцінці ризиків бізнесу, що дозволяє підприємству приймати рішення, які спрямовані на зменшення можливих втрат та забезпечення стійкості прибутковості.

Вибір математичних моделей та методів залежить від цілей моделювання, які в свою чергу залежать від типу підприємства, наявних даних та проблем підприємства.

Таким чином, економіко-математичні методи виступають як інструмент для оптимізації різних бізнес-процесів, враховуючи численні фактори та обмеження, що може призвести до підвищення прибутковості підприємства.

### **Список використаної літератури**

1. Штефан Н. М., Михайліченко В. С. Математичні методи і моделі в управлінні прибутком підприємства. Ефективна економіка. 2021. № 9. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9280> (дата звернення: 20.11.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.83.

2. Економіко-математичні методи та моделі прогнозування збутової логістики торговельного підприємства / Причорноморські економічні студії. Випуск 28-2. 2018. с.179-183.

*Роговська К.Л.,  
здобувач вищої освіти  
Науковий керівник: Довбня С.Б., д.е.н., професор,  
кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня  
Український державний університет науки і технологій  
[2311kopin@gmail.com](mailto:2311kopin@gmail.com)*

## **SPACE-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ОБГРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

В процесі підсилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках українські підприємства стикаються з суттєвими ризиками, такими як політична нестабільність, економічні труднощі та зміни в законодавстві, зростання цін на сировину та енергоносії (останнім часом ця проблема в купі з обмеженістю та збоями в енергопостачанні набула особливого значення), зниження платоспроможного попиту, складності в транспортуванні продукції і т. ін. Існуючі проблеми і тенденції розвитку економічного середовища зумовили необхідність забезпечення комплексних методів реалізації ефективних стратегій

на підприємствах з використанням сучасних методів та інструментів стратегічного аналізу.

Одним з найбільш науково-обґрунтованих та методично опрацьованих методів стратегічного аналізу є метод SPACE-аналізу [ 1, 2]. SPACE-аналіз відноситься до категорії комплексних багатокритеріальних методів. Він дозволяє оцінити позицію підприємства на ринку, проаналізувати важливі аспекти його діяльності та визначити найкращу стратегію поведінки з урахуванням розвитку конкуренції.

В основі методу SPACE лежить аналіз підприємства за чотирма критеріями, що характеризують зовнішнє середовище і його внутрішній стан:

1) фінансова сила підприємства, яка, на наш погляд, передбачає оцінку платоспроможності підприємства, рівень його фінансової незалежності, а також результативність діяльності;

2) конкурентоздатність підприємства в певній ніші, зокрема характеристика конкурентних переваг підприємства;

3) стабільність зовнішнього середовища. яка характеризується волатильністю цін на сировину та продукцію, швидкістю оновлення асортименту і т. ін. Тобто стабільність - це ступінь коливань зовнішнього середовища. Чим стабільніше середовище, тим сприятливіше воно для діяльності підприємства;

4) привабливість галузі: техніко-технологічний рівень, рентабельність продукції; рівень галузевої конкуренції, бар'єри входження в галузь і т. ін.

Кожен критерій включає перелік факторів, пов'язаних з діяльністю підприємства, виражених у відповідних показниках. При визначенні критеріїв оцінки конкретного підприємства необхідно враховувати специфіку його діяльності, особливості галузі, наявні виробничі та економічні можливості, а також принципи і цінності, яких воно дотримується.

Важливою перевагою SPACE-аналізу є його комплексність (розгляд як внутрішнього, так і зовнішнього середовища). Внутрішнє середовище (фінансова сила, конкурентоздатність) дозволяють визначити сильні та слабкі сторони підприємства. Сильні сторони - це позитивні характеристики, які дають

підприємству конкурентну перевагу. Прикладами є сильний бренд, інноваційні продукти, ефективні маркетингові стратегії, досвідчений персонал та конкурентні ціни. У SPACE-аналізі особливо детально досліджується така сильна сторона підприємства, як конкурентна перевага. Конкурентна перевага впливає на шанси успіху і на вибір найбільш ефективної стратегії. Підприємства з сильною конкурентною перевагою має більше шансів на успіх у конкурентній боротьбі. Воно може використовувати цю перевагу для залучення клієнтів, збільшення прибутку і розвитку свого бізнесу [3].

Слабкі сторони - це негативні характеристики підприємства, які можуть обмежувати його можливості: низька прибутковість, застарілі технології, погана дистрибуція.

Зовнішнє середовище (стабільність та привабливість галузі) оцінюється з позиції його можливостей та загроз:

- можливості - це фактори зовнішнього середовища, які можуть сприяти успіху. Прикладами є зростаючі ринки, нові технології та зміни в законодавстві;
- загрози - це зовнішні фактори, які перешкоджають успіху (економічні кризи, посилення конкуренції та зміна споживчих уподобань).

Оцінки по окремих критеріях можуть виконуватись як експертним методом, так і з використанням системи показників, що є більш складним, але підвищує обґрунтованість висновків [ 1].

Інтерпретація результатів оцінювання виконується графічним (пелюсткова діаграма) або матричним способом. Якщо оцінки підприємства знаходяться у верхньому правому квадранті матриці (графіку) SPACE, вони мають найвищі конкурентні переваги. Ці підприємства мають сильні сторони, можливості та відносно стабільне середовище. Вони мають високий потенціал для розвитку і можуть використовувати свої переваги для реалізації найбільш амбітних стратегій. Підприємства в інших квадрантах матриці SPACE також мають конкурентні переваги, але вони менші або менш стабільні. Цим підприємствам необхідно ретельно оцінити свою позицію і розробити стратегії, які відповідають їхнім конкретним потребам.

Таким чином використання SPACE-аналізу дає можливість підвищити обґрунтованість управлінських рішень щодо формування конкурентної стратегії підприємства, вибрати найбільш доцільний вектор стратегічної поведінки в існуючих умовах зовнішнього середовища.

### Список використаної літератури

1. Довбня С.Б., Чабанець Т.М. Інноваційне стратегічне планування: монографія. Дніпро: Ліра, 2020, 204 с.
2. Бурденюк Т. Г. SPACE-аналіз як метод формування стратегічних альтернатив підприємства / Т. Г. Бурденюк // Економічний аналіз: збірник наукових праць. – 2011. – № 3. – С.44-50
3. . Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г.В. Осовська, О.Л. Іщук, І.В. Малійська. – К.: Кондор, 2003. – 196 с.

*Slastianyukova Krystyna*

*Assistant, Ukrainian Engineering and Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine*

*Slastianyukova Veronika*

*An applicant of the first (bachelor) level of higher education,  
Ukrainian Engineering and Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine*

## EMOTIONAL INTELLIGENCE IN THE BUSINESS ENVIRONMENT

Sustainability objectives encompass elements such as providing quality education and ensuring good health and well-being [1]. The contemporary challenge in training highly skilled managers, entrepreneurs, and business students lies in cultivating soft skills. The Future of Jobs Report 2020 identified emotional intelligence as a crucial and high-demand soft skill. Emotional intelligence (EI) serves as the foundation for essential soft skills like leadership, social influence, resilience, stress tolerance, and flexibility.

EI opens up additional opportunities in the professional activities of entrepreneurs, managers, and business students. Initially, EI enhances the acquisition of new knowledge and facilitates the development of other soft skills essential for a



successful career. It contributes to entrepreneurial intentions, self-efficacy, stress tolerance, openness, knowledge-sharing behavior, effective communication, and improved decision-making. Moreover, EI plays a role in realizing leadership skills, enhancing team cohesion and collaboration, and optimizing time for achieving results [2, 3]. Additionally, EI ensures stable social connections, a positive reputation, and overall success.

In a broader sense, EI positively influences job performance and productivity in entrepreneurial activities [4]. Employees with high EI contribute to increased company value, leading to higher revenues, improved cash flow, and enhanced customer loyalty. EI is particularly pertinent in human management research, with managers' EI impacting not only work quality but also a company's financial performance. Managerial EI also affects employee well-being, satisfaction, and health [5].

Research studies underscore the importance of EI for business students [4]. Karimi and Ataei [6] suggest that higher emotional intelligence is a prerequisite for acquiring and reinforcing entrepreneurial skills. They establish a significant positive correlation between entrepreneurial self-efficacy and EI [6, 7]. Despite the acknowledged value of EI, a literature review reveals a need for practical tools to develop the EI of entrepreneurs, managers, and students [8].

Scientific literature affirms that enhanced emotional intelligence in employees leads to increased sales, cash receipts, and customer loyalty across various business sectors [2, 9]. Individuals with high emotional intelligence exhibit more knowledge-sharing behavior and are more likely to disseminate information within the organization. Project managers with high EI enhance team cohesion and expedite the achievement of desired results. Managerial adaptability and optimism positively impact financial, employee, and operational performance. According to Uzunbacak [10] emotional intelligence and organizational commitment reduce turnover intention and organizational indifference among hotel department managers, with emotional intelligence positively associated with employees' organizational commitment.

Three main theories underpin EI development: Bar-On's non-cognitive theory, Meyer and Salovey's theory of emotional and intellectual abilities, and Goleman's

mixed theory of emotional competence. While the term "emotional intelligence" has been around for over 30 years, it gained widespread use and study in the last decade. Bar-On, Mayer and Salovey, and Goleman proposed popular EI models. According to Mayer and Salovey, EI is a set of mental abilities contributing to awareness and understanding of one's own and others' emotions. Developing these abilities throughout life requires appropriate tools and methodological bases in the learning environment.

The term "emotional competence" is often used alongside "emotional intelligence." According to Saarni [11], emotional competence shapes the ability to adapt and believe in one's own abilities. Saarni describes emotional competence as a set of knowledge and skills enabling appropriate action in different situations. It involves the ability to manage emotions to achieve specific goals and is a prerequisite for an active social life. Mayer and Salovey also assert that emotional competence includes the ability to process complex information related to emotions and use it as a guide in thinking and acting. Goleman defines emotional competence as an acquired property based on emotional intelligence, identifying 25 emotional competences grouped into the 5 components of EI: self-awareness, self-regulation, motivation, empathy, and social skills.

Despite numerous approaches to EI development, no convenient model for practical application in business and education has been proposed. Therefore, Y. Fedorova [12] simplified the EI structure based on Goleman's model, presenting a 4-component instrumental model comprising self-awareness, self-management, social awareness, and relationship management.

## **REFERENCES**

1. United Nations. (2015). General assembly resolution A/RES/70/1. Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development. Seventieth United Nations general assembly, 25 September 2015, New York. <https://en.unesco.org/sustainabledevelopmentgoals>.
2. Zhang Qi & Shengyue Hao (2022). Construction Project Manager's Emotional Intelligence and Team Effectiveness: The Mediating Role of Team Cohesion and the Moderating Effect of Time. doi: org/10.3389/fpsyg.2022.845791

3. Brečko, D. (2021). Intergenerational Cooperation and Stereotypes in Relation to Age in the Working Environment. *Changing Societies & Personalities*, 5(1), 103–125. <https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.1.124>

4. Lu, X., Xiong, Y., Lv, X. & Shan, B. (2022). Emotion in the Area of Entrepreneurship: An Analysis of Research Hotspots. *Frontiers in psychology*, 13. doi: [org/10.3389/fpsyg.2022.922148](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922148)

5. Semenets-Orlova, I.A., Klochko, A., Shkoda, T., Marusina, O. & Tepluk, M. (2021), "Emotional intelligence as the basis Emotional Intelligence as the Basis for the Development of Organizational Leadership During the Covid Period (Educational Institution Case) the development of organisational leadership during the Covid period (educational institution case)". doi:10.25115/EEA.V39I5.5074

6. Karimi, H. & Ataei, P. (2022). The effect of entrepreneurship ecosystem on the entrepreneurial skills of agriculture students: The mediating role of social intelligence and emotional intelligence (The case of Zabol University, Iran). *Curr Psychol*. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03479-z>

7. Halliwell, P., Mitchell, R. & Boyle, B. (2022). Interrelations between enhanced emotional intelligence, leadership self-efficacy and task-oriented leadership behaviour—a leadership coaching study. *Leadership & Organization Development Journal*, 43(1), 39–56. <https://doi.org/10.1108/LODJ-01-2021-0036>

8. Nurhas, I., Geisler, S., & Pawlowski, J. (2021). Developing a Competency Framework for Intergenerational Startup Innovation in a Digital Collaboration Setting. *Proceedings of the 13th International Joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management*, 13. <https://www.scitepress.org/Link.aspx?doi=10.5220/0010652100003064>

9. Федорова Ю.В. Емоційний капітал менеджера як джерело доходів підприємства [Електронний ресурс] / Ю.В.Федорова // Науковий погляд: економіка та управління - 2020 - 2 (68), С.164-170

10. Uzunbacak, H. H., Erhan, T., and Akcakanat, T. (2022) ‘Emotionally Intelligent Employees’ Work Outcomes: The Mediating Role of Organizational Commitment’ *Etikonomi*, Vol. 21(1), pp.11-40 [online] <https://doi.org/10.15408/etk.v21i1.20541>

11. Saarni, C.: The development of emotional competence. The Guilford Press, New York (1999).

12. Fedorova, Y.V. (2020). Manager's Emotional Capital as a Source of Enterprise Income [Electronic resource]. *Scientific View: Economics and Management*, 2 (68), 164-170. Included in the Index Copernicus bibliographic database.

Access mode: [http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2\\_68\\_2020/31.pdf](http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2_68_2020/31.pdf)

*Труилова М.А., магістр  
ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій»  
Українського державного університету науки і технологій  
mashaharchenko28@gmail.com*

## **УПРАВЛІННЯ АКТИВНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

Актив – це об'єкт бухгалтерського обліку, який відображається на балансі та визначає право контролювання над ним, який закріплено за банківською установою. Дане поняття документально показує розташування та використання залучених банківською установою коштів та охоплює за змістом більш широку сутність [1].

Банківські активи – це наявні ресурси на кореспондентському рахунку в НБУ та в касі банківської організації. Відповідно до Закону України “Про банки і банківську діяльність” активними операціями називають кредитні та інші вкладення банківських ресурсів, з метою їх найефективнішого використання [2].

До активних операцій банківських установ мають відношення операції, які забезпечують банки для своїх клієнтів можливість отримання грошових коштів, які йому необхідні, цим саме розташовує залучений та власний капітал [3].

Операція, яка надає клієнтам позики та їх погашення називається кредитною, з її допомогою банк проводить інвестиційну діяльність, а саме вкладення грошових коштів в коштовні папери компаній різних форм власності на тривалий час та інші [4].

Коли комерційний банк надає кредит – це головна мета економічних функцій банку, яка здійснюється для виробничої, споживчої та інвестиційної мети компаній, фізичних осіб та державних організацій. Банківська установа видає кредит, тим самим сприяє появі нових компаній, підприємств, які в майбутньому забезпечують збільшення робочих посад та сприяє забезпеченню економічної життєздатності даного регіону [5,6].

Умовою розвитку ринкової корпоративної культури, на мою власну думку, перспективним може бути інвестування в облігації компаній. Даний сегмент

ринку великими темпами зростає та прогресує, до того ж менеджери вітчизняних компаній побачили в них альтернативу кредитуванню в банку. Перспективний розвиток шляхом конкурентної боротьби у банківському бізнесі є ринок посередницьких операцій, зокрема з цінними паперами. Посередницька діяльність банківської установи – де він виступає за дорученням клієнта (за домовленістю банк може діяти від свого імені і за його рахунок). Клієнт може доручити банкові купити акції конкретної фірми за мінімальною ціною. При цьому банк зовсім не повинен інформувати клієнта, де і в кого він їх купує. Цінні папери можуть бути закуплені на біржі, або ж банківська установа може продати їх клієнтові з власних запасів.

Проаналізувавши сучасний стан інвестування в Україні, можна зробити висновок, що банківське інвестування в корпоративний сегмент, ще не досягли необхідного статусу джерела регулярного доходу, або підтримання відповідного рівня ліквідності. На наш погляд, інвестування такого характеру займають місце своєрідного баласту в інвестиційному портфелі вітчизняних банківських установ.

В сучасній Україні, за умов ставлення ринку цінних паперів, на даний момент можуть тільки великі установи, компанії, підприємства користуватися послугами комерційного банку в сфері інвестування, але в майбутньому коло таких клієнтів буде тільки розширювати свої кордони, а сприяти цьому буде перспективи розвитку нових типів банківських операцій з цінними паперами.

Починаючи з 2008 року зі зростанням ринку лізингу збільшувалася і кількість його учасників. За даними Держфінпослуг, кількість зареєстрованих компаній з ліцензіями на надання послуг фінансового лізингу налічується близько двохсот. Проте кількість компаній, які реально надають послуги лізингу та мають ресурс для того, щоб фінансувати нові контракти, з початком кризи скоротилася втричі [7]. Сьогодні ж активно діючих лізингодавців небагато, другі в очікуванні, треті обслуговують лізингові портфелі, які сформували до кризи. Фактично їх завдання сьогодні повернути ті кошти, які вони вклали в активні операції. Подальша доля таких компаній, залежить від майбутньої економічної

ситуації в Україні, але вже зараз можна зробити певні висновки, що та незначна кількість лізингових компаній, яка працює зараз сформує лізинговий ринок на наступні роки [8].

Ще однією проблемою для лізингових компаній, що прозоро працюють на цьому ринку є прострочена заборгованість по лізинговим угодам [9]. Більш того, сьогодні, лізинговий ринок співвідноситься з ринком банківських послуг і якщо банки констатують, що обсяг їх простроченої заборгованості по кредитах становить приблизно 20%, такі ж данні ми можемо спостерігати у лізингових компаній, а в деяких випадках він становить від 20% до 30%.

Все вищезазначене призводить до підвищення процентної ставки, однак основними причинами їх підвищення є ризики, що супроводжують діяльність лізингових компаній. Проте останні зазначають, що сподіваються на її зниження у зв'язку із зміною податкового законодавства та державною підтримкою, а саме: прийняття Податкового кодексу України скасовує дискримінаційний характер оподаткування лізингу в порівнянні з іншими фінансовими послугами.

### Список використаної літератури

1. Сирота А. І. Поняття «банківська операція» та «кредитна операція банку» / А. І. Сирота // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – №4. – С. 127-130.
2. Про національний банк України [Електронний ресурс]: Закон України від 20 травня 1999 року N 679-XIV. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.
3. Про банки як провідні суб'єкти фінансового посередництва [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/5121/132/>
4. Волкова І. А. Бухгалтерський облік у банках : навч. посібник / І. А. Волкова, О. Ю. Калініна. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
5. Банківські операції: навч. посібник / Укладач Л. А. Сковира. – К.: Аграрна освіта, 2010. – 371 с.

6. Михайлівська І.М. Банківські операції. Кредитно-модульний курс: Навч. посібник / І.М. Михайлівська, А.В. Олійник. – Львів: Магнолія 2006, 2011. – 646 с.

7. Про лізинг [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/57-1/4281-lizing.html>

8. Mastercard і ПриватБанк запуснуть перший в Україні проект поведінкової біометрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://newsroom.mastercard.com/eu/uk/press-releases/nudata/>

9. Прокопенко І.Ф. Основи банківської справи: Навчальний посібник / І.Ф. Прокопенко, В.І. Ганін, В.В. Соляр, С.І. Маслов. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 410 с.

*Ус Ю.В., к.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу та торговельного підприємництва  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків  
[Usyuliya@ukr.net](mailto:Usyuliya@ukr.net)*

*Роганько В.А., студента 2 курсу магістратури  
спеціальність менеджмент  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

## **ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Сучасний розвиток економічних систем потребує застосування сучасних методів у сфері управління. Не винятком є і область менеджменту персоналу. Проте вітчизняний ринок дуже повільно реагує на зміни у світових тенденціях та неохоче переймає зарубіжний досвід. Слід зазначити, що все ж з кожним поколінням суспільство стає більш гнучким і краще піддається впливу зовнішніх факторів. Це стосується і підприємців, вони починають все більше уваги приділяти вивченню успішного досвіду зарубіжних компаній та виділенню при цьому певних методик, які можна застосувати на власних підприємствах.

Найбільш поширеними та ефективними інноваційними інструментами управління персоналом є аутстафінг, менторство, мотивація та віртуальні офіси

[1]. Всі ці засоби широко застосовуються у світових практиках успішних компаній і вже встигли довести свою дієвість.

Аутстафінг являє собою певну взаємодопомогу компаній одна одній. Таким чином, одне підприємство (аутстафер) на основі відповідного договору надає своїх працівників у тимчасове користування іншому підприємству (замовнику). Це значно полегшує виконання ряду завдань для замовника, серед яких пошук працівників певної спеціалізації та кваліфікації, зниження ризиків, пов'язаних з тимчасовим працевлаштуванням, зменшення рівня витрат щодо створення робочих місць та організації робочого простору, більш вигідні умови оподаткування.

Менторство або ж наставництво передбачає індивідуальне навчання нового працівника. Даний інструмент значно полегшує процес адаптації працівника у новій компанії. Його суть полягає в тому, що новоприйнятий співробітник приставляється до вже досвідченого, для навчання на основі особистого прикладу. Така методика дозволяє одразу заглибитись у повсякденну діяльність компанії та швидше увійти в ритм роботи. Проте, менторство несе у собі і певні ризики, як наприклад, надзвичайно високий вплив людського фактору. Необхідно дуже ретельно та відповідально підходити до вибору наставника, оскільки він має бути достатньо стресостійким та досвідченим для цієї ролі. Крім того, важливими є і такі фактори як сумлінність, відповідальність та належне ставлення до власних обов'язків ментора, оскільки під час навчання, новий співробітник може перейняти негативні елементи поведінки наставника[3].

Ще одним вкрай важливим, але недооціненим вітчизняними підприємствами інструментом є мотивація. Українські менеджери, як правило, обмежуються виключно матеріальними методами стимулювання працівників. Це може бути як позитивна (премії, бонуси тощо), так і негативна (штрафи) мотивація, проте вся вона так чи інакше пов'язана з матеріальними благами. Західні ж бізнесмени вбачають значно більший потенціал цього аспекту управління персоналом. Таким чином, вітчизняним менеджерам варто уважніше



придивитися до систем мотивації працівників на підприємствах з метою розробки власних подібних систем.

У загальному методика стимулювання персоналу, притаманні зарубіжним компаніям мають такі спільні риси:

- переважне застосування погодинних форм оплати праці, оскільки вони є більш гнучкими, що відкриває більше можливостей перед менеджером;

- дуже відповідальне ставлення до нормування праці та дотримання цих норм, адже це безпосередньо впливає на відновлення працездатності працівника, його продуктивність та психо-емоційний стан:

- висока розповсюдженість мотиваційних систем, що сприяє їх збільшенню кількості їх різновидів, адже кожне підприємство певним чином модифікує їх відповідно до власних потреб;

- сприяння утворення емоційного зв'язку персоналу з компанією, що перетворює останню на дещо більше, ніж просто джерело доходу для працівника, а отже мотивує його до розвитку підприємства та себе в його межах;

- надання співробітникам певної автономії, раціональний рівень свободи дій заохочує ініціативність та творчий підхід до виконання своїх обов'язків серед працівників.

Доволі корисним також є такий інструмент, як віртуальний офіс. Він передбачає створення певної віртуальної платформи для організації співпраці працівників компанії. Дана методика є надзвичайно ефективною при орієнтації компанії на дистанційну форму зайнятості, адже таким чином можна координувати працівників, що знаходяться у різних містах, чи навіть країнах. Крім того, віртуальний офіс у певній мірі убезпечує підприємство на випадок настання надзвичайних умов, як наприклад, введення загального карантину та примусова самоізоляція, що дуже актуально, з огляду на останні події.

### **Список використаної літератури**

1. Чернишова А.В. Мотивація та стимулювання праці в системі управління персоналом підприємства. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 141–145.

2. Чобіток В.І. Вплив соціально-економічної мотивації на формування трудової поведінки. *Актуальні проблеми соціально-орієнтованої економіки: колективна монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора Прохорової В. В. Харків: Смугаста типографія, 2017. С. 136– 146.*

3. Шаповал О.А. Системний підхід до управління персоналом. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління* Вип. 30, 2020. С. 82–85.

*Ус Ю.В., к.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу та торговельного підприємництва  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

*[Usyuliya@ukr.net](mailto:Usyuliya@ukr.net)*

*Головін О.А., студентка 2 курсу магістратури  
спеціальність менеджмент  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЛОГІСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ**

За ринкових умов важко уявити ефективну роботу компаній без налагодженої логістичної системи. Безсумнівно, що від рівня організації та управління логістичною системою залежить конкурентоспроможність підприємства. Компетентність у сфері логістики, кваліфіковане володіння її методами можуть забезпечити лідерство в конкуренції [1]. Коли ми говоримо про логістичну систему та її функції, то нічого не можна сказати про логістичні функції. Як зазначалося вище, усі дії та процеси, що здійснюються в сфері логістики, спрямовані на раціональне переміщення матеріального потоку. Цій же меті служать логістичні функції.

Логістичні функції:

– системний тренер – організовує логістичні системи, а також координує дії учасників виробничого процесу;

– інтегрувати – забезпечує синхронну роботу постачання, складування, збуту тощо;

– регулюючий – контролює ефективний контроль потоку;

– результуюча – визначає ефективність логістики на основі результату виконання всіх логістичних функцій і реалізації виробничих процесів [2].

На кожному з рівнів каналів збуту виконується набір логістичних функцій. Таким чином, на операційному рівні функції є основою для контролю за переміщенням ресурсів, від доставки продукції до розподілу результатів.

У рамках пропозиції функції зосереджені на управлінні передачею ресурсів від постачальника до складу компанії або зі складу до безпосереднього виробництва. У процесі виробництва функції відповідають за переміщення сировини, але між етапами виробництва. Потім функції беруть участь у контролі потоку готової продукції.

Як показує практичний досвід, розвиток логістичних систем в компаніях знаходиться на різних етапах і рівнях. Впровадження логістики в економічну діяльність, не кажучи вже про її вдосконалення, потребує часу. Звернення уваги до вивчення логістичної діяльності визначає їх характер і функції у зв'язку з тим, що ця територія України знаходиться на стадії становлення. Багато менеджерів не мають чіткого уявлення про місце логістики в структурі компанії [3].

Часто немає структури, де певні відділи несуть сувору відповідальність за виконання вузького кола завдань або навіть окремих процесів. Більшість компаній не розробляють і не впроваджують логістичну стратегію для компанії, що вимагало всебічного аналізу розглянутих питань [2].

Оскільки основними складовими відпускнуї ціни реалізованої продукції є витрати на транспортування, зберігання та логістику, кожне підприємство прагне скоротити час доставки продукції до кінцевого споживача за найнижчою ціною. Ефективна система управління та моніторингу логістики компанії, впровадження сучасних інформаційних технологій для відстеження руху продукції та товарів дозволять мінімізувати витрати на логістику.

Сучасна реальність привела до стратегічного напрямку логістики. Реалізація стратегії компанії з оптимальними витратами ресурсів в управлінні матеріалами та супутніми потоками є стратегічним баченням логістики.

Оскільки логістика опосередковано бере участь у створенні вартості для компанії, вона пропонує потенціал для оптимізації витрат і, таким чином, підвищення прибутковості в усіх сферах компанії.

В умовах конкуренції транспортні компанії прагнуть залучити клієнтів у найбільш вигідній формі співпраці. У сучасній ситуації можна виділити деякі з основних напрямків розвитку логістики (табл. 1):

Таблиця 1

#### Основні напрямки розвитку логістики

Мінімізація кількості запасів виробників
Збільшення кількості третіх осіб, залучених до надання логістичних послуг
Розробка логістичних стратегій в компанії
Застосування моделювання в логістичних системах

Очевидно, що реальність змушує менеджерів віддавати перевагу стратегічному плануванню, посиляючись на те, що щодо невизначеності майбутньої зміни екзогенних факторів краще розробляти логістичну стратегію [32]. Рішення про стратегічні альтернативи вдосконалення логістичної системи значною мірою залежить від уміння правильно прогнозувати реакції основних конкурентів.

#### Список використаної літератури

1. Кузнєцова Л. Структурні зміни у промисловості України: критерії прогресивності. *Економіст*. 2014. №8. С. 50–55
2. Москвітін Т. Д. Інформаційне забезпечення формування комерційних зв'язків підприємства. К.: Київ. держ. торг–екон. ун–т, 2019. 465с.
3. Новіков В.М. Розвивати оптові ринки. *Діловий вісник*. 2018. №11. 31–33 с.

*Ус Ю.В., к.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу та торговельного підприємництва  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

*[Usyuliya@ukr.net](mailto:Usyuliya@ukr.net)*

*Брусенцева К.В., студентка 4 курсу  
спеціальність маркетинг  
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

## **ЗАСТОСУВАННЯ SWOT - АНАЛІЗУ ЯК ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

SWOT-аналіз - це інструмент стратегічного аналізу, який дозволяє організації оцінити свої сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози у зовнішньому середовищі.

Умови функціонування підприємств та організацій нині різко змінюються на макро-та мікро-економічному рівні. Управління підприємством в умовах ринкової економіки неможливе без планування господарської діяльності на всіх рівнях: стратегічному, тактичному, оперативному. Найважливішим є стратегічний рівень [1].

Стратегія - це комплексний підхід до діяльності компанії, поєднання ресурсів і можливостей організації з можливостями та ризиками, які представляє навколишнє середовище зараз і в майбутньому.

Одним із найважливіших напрямів при проведенні SWOT-аналізу підприємства є його інформаційне забезпечення. Ефективне управління підприємством в умовах ринкової економіки можливе тільки за умови своєчасного надходження даних, які характеризують стан зовнішнього середовища і процесу управління. Функціонування торговельних підприємств в умовах формування ринкових відносин ґрунтується на використанні різноманітної інформації, необхідної для здійснення аналізу діяльності підприємства. Тому для отримання конкурентних переваг підприємствами інформація має пріоритетне значення, тобто значення стратегічного ресурсу [2].

Стратегія - це комплексний підхід до діяльності компанії, поєднання ресурсів і можливостей організації з можливостями та ризиками, які представляє навколишнє середовище зараз і в майбутньому.

Мета SWOT-аналізу - надати керівникам інформацію, необхідну для обґрунтованого вибору маркетингових стратегій з урахуванням змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі компанії.

Сильні сторони - це внутрішні фактори, які сприяють успіху організації. До них відносяться такі фактори, як продукти та послуги, маркетинг, фінанси, організація, управління та людські ресурси.

Слабкі сторони - це внутрішні фактори, які перешкоджають успіху організації. Вони включають в себе: низьку якість продукції та послуг, неефективний маркетинг, нестабільні фінанси, неефективну організацію, поганий менеджмент і низькокваліфікований персонал.

Можливості - це зовнішні фактори, які можуть сприяти успіху організації. До них відносяться: зміни в законодавстві, мінливі економічні умови, технології та поведінка споживачів.

Загрози - це зовнішні фактори, які перешкоджають успіху організації. Це такі фактори, як: конкуренція, зміни в законодавстві, мінливі економічні умови, технології та поведінка споживачів.

Етапи SWOT-аналізу:

Збір інформації. Цей етап передбачає збір інформації про сильні та слабкі сторони організації, а також про можливості та загрози у зовнішньому середовищі. Джерелами інформації є: внутрішні документи організації, дані маркетингових досліджень, дані конкурентного аналізу, дані економічних досліджень та соціологічних опитувань.

Аналіз інформації. На цьому етапі зібрана інформація аналізується для визначення ключових сильних і слабких сторін організації, а також можливостей і загроз із зовнішнього середовища.

Визначення стратегічного напрямку. Цей етап визначає стратегічний напрям, який максимізує сильні сторони організації, усуває слабкі сторони, використовує можливості та мінімізує загрози [3].

#### Використання SWOT-аналізу

SWOT-аналіз може бути використаний для різних цілей, включаючи розробку стратегії організації, конкурентної стратегії, маркетингового плану, плану розвитку людських ресурсів і плану реагування на кризові ситуації.

#### Переваги SWOT-аналізу

Це простий і ефективний інструмент, який надає інформацію, необхідну для розробки стратегії організації.

#### Недоліки SWOT-аналізу

Він є суб'єктивним методом, і на результати можуть впливати досвід та упередження особи, яка проводить аналіз.

Тому SWOT-аналіз є важливим інструментом, який допомагає організаціям створювати успішні стратегії. Однак важливо усвідомлювати суб'єктивний характер методу і застосовувати його з урахуванням усіх можливих обмежень.

### Список використаної літератури

1. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз — основа формування маркетингових стратегій. Навчальний посібник. — Київ, 2005. — 301 с.

2. Сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://uam.in.ua/ukr/index.php>

3. What Is SWOT Analysis and How to Do It Correctly [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sdh.global/blog/development/what-is-a-swot-analysis-and-how-to-do-it-correctly/>

*Шишкова Н.Л., к.е.н., доцент  
доцент кафедри міжнародних відносин і аудиту  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
shyshkova.n.l@ntu.one*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Кожен суб'єкт господарювання має розробляти та реалізовувати свій алгоритм адаптації до складних умов повномасштабного вторгнення із врахуванням особливостей та проблем бізнес-діяльності, необхідності зміни умов функціонування з підвищеними ризиками, налаштування зворотнього зв'язку через постійний моніторинг кількісних показників та внутрішній аудит цієї сфери. Підвищення чутливості до зовнішніх викликів та виявлених внутрішніх прогалин та проблем має спонукати до вдосконалення та розвитку всіх складових обліково-аналітичної діяльності. Отже, кожна компанія має ще ретельніше аналізувати існуючий стан та перспективи і загрози можливого розвитку. Пропонується на прикладі ТОВ «Омега» проаналізувати стан та виявити загальні проблеми торговельних компаній України, що дозволить окреслити найближчі перспективи їх розвитку.

ТОВ «ОМЕГА» управляє національною мережею супермаркетів VARUS, заснованою у 2003 р. кіпрською компанією Weygant Enterprises limited (має 100% частку у капіталі ТОВ «ОМЕГА»).

Серед 20 найбільших за виторгом у 2022 р. українських ритейлерів компанія посіла 9 місце, а разом з мережею EVA (контролюються спільними власниками) перевищила показники Metro Cash&Carry (30,3 млрд грн проти 20,2 млрд грн), що еквівалентне 4 місцю у галузевому рейтингу [1]. Попри незначні збитки, компанія у 2022 р. зберегла позитивну динаміку продажів (+6%), на відміну від 12 з 20 лідерів ритейлу, та характеризується близьким до середнього по галузі показником виторгу на працівника (табл. 1).



Таблиця 1

**Економічні показники ТОП-20 українських ритейлерів у 2022 р.**

№	Компанія	Виторг, млрд грн	Зміна за рік, %	Прибуток 2022 р., млрд грн	Штат, тис	Рентабельність продажів, %	Виторг на 1 працівника, млн грн
1	АТБ	148,3	-0,3	+2,52	56,6	+1,7	2,6
2	Fozzy Group	93,2	+3,0	н/д	50,0	н/д	1,9
3	Епіцентр, Нова Лінія	62,7	-1,0	+3,66	40,6	+5,8	1,5
4	Metro Cash & Carry	20,2	-22,0	-0,46	3,0	-2,3	6,7
5	Rozetka.ua	18,4	-13,0	+0,12	5,6	+0,6	3,3
6	Comfy	16,6	-16,0	+0,002	3,8	+0,0	4,4
7	Novus	16,0	-7,0	-2,52	7,1	-15,7	2,3
8	EVA	15,7	-8,0	+0,72	13,5	+4,6	1,2
9	Varus	14,6	+6,0	-0,04	7,0	-0,3	2,1
10	Аврора	14,0	+140,0	+2,29	10,0	+16,3	1,4
11	Retail Group	13,5	+7,0	+0,22	6,0	+1,6	2,3
12	Auchan	10,7	-26,0	-1,26	4,5	-11,8	2,4
13	Таврія В	9,9	+9,0	+0,10	4,5	+1,0	2,2
14	Фокстрот	9,8	-35,0	н/д	2,8	н/д	3,5
15	Eldorado	7,3	-49,0	-0,38	2,0	-5,3	3,7
16	Omega	6,4	-25,0	+0,21	2,5	+3,3	2,5
17	Файно Маркет	5,7	+84,0	+0,43	2,7	+7,5	2,2
18	Рукавичка	5,3	+20,0	+0,02	3,4	+0,3	1,5
19	JYSK	4,8	+37,0	+1,10	0,8	+23,0	5,8
20	Еко Маркет	4,5	-25,0	+0,00	3,0	+0,0	1,5
	Всього	497,6	+1,5	+6,71	207,7	+1,3	2,4

*Розраховано автором за даними: [1, 2]*

До речі, частка компаній, які забезпечили зростання виторгу у найскладніший перший рік війни, у сфері ритейлу становить 40%, що менше за середній показник за 200 найбільших приватних компаній України (48%) [2]. Це підтверджує, що торгівля відноситься до галузей, які більше за інші постраждали від наслідків початкової фази повномасштабної збройної агресії. Причинами є втрата частини торговельних точок на тимчасово окупованих територіях, складнощі логістики, наслідки ворожих ударів та блекауту, звуження клієнтської бази через міграцію, скорочення доходів населення тощо.

Ще більш помітною стагнація галузі виглядає з даних Держстату про структуру ВВП за виробничим методом. У передвоєнний рік внесок оптової та

роздрібної торгівлі у ВВП зріс у фактичних цінах на 26,1% (з 588,4 млрд грн у 2020 р. до 742,1 млрд грн у 2021 р.), тобто на рівні загального зростання національної економіки (29,1% у фактичних цінах, 3,4% у цінах попереднього року).

Таким чином, в компанії, як і в інших ритейлерів, виникли певні проблеми з оплатою товарів постачальників. Разом з тим, борги, що виникли у перші місяці війни, було реструктуризовано, домовились про графіки та зміну умов оплати (зменшення суми, збільшення терміну відстрочки платежу). Мережа змінила підходи до управління товарними запасами. Якщо раніше VARUS резервував товари на місяць, то тепер сток має покривати двомісячну потребу. Крім цього, компанія збільшила частку локальних продуктів в асортименті.

В перспективі торгівельні компанії мають активно просувати прогресивні технології для поширення клієнтської бази та спрощення доступу покупців. Слід поєднувати невідпинну діджиталізацію з підвищенням якості, ефективності та безпеки бізнес-процесів, їх обліку та управління. Чутливе реагування на внутрішні проблеми та нівелювання можливих перспективних загроз має від концепції перетворюватись на конкретні системні покрокові дії, особливо в складних реаліях української економіки, яка після нищівної пандемії тепер потерпає від військової агресії. Отже, поглиблення інтеграції сфер управління проектами, обліку та аналізу з впровадженням актуальних ІТ-інструментів вбачається перспективним для ефективного управління.

### **Список використаної літератури**

1. Реєстр великих платників податків [Електронний ресурс] // Повний перелік великих платників податків України на 2023 рік. Оpendatabot, 2023. Режим доступу до ресурсу: <https://opendatabot.ua/open/large-tax-payers?page=16>
2. 100 найбільших приватних компаній України 2021 [Електронний ресурс] // Інформація про Varus. Forbes Ukraine, 2023. Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/profile/varus-273>

*Штонда І. Р., магістр*

*Українського державного університету науки і технологій*

## **ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ**

Активи страховика – це кошти страховика, інвестовані в цінні папери, нерухомість, інші матеріальні цінності, розміщені на рахунках у банках. Джерелами цих коштів виступає статутний фонд, страхові резерви та інші пасиви компанії. Від величини і структури активів страховика залежить його платоспроможність.

Відповідно до Закону України «Про страхування» [1] Страховик зобов'язаний формувати активи з дотриманням принципу розсудливості, а саме:

1) страховик зобов'язаний інвестувати лише в активи, ризики яких він може коректно визначати, відслідковувати, оцінювати, управляти ними та подавати звіти про них;

2) кошти повинні бути інвестовані таким чином, щоб забезпечити належний рівень безпеки, якості, диверсифікованості, належну ліквідність та прибутковість активів.

Регулятор має право встановлювати вимоги до активів страховика, зокрема до активів на покриття технічних резервів, обмеження на концентрацію активів та обмеження на активи, що мають відношення до пов'язаних із страховиком осіб.

Класифікація активів страховика наведена на рисунку.

Управління активами страхової компанії включає в себе ряд стратегій і процесів, спрямованих на ефективне управління фінансовими ресурсами та максимізацію прибутку, забезпечуючи при цьому фінансову стійкість та відповідність регулятивним вимогам.

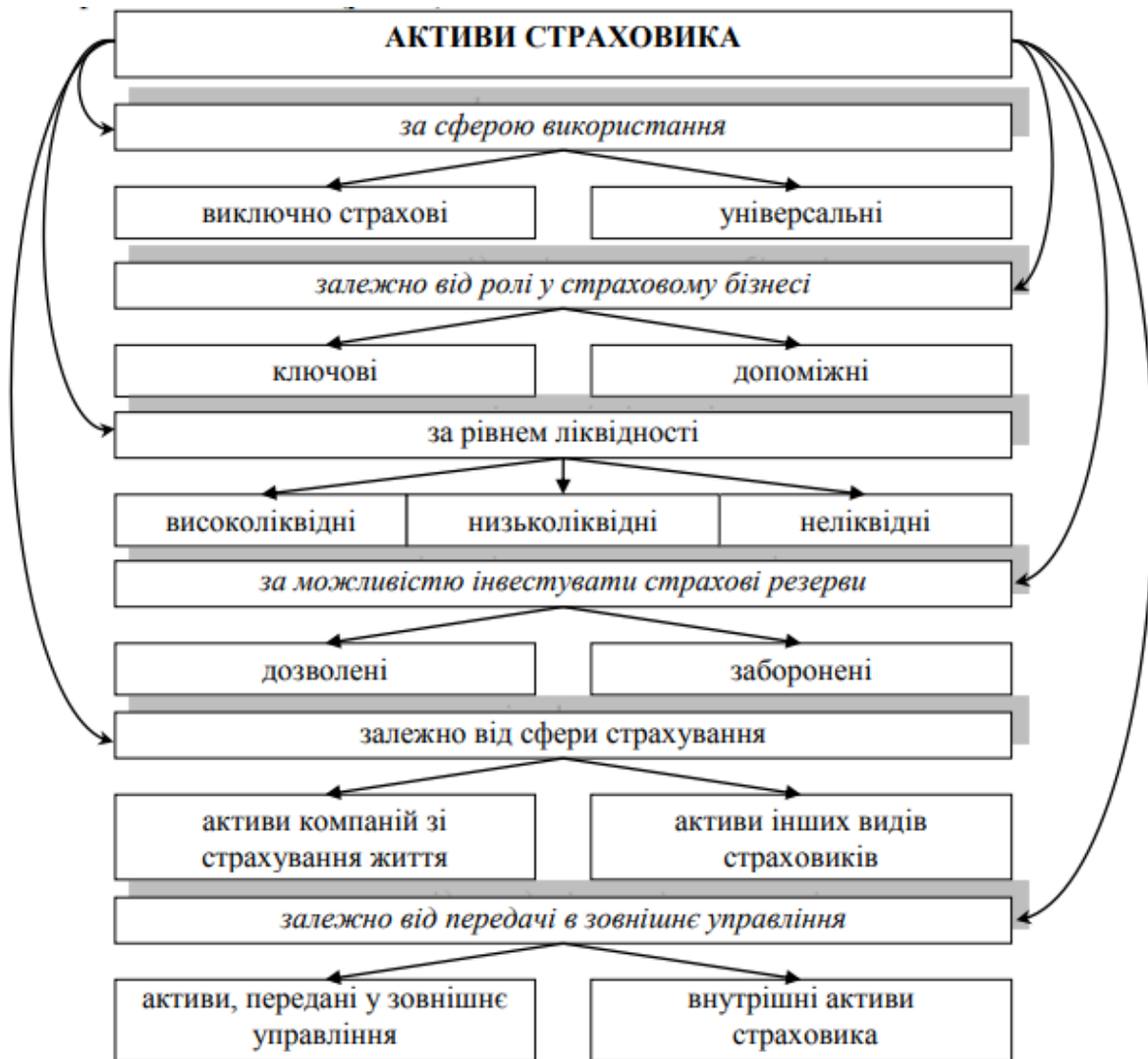


Рисунок – Класифікація активів страховика

Джерело [2].

Основні аспекти управління активами страхової компанії включають:

1. Розподіл активів:

– Диверсифікація портфелю: розподілення інвестицій між різними класами активів для зменшення ризику та максимізації прибутку.

– Оцінка ризиків: аналіз і управління фінансовими та інвестиційними ризиками, пов'язаними з різними видами активів.

2. Стратегії інвестування:

– Ліквідність та дохідність: баланс між ліквідністю та дохідністю активів для забезпечення можливості виплат страхових виплат та одночасно отримання прибутку від інвестицій.

– Тактика управління портфелем: активне управління портфелем для адаптації до змін у ринкових умовах.

### 3. Ризикове управління:

– Стрес-тестування: оцінка та моделювання можливих впливів стресових сценаріїв на фінансовий стан компанії.

– Хеджування ризиків: використання фінансових інструментів для захисту від ризиків, пов'язаних зі змінами вартості активів.

4. Регулятивна відповідність (відповідність нормативам): забезпечення відповідності зазначеним законодавчим вимогам та вимогам регулятора у сфері страхування та фінансів.

### 5. Аналіз та звітність:

– Моніторинг результативності: постійний аналіз фінансових результатів та відстеження ефективності інвестицій.

– Звітність: подання звітності стосовно фінансового стану та управління активами перед регуляторами та зацікавленими сторонами.

6. Технологічні інновації: впровадження інноваційних технологій для поліпшення процесів управління активами та аналізу ризиків.

Управління активами страхової компанії є складним завданням, яке вимагає уваги до деталей, глибокого розуміння ринкових умов та ефективного використання фінансових інструментів для забезпечення стійкості та прибутковості компанії.

## Список використаної літератури

1. Про страхування. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text> (дата звернення: 21.11.2023).

2. Болух О., Полчанов А. Класифікація активів страхових компаній. *Конференції Державного університету «Житомирська політехніка»*. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/412.pdf> (дата звернення: 21.11.2023).

### СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТА ЇХ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*Гаджун І.О.,  
аспірантка кафедри Економіка та менеджмент,  
Український державний університет науки і технологій, Дніпро  
Міщенко М.І., д.е.н., професор,  
професор кафедри Економіка та менеджмент,  
Український державний університет науки і технологій, Дніпро  
[mti@ua.fm](mailto:mti@ua.fm)*

#### ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОВИРОБНИЧИХ МОТИВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування функціонального ставлення до категорії мотивація у середині ХІХ століття було засноване на необхідності інтенсифікації економічних процесів та підвищення ефективності практики господарювання. Починаючи з цього моменту, управлінська наука перейшла від парадигми механістичності (повсюдна раціоналізація виробничого процесу, з уявленням про організацію, як про великий механізм з максимально впорядкованими функціями), до парадигми кадровий ресурс – як ключовий фактор будь-якої організації, з урахуванням багатоаспектності даної управлінської категорії.

Саме безпосередня зацікавленість персоналу у змістовній частині виконуваної роботи, з орієнтиром отримання позитивного кінцевого результату – є головним внутрішньовиробничим мотиваційним чинником сучасних підприємств, що прямо впливає на продуктивність праці.

Підвищення продуктивності діяльності персоналу, як внутрішньовиробничого мотиваційного ресурсу організації можна реалізувати за допомогою різних заходів. Як найбільш перспективні можна запропонувати такі: удосконалення методів управління проведенням моніторингу та діагностики змісту виробничих бізнес-процесів; забезпечення свободи у праці; поінформованість та стимулювання працівників у реалізації проведення

ринкових економічних реформ; розвиток ініціативи та творчого підходу до виконання виробничих завдань; модернізація та оптимізація технологічних та ділових операцій; покращення трудового процесу через поділ та узагальнення трудових процесів у зрізі виробничого функціоналу, умов праці на робочих місцях; стимулювання та мотивація працівників; використання нових способів і прийомів у праці; облік та науково-обґрунтоване планування та нормування праці; зростання кваліфікації та компетентності працівників; використання сфери комунікаційних та інтелектуальних технологій у виробничому процесі для кращих умов праці; відмова від примітивної праці; турбота про охорону праці та здоров'я персоналу; підвищення частки працівників у розробці та реалізації соціально-економічних програм, управлінні виробничими процесами.

У процесі розробки адекватної мотиваційної моделі, з урахуванням виявлених та прийнятих внутрішньовиробничих мотиваційних факторів сучасних підприємств, зустрічаються виробничі категорії, не пов'язані з матеріальними та речовими факторами виробничого процесу. Це організаційно-компетентнісна структура кадрового складу, розроблена та реалізована за його елементами щодо персоналу підприємства – штатний розклад; методи та елементи стимулювання, спрямовані на матеріальну, нематеріальну та соціально-психологічну зацікавленість персоналу організації.

Наступна найважливіша складова процесу формування мотиваційної моделі - організаційні чинники, зокрема: ергономіка робочого місця, умови праці та особливості робочого місця; організація виробничо-трудоного процесу у часі та просторі.

Таким чином, як показують проведені дослідження, розробка та реалізація сучасних мотиваційних моделей менеджменту є найважливішою стратегічною компонентою, що прямо впливає на підвищення продуктивності трудової діяльності персоналу при мінімальних інвестиційних ресурсах, спрямованих на їх реалізацію, але з прекрасним «зворотним зв'язком», у напрямі формування перспективного системи удосконалення управління виробничими процесами сучасних підприємств.

Разом з тим, необхідно брати до уваги ту обставину, що співробітники підприємства можуть формувати власну структуру (за прикладом формальних та неформальних груп усередині організації) взаємовідносин усередині колективів, з позитивним чи негативним рівнем соціально-психологічного клімату, з різним рівнем спрямованості щодо прагнення взаємодії з адміністративним апаратом підприємства.

Усе сказане вище призводить до необхідності, при проведенні досліджень внутрішньовиробничих мотиваційних факторів сучасних підприємств, проводити комплексний аналіз всіх елементів внутрішнього середовища організації.

*Гулик Т.В., к.е.н., доцент  
доцент кафедри економіки та підприємництва ім.Т.Г. Беня  
Семеліт В.Є., магістрант  
Український державний університет науки і технологій  
[tg95rabota@gmail.com](mailto:tg95rabota@gmail.com)*

## **ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТА КВОТУВАННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Квотування і ліцензування експортно-імпортних товарів вводяться з метою встановлення раціональної структури та захисту внутрішнього ринку. За поданням Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Кабінет Міністрів визначає список конкретних товарів, які підлягають ліцензуванню та квотуванню, та терміни дії цього режиму.

Квоти на експорт товарів затверджує Кабінет Міністрів України. Товари, які експортуються в межах квот, не обкладаються митом. Квотування являє собою лімітування розміру імпорту (експорту) з допомогою квот (контингентів).

Квота - це встановлення у вартісному чи фізичному вираженні певного об'єму експорту (імпорту) на визначений період (рік, квартал, і т.ін.). Квотування здійснюється з метою:



- ліквідації торгового і платіжного дисбалансу з окремими країнами;
- регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку;
- виконання міжнародних зобов'язань і досягнення взаємовигідних домовленостей.

В Україні використовують такі види квот:

- глобальні, що встановлюються для товарів без визначення конкретних країн, куди вони експортуються чи з яких вони імпортуються;
- групові, для товарів з визначенням групи країн, куди вони експортуються чи з яких вони імпортуються;
- індивідуальні, для товарів з визначенням конкретної країни, куди вони можуть експортуватися чи з якої вони можуть імпортуватися.

Ліцензування - це обмеження у вигляді одержання права чи дозволу(ліцензії) від уповноважених державних органів на ввіз (вивіз) певного об'єму товарів. В Україні використовуються наступні види ліцензій:

- генеральна, що робить відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції по окремому товару чи окремій країні (групі країн) на протязі періоду дії режиму ліцензування по даному товару). Іноді в ліцензії можуть бути зазначені товари, заборонені до ввезення або вивезення. Генеральні ліцензії зі списками товарів регулярно публікуються в офіційних виданнях. Система генерального ліцензування поширена у розвинених країнах;

- разова (індивідуальна), робить одноразовий дозвіл, який має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом ЗЕД на період, необхідний для її здійснення В ліцензії зазначається крім експортера (імпортера) та кількості певного товару, також вартість товару, країна його походження, а інколи і митний пункт, через який має пройти товар. Система разових ліцензій поширена у країнах, що розвиваються. Часто ці ліцензії видають лише за умови, що експортер або імпортер візьме на себе певні комерційні зобов'язання;

- відкрита (індивідуальна) дає дозвіл на експорт (імпорт) товару на протязі конкретного періоду (але не менше одного місяця) з визначенням його загального об'єму;

- глобальна ліцензія — дозвіл на ввезення/вивезення певного товару без обмеження за кількістю або вартістю у будь-яку країну протягом визначеного строку;

- експортна (імпортна) ліцензія — належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів;

- антидемпінгова ліцензія — належним чином оформлене право на імпорт у країну протягом встановленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів.

- компенсаційна ліцензія — належним чином оформлене право на імпорт у країну протягом встановленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антисубсидуційного розслідування або компенсаційних заходів.

Розрізняють ліцензії, які видаються у дозволяючому та заявному порядку. Дозволяючі ліцензії видаються залежно від рішення відповідного Державного органу. Інколи у видачі ліцензії може бути відмовлено. Заявні ліцензії передбачають, що ліцензія видається усім особам, які звернулися з проханням про її видачу.

Хоча і квоти, і ліцензії мають свої переваги та недоліки, їхній вибір залежить від конкретних економічних, політичних та торговельних умов країни. Квоти можуть бути ефективним інструментом для регулювання обсягів торгівлі, тоді як ліцензії сприяють контролю якості продукції.

Механізми реалізації квот та ліцензій представляють собою складну систему регулювання міжнародної торгівлі, в якій важливо збалансувати інтереси різних країн для досягнення ефективності та стимулювання економічного зростання.

### Список використаної літератури

1. Батанова Л. О. Фінансовий контроль у сфері державної митної справи [Текст] : монографія; Нац. ун-т "Одес. юрид. акад.". - Чернівці : Технодрук, 2015. -153 с.
2. Тюріна Н. М., Карвацка Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [текст] навчальний посібник. Київ: "Центр учбової літератури", 2013. 408 с.
3. Державна митна справа в Україні [Текст] : бібліогр. покажч. / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка ; [уклад.: Сосновська Т. О., Жихорєва Ю. В.]. - Харків : ХДНБ ім. В. Г. Короленка, 2014. 274 с.

*Гулик Т.В., к.е.н., доцент*  
*доцент кафедри економіки та підприємництва ім.Т.Г. Беня*  
*Семеліт В.Є., магістрант*  
 Український державний університет науки і технологій  
[tg95rabota@gmail.com](mailto:tg95rabota@gmail.com)

### НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА МІЖНАРОДНИХ БІРЖОВИХ РИНКАХ

Мережа світових фондових бірж розгалужена, постійно розвивається і змінюється під впливом міжнародних економічних тенденцій, які відображають загальний стан світової економіки. Загальна позиція та вплив фондової біржі в міжнародній торгівлі вимірюється (для товарних бірж) обсягом торгів або загальною кількістю укладених контрактів або ринковою вартістю (для фондових бірж).

Дуже важливо розглядати світову біржову мережу за регіонами: Америка, Азія, Європа, Океанія, Африка. Важливі позиції займають американські біржі, які впливають на мережу світових бірж. Принаймні про це свідчить той факт, що тут розташовані найбільші у світі товарні та фондові біржі: Чиказька товарна біржа (CME Group) і Нью-Йоркська фондова біржа (NYSE Euronext). Для американської біржової мережі характерні не тільки процеси концентрації, що призводять до зменшення кількості бірж, але й участь у трансконтинентальній інтеграції.

У перше десятиліття XXI століття на міжнародному фондовому ринку з'явилося багато нових тенденцій, які змінили не тільки біржову карту світу, але й особливості біржової торгівлі.

Більшість цих змін стосується концентрації капіталу. По-перше, фондові біржі інтегровані в межах окремих країн. Ці процеси в основному торкнулися Європи, Сполучених Штатів Америки та Азії. Таким чином Нью-Йоркська фондова біржа (NYSE), Американська фондова біржа (AMEX) і Тихоокеанська фондова біржа (PSE) об'єдналися, забезпечивши зручність для інвесторів і розширивши їх доступ до нових видів цінних паперів. Подібним чином Токійська фондова біржа (TOCOM) була утворена в результаті злиття Токійської біржі золота, Токійської гумової біржі та Токійської текстильної біржі.

По-друге, типи товарів і активів, якими торгують, агрегуються. Яскравим прикладом цього є створення Бразильської товарно-ф'ючерсної біржі (BM&FBOVESPA в результаті злиття у 2008 році Фондової біржі Сан Пауло та Бразильської товарної та ф'ючерсної біржі).

По-третє, трансконтинентальні фондові ринки рясніють міжнародними злиттями та поглинаннями. В результаті широких процесів консолідації глобальні товарні біржі: CME Group, NYSE Euronext. За даними NASDAQ OMX, ринкова капіталізація об'єднаної компанії склала 15 мільярдів євро (20 мільярдів доларів).

Причини консолідації фондових ринків наступні. По-перше, злиття та поглинання дозволяють посилити конкуренцію на ринку поставок. Тому в багатьох випадках відбувається злиття з більшим конкурентом (таким як CME та SVOT).

По-друге, інтеграція дозволяє біржам разом розробляти контракти (або фінансові продукти) і розміщувати їх одночасно на різних ринках (різних країнах, континентах). Це дозволяє залучати капітал з інших країн і регіонів світу. Пов'язаною причиною є доступ до ринків, що розвиваються. Тому західні оператори все більше цікавляться обмінами в Китаї, Індії та Латинській Америці.

По-третє, консолідація фондового ринку призводить до збільшення ліквідності. Чим більше продуктів або фінансових інструментів пропонує організований ринок, тим більша його місткість. Це в свою чергу підвищує інтерес інвесторів до нього. Перевагою великих бірж є величина спреду (різниця між ціною покупця і продавця).

Четверта причина консолідації - досягнення ефекту масштабу, завдяки якому біржа може зменшити розмір комісії за господарську операцію. Отже, за словами Джастіна Шека, керівника відділу досліджень Rosenblatt Securities, «Біржова торгівля — це бізнес масштабу».

У вас є інфраструктура транзакцій, тож чим більше у вас транзакцій, тим краще. І якщо ви візьмете іншу платформу та перенесете всі операції на одну платформу, ви зможете отримати велику економію».

Сьогодні існує ціле покоління повністю електронних угод, які не використовують традиційний спосіб торгівлі через публічні аукціони. Серед них Eurex (Європейська фондова біржа), HoustonStreet Exchange Inc., Intercontinental Exchange (внутрішня фондова біржа), Carbon Trading Exchange, Multi Commodity Corporation of India, Ltd. (MCX), Гонконзька фондова біржа (HKMEH) тощо. Такі біржі є глобальними та доступними для інвесторів з усього світу.

Електронні системи торгів постійно модернізуються, враховуючи потреби і тенденції ринку.

### **Список використаної літератури**

1. Податковий кодекс України: Редакція від 03.09.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
2. Дикань В. Л., Назаренко І. Л., Плугіна Ю. А. Біржова діяльність: Підручник / За ред. В. Л. Диканя. Харків: УкрДУЗТ, 2017. 282 с.
3. Основи біржової діяльності: навчальний посібник / М.О. Солодкий, Н.П. Резнік, В.О. Яворська: [за ред. М.О. Солодкого]. К.: ЦП Компринт, 2017. 450 с.

*Ланг В.  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
спеціальності Економіка та управління ринком землі  
Запорізький національний університет  
Науковий керівник - Калініченко З.Д.  
к.е.н., доцент,  
кафедра міжнародної економіки  
та економіки природокористування  
kalina.donntu@gmail.com*

## **ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ І ЄС У СФЕРІ ЗЕМЛЕУСТРОЮ**

В Європейському Союзі домінують риси права континентального, водночас наявність рис загального права виявляється в рецепції англійських засад проведення судового процесу (adversary system), заслуховування іншої сторони (audi alteram partem), сприйняття способу ведення судового діалогу і надання переваги позасудовим способам розв'язання спорів.

Уніфікація, інтеграція права в рамках ЄС є не вибудовуванням зовсім нової системи права, а зверненням до традицій, сформованих раніше. Значна динаміка розвитку права ЄС спричиняє, з одного боку, те, що воно звертається до зразків з минулого, а з іншого, є правовим порядком, який піддається постійним змінам. У цьому розумінні право ЄС утворює певну цілісність, відокремлену однаково як від національних правових систем (континентальної та англійської культури), так і міжнародного права.

Система права Європейського Союзу включає дві групи актів - акти первинного права і акти вторинного права. До актів первинного права відносяться всі засновницькі договори Європейського Союзу. По своїй юридичній природі акти первинного права є міжнародними договорами. Норми актів первинного права володіють вищою юридичною силою по відношенню до інших норм Європейського Союзу, що містяться в актах вторинного права.

До актів первинного права належать міжнародні договори установчого характеру: Паризький договір про заснування Європейського об'єднання вугілля і сталі (1951), Римський договір, що засновував Європейське Співтовариство

(1957), Римський договір, що засновував Євроатом (1957), Маастрихтський договір про Європейський Союз (1992).

Також актами первинного права є міжнародні договори, що змінюють і доповнюють їх, зокрема: Брюссельський договір, що засновував єдину Раду і єдину Комісію європейських співтовариств (Договір про злиття) (1965); Бюджетний договір (1970) та Бюджетний договір (1975); Єдиний європейський акт (1986); Амстердамський договір про зміну Договору про Європейський Союз; договори, що засновували європейські співтовариства, і низка пов'язаних з ними актів (1997); Ніщський договір про чергові зміни в засновницькі договори Союзу (2000).

До актів вторинного права відносяться акти, що видаються інститутами Союзу, а також всі інші акти, що приймаються на основі засновницьких договорів:

*регламенти* - нормативно-правові акти загального характеру, що у всіх своїх елементах обов'язкові для всіх суб'єктів права ЄС і є актами прямої дії, тобто підлягають застосуванню владою і судовими органами всіх держав-членів незалежно від того, чи виступала дана держава за їхнє прийняття чи ні;

*директиви* - документи, в яких зазначаються мета і результати, які повинні бути досягнуті, однак національній владі надається право самій визначати, в якій формі чи за допомогою яких процедур і механізмів ця мета може бути досягнута;

*рекомендації та висновки* - не обов'язкові до виконання документи, які згідно постанові Суду ЄС мають враховуватись при прийнятті рішень;

*рішення* - акти індивідуального характеру, які стосуються спеціальних, вузьких, нерідко технічних питань і обов'язкові тільки для тих суб'єктів, яким вони адресовані (адресатом не обов'язково повинна виступати держава, це можуть бути певні категорії юридичних осіб або навіть окремі юридичні особи);

*рішення і акти представників держав-членів, конвенції між державами-членами, міжнародні договори ЄС* - положення цих документів не повинні суперечити установчим договорам ЄС.

*Білі книги (White Papers)* - документи, які містять пропозиції щодо дій ЄС у

визначеній сфері і мають на меті винесення на рівень ЄС пропозицій, які сформовані в рамках Зелених книг;

*Зелені книги (Green Papers)* - документи, які публікуються Європейською Комісією для того, щоб активізувати консультативний процес на ту чи іншу тему з громадськістю і профільними колами і сформувані пропозиції для відповідних Білих книг.

Аграрна політика ЄС працює у форматі регулювання системи цін та ринкового механізму сільськогосподарського виробництва щодо наявності доступних та якісних продуктів харчування з метою забезпечення продовольчої безпеки. Вона реалізується у напрямках державного регулювання аграрного виробництва та ринку і проведення структурних реформ щодо укрупнення господарств з використанням програм стимулювання інтенсифікації аграрного виробництва.

У 2000-му році була схвалена "Біла книга про безпеку харчових продуктів" - офіційне видання, у якому деталізовано основні принципи продовольчої безпеки держав ЄС[1]. Провідним принципом "Білої книги" є те, що роль і завдання усіх учасників продовольчого ланцюга (виробники кормів, сільгоспвиробники, фермери, виробники продуктів харчування) повинні бути чітко визначені.

Оскільки формування права Європейського Союзу здійснюється шляхом інтеграції правових систем різних держав, разом з вказаними вище для нього характерні специфічні методи впливу, а саме уніфікації та гармонізації.

### **Список використаної літератури**

1. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть: Навч. посіб. К.: Либідь, 2020.

2. Панченко А. О. Взаємодія права Європейського Союзу з міжнародним правом. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/uk/legal-and-political-science>



*Плахотнюк Є.В., студентка факультету  
транспорту, менеджменту і логістики  
Кафедра менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності  
Національний авіаційний університет  
7510588@stud.nau.edu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

В Україні рівень інноваційного розвитку відрізняється серед інших країн тим, що має високий рівень нерівномірності регіонального розвитку. Наприкінці ХХ століття Україна мала значні можливості для успішного розвитку в науково-технологічній сфері, адже був створений науково-технічний потенціал. Згодом науково-технічна галузь поставила пріоритетним завданням загальну орієнтацію економічного розвитку на екстенсивний тип відтворення, що зумовлювалося застарілістю форм і методів директивного планування, обмеженим доступом галузей загального призначення до інноваційних результатів, недосконалістю критеріїв ефективності економічного розвитку, обмеженістю фінансових ресурсів та відсутністю налагоджених і постійно діючих механізмів їхньої концентрації на інноваційних пріоритетах [4].

Варто взяти до уваги, що більше ніж 90% виробленої промислової продукції України не досягають сучасного рівня науково-технічного забезпечення. Внутрішній ринок науково-технічної продукції є недостатньо розвиненим. Про це свідчить низький рівень попиту на інноваційні розробки всередині країни, низька платоспроможність вітчизняних споживачів, які мають потреби у високотехнологічній продукції, недостатність конкуренції на внутрішніх ринках із боку виробників та постачальників нової техніки та технологій тощо.

На жаль, протягом останнього десятиліття в Україні майже не було позитивного розвитку в напрямку запровадження нових видів техніки, інновацій тощо. На ринку винаходів наша країна представлена переважно продукцією оборонно-промислового комплексу та авіаційною промисловістю.

До того ж, динаміка масштабів упровадження інновацій у промислове виробництво нашої держави протягом багатьох років залишається негативною.

Розвиток інновацій - ключовий шлях до зростання економічного потенціалу країни. Україні це необхідно зараз і в післявоєнній відбудові. Тому, в першу чергу, необхідно вирішити такі проблеми в науково-технічній та інноваційній діяльності: проблеми з продажами і виходом на міжнародні ринки, відсутність Go-to-market стратегій в компаніях, працівники компанії зосереджені в інших регіонах або за кордоном, що ускладнює відновлення всіх робочих процесів, ускладнена логістика (закритий Китай, війна впливають на ланцюги поставок. Збільшуються терміни на доставку комплектуючих з віддалених країн, зокрема Китаю) тощо.

Для концептуалізації зв'язку між сталим розвитком та безпекою, зокрема у межах Цілей сталого розвитку (ЦСР), а також з метою вироблення відповідної політики необхідно знайти найбільш ефективні інструменти управління, одним з яких є інноваційна політика.

Відповідно до дослідження National Security Strategy Formulation кожна безпекова стратегія на національному рівні має враховувати фактори технологічних інновацій (кадри, інфраструктура, інвестиції, підтримка).

З урахуванням виокремлених особливостей інвестиційно-інноваційних процесів розвитку регіонів України до загальних завдань інноваційного розвитку можна віднести: стратегію створення науково-технічних та інституційних передумов для кардинального технологічного переозброєння економіки;

Стимулювання економічного зростання та підвищення ефективності виробництва на мікрорівні завдяки підтримці формування ланцюжків імпортозаміщення, експортних контрактів; використання інвестиційних механізмів стимулювання розвитку високотехнологічних секторів економіки; підвищення інвестиційної привабливості інноваційних об'єктів, запровадження супроводу інноваційних проектів, надання різноманітних пільг/підтримки на місцевому рівні тощо.

Отже, найважливішою проблемою на шляху до інноваційного розвитку є розробка і реалізація основних напрямів політики держави у сфері науки і технологій на довготривалу перспективу. В Україні практично відсутні ринкові механізми формування інноваційної інфраструктури, немає чіткої стратегії формування орієнтованої на ринок національної інноваційної системи. Тому повинно бути розумне поєднання ринкових методів управління із заходами державного регулювання. Це пояснюється тим, що нові ринкові структури (бізнес-центри, технологічні парки, технополіси, венчурні фонди тощо), що можуть ініціювати інноваційний розвиток, є недостатньо міцними та поки що не спроможні нести повну відповідальність за ці процеси.

Науково-технологічна політика має забезпечити прорив на пріоритетних напрямках, здійснюваних за участю держави та її інституцій, і подолання технологічного відставання від провідних країн світу. Інноваційний тип розвитку є вирішальною умовою руху нашої країни вперед.

### **Список використаної літератури**

1. Закон України " Про інноваційну діяльність " від 04.07.2002 р. № 40-IV. // Відомості Верховної Ради. – 2002 р. - № 36. - С. 882-892.
2. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи" від 15.10.2008 р.
3. Ковалевський Л.Г. Інноваційний розвиток України в сучасних умовах // Зовнішня торгівля: право та економіка. - 2005. - № 5-6. - С. 99-104.
4. Методичні рекомендації з розробки стратегії інноваційного розвитку підприємств / За редакцією Харківського Д. Ф. / Одеса: 2006. - 32 с.
5. Патон Б. Інноваційний шлях розвитку економіки України // Вісник НАН України - 2001. - №2. - С. 11-16.
6. Проблеми та пріоритети формування інноваційної моделі розвитку економіки України / Жаліло Я.А., Архієреєв С.І., Базиліук Я. Б. та ін.- К., 2006.

*Самойленко А.  
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності Управління персоналом групи Б1УПП  
ПАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія  
управління персоналом»  
Науковий керівник - Калініченко З.Д., к.е.н., доцент  
кафедра міжнародної економіки  
kalina.donntu@gmail.com*

## **ЗАВДАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОНАННЯ ФУНКЦІЙ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЙ**

Термін «потенціал» означає приховані можливості. Широке його трактування полягає в тому, що потенціал розглядається як джерело можливостей, які можуть бути приведені в дію та використані для вирішення різноманітних питань. Тобто це можливості особи, підприємства, суспільства, які ще не виявилися або виявилися не повністю.

Трудовий потенціал суспільства є інтегрованими кількісними та якісними характеристиками робочої сили, яка забезпечує певні можливості у створенні матеріальних і духовних благ суспільства; це наявна і можлива в майбутньому кількість і якість праці, якою володіє суспільство, колектив організації, індивід за даного рівня розвитку науки і техніки і яка визначається чисельністю працездатного населення, його професійно-освітнім рівнем [1].

Унаслідок еволюції уявлення про людину як суб'єкт економічної діяльності змінювались і поняття, які визначали її місце та роль у цій діяльності. У хронологічному контексті це має вигляд таблиці 1.

Таблиця 1. Хронологія виникнення понять стосовно ролі людини як суб'єкта економічної діяльності

Поняття				
Робоча сила	Трудові ресурси	Трудовий потенціал	Людський фактор	Людський капітал
Започатковано				
XIX ст.	20-ті рр. XX ст.	70-ті рр. XX ст.	90-ті рр. XX ст.	2000-ні рр. XXI ст.
Визначення ролі людини				
Людина - носій здатності до праці	Людина - об'єкт забезпечення народного господарства необхідною кількістю і якістю робочої сили	Людина - суб'єкт суспільного виробництва з потребами та інтересами у сфері праці	Людина - провідний фактор суспільного виробництва, засіб піднесення його ефективності	Людина - об'єкт найефективніших інвестицій у її знання, професійність, здоров'я з наступною їх реалізацією в суспільстві

Показники які характеризують компоненти або елементи трудового потенціалу: психофізіологічні можливості участі в суспільно корисній діяльності; можливості нормальних соціальних контактів; можливості генерації нових ідей, методів, образів, уявлень; раціональність поведінки; наявність знань і навичок, необхідних для виконання певних обов'язків і видів робіт; пропозиція на ринку праці.

Наведеним аспектам відповідають такі компоненти трудового потенціалу: здоров'я; моральність і вміння працювати в колективі; творчий потенціал; активність; організованість; освіта; професіоналізм; ресурси робочого часу [2]. Деякі характеристики наведених компонентів не можуть бути позбавлені суб'єктивного підходу. До них можна зарахувати такі: можливості нормальних соціальних контактів, раціональність поведінки. Трудовий потенціал може розглядатись у трьох рівнях: трудовий потенціал людини, трудовий потенціал колективу (підприємства), трудовий потенціал суспільства.

Трудовий потенціал організації являє собою складну, динамічну, відкриту систему, яка у свою чергу є складовою трудового потенціалу суспільства. Але трудовий потенціал організації не є простою сумою трудових потенціалів

працівників, тому що об'єднання працівників у колектив з певною організацією, взаємодією і взаємодоповненням його членів дає ефект колективної праці, або синергичний ефект. Система завжди більша за суму її складових [2]. Якщо сукупність фізичних і духовних якостей людини є основою трудового потенціалу особи, то колективна продуктивна сила, що виникає у спільній діяльності окремих осіб, є основою трудового потенціалу колективу та організації.

Трудовий потенціал організації, як і трудовий потенціал особи, не є постійним. Він змінюється з розвитком освітнього і професійного рівня персоналу та його кількісного складу (плинність кадрів, їх скорочення або збільшення).

Кількісно трудовий потенціал суспільства відображує можливості суспільства забезпечити роботою працездатне населення. Якісно - це можливість повного використання отриманих за рахунок інвестицій у людський капітал знань, умінь і професійних навичок відповідно до фаху працівників для підвищення ефективності економічної діяльності особи, організації, суспільства. Величину трудового потенціалу можна знайти за формулою:

$$\Phi_{\text{зг}} = \sum \chi_{\text{гi}} \cdot \sum \Phi_{\text{зрчi}}$$

де  $\Phi_{\text{зг}}$  — потенційний (можливий) фонд робочого часу за певний період, люд. дні;

$\chi_{\text{гi}}$  чисельність працездатної частини населення і-ї групи, осіб;

$\Phi_{\text{зрчi}}$  — фонд робочого часу, який встановлено на підставі законодавства для кожної і-ї групи населення, люд. дні.

Підвищення трудового потенціалу окремих працівників є, безперечно, основним фактором підвищення трудового потенціалу суспільства. З викладеного можна зробити висновок, що трудовий потенціал визначає максимально можливу потенційну здатність до праці індивіда, колективу (організації) і суспільства в цілому.

### Список використаної літератури

1. Грішнова, О. А. Людський розвиток: навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2016. 308 с.
2. Васильченко, В. С. Ринок праці: навч.-метод. посібник для самот. вивч. дисц. / В. С. Васильченко, В. М. Петюх. Київ : Вид-во КНЕУ, 2020. 228 с

*Серб Н.В.*  
*здобувачів вищої освіти кафедри Управління та адміністрування*  
*Аніщенко Л.О.*  
*старший викладач кафедри Управління та адміністрування*  
*Шпортько Г.Ю., к.т.н., доцент*  
*доцент кафедри Управління та адміністрування*  
*Український державний університет науки і технологій*  
*Навчально-науковий інститут промислових та бізнес технологій*  
[an.lud.98@gmail.com](mailto:an.lud.98@gmail.com)

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ВИСОКО РИЗИКОВОЇ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Інноваційна діяльність як форма інвестиційної діяльності, реалізуючи прагнення для досягнення науково-технічного прогресу у виробничу й соціальну сфери, охоплює: випуск та розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій, створення та запровадження новітньої ресурсозберігаючої технології, необхідної для покращення екологічного і соціального становища, впровадження довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат, прогресивні міжгалузеві структурні зрушення[1].

Інвестиції й інновації — дві нерозривно пов'язані сфери економічної діяльності, що найбільшою мірою були і залишаються уражені кризою. У інноваційному процесі найважливішу роль відіграють інвестиції – всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект

Розвиток інноваційної сфери за рахунок збільшення інвестування сприяє підвищенню рентабельності виробництва, продуктивності роботи, а також поліпшенню якості продукції. Від інноваційної активності залежить економічне становище і конкурентоспроможність підприємств, можливість зміцнення та оновлення їх матеріальної бази та положення на ринку, забезпечення ефективного розширеного відтворення, прибутковості підприємств і рішення

соціально-економічних проблем. Питання створення сприятливого інвестиційного політики для поліпшення інноваційної сфери на сьогоднішній день є досить актуальним [1].

Конкурентоспроможність підприємства - це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

Світова практика господарювання не виробила більш дієвого та ефективного механізму забезпечення соціально-економічної стабільності в суспільстві, компенсації збитків у результаті настання несприятливих подій, зниження витратних частин бюджетів різних рівнів, ніж страхування, що є стратегічно важливим та перспективним сегментом економіки.

Страховому ринку, як і будь-якому іншому, притаманна конкуренція. Страхові компанії належать до високо ризикових фінансових установ. Страхова справа - складна економічна система, цілеспрямована система, що самоорганізується, яка функціонує в умовах обмежених ресурсів [2].

Діяльність страхових компаній (СК) істотно відрізняється від інших видів підприємницької діяльності. До особливостей конкуренції між страховими компаніями належать: розвиненість форм; високий рівень інтенсивності; значний рівень диференціації страхових послуг; відсутність конкурентоспроможних замінників для страхових послуг; відсутність цілого ряду вхідних бар'єрів, характерних для інших галузей економіки (патентний захист тощо); відсутність товарно-матеріальних запасів; страхові продукти (поліси) конкурентів, що є об'єктом конкурентної боротьби, практично однакові за характеристиками.

Під конкурентоспроможністю страхової компанії розуміють можливості активізувати внутрішні резерви та адаптуватися до зовнішніх мінливих умов функціонування. Отримання страховиками найбільшої кількості конкурентних переваг дає змогу сформувати базу забезпечення постійного рівня ефективності, прибутковості та рентабельності діяльності страховиків.



До критерій, які впливають на рівень конкурентоспроможності страхової компанії можна віднести наступні показники.

1. Конкурентоспроможність страхових продуктів: розміри тарифних ставок; якість страхових продуктів; рівень диференціації страхових продуктів (унікальність, інноваційність, відображення цінностей цільових груп клієнтів).

2. Фінансовий стан СК: рентабельність; платоспроможність; ділова активність; фінансова стійкість.

3. Ефективність діяльності зі збуту та супроводу страхових продуктів: рентабельність продажу; ступінь диверсифікації каналів продажу, їх ефективність; рівень розвиненості регіональної мережі; рівень використання CRM-технологій.

4. Ефективність операційної діяльності: собівартість страхових продуктів; розмір страхового портфеля; рівень андеррайтингу та врегулювання збитків; користування послугами сторонніх організацій; ефективність автоматизованої інформаційної системи.

5. Ефективність інвестиційної діяльності: рівень дохідності; ліквідності; надійності; диверсифікації інвестиційних вкладів; розмір інвестиційного портфеля.

6. Ефективність управління: рівень організації управлінської праці; рівень обґрунтованості управлінських рішень; оперативність роботи; економічність апарату управління; компетентність управлінського персоналу; оптимальність системи управління.

7. Соціальна ефективність: рівень плинності кадрів; умови і рівень оплати праці.

8. Імідж СК: компетентність керівника; зручність розташування офісів СК; досвід роботи СК на страховому ринку; якість обслуговування клієнтів; терміни і розміри страхових виплат; ефективність рекламної діяльності; рівень рекламаций (претензій клієнтів); рівень розкриття інформації; надійність програм перестраховання [3, 4].

Інвестиційні та інноваційні процеси потрібно розглядати як особливі взаємопов'язані етапи розвитку однієї системи. А значить необхідно впровадження загальної інноваційно-інвестиційної стратегії сталого розвитку, в рамках якої з одного боку здійснюються фундаментальні та прикладні дослідження, розробляються нові технології, працює система пошуку інноваційних ідей, а з іншого боку - відбувається пошук капіталу, відбір інвестиційних проектів.

Інновації в страхуванні класифікуються за різними напрямками. Наприклад, створення страхового товару, супровід страхового продукту, розвиток каналів збуту послуг страхування, організаційно - управлінська діяльність страхової організації, взаємодія страхової фірми з елементами зовнішнього середовища [4].

Страхові інновації можуть бути отримані на різних етапах інноваційного процесу. До них можуть бути віднесені: створення принципово нового страхового продукту; поліпшення якості або створення нових споживчих властивостей; розширення спектра страхових послуг; скорочення термінів і витрат надання послуг; поліпшення супроводу страхового продукту; розвиток каналів збуту страхових послуг; вдосконалення управління страховою діяльністю; використання нових маркетингових технологій; гнучке використання інструментарію консалтингу; поліпшення взаємодії страхових компаній з елементами зовнішнього середовища та ін.

Управління інноваційною діяльністю страхових організацій має бути гнучким, адаптованим до конкретних регіональних умов страхової діяльності. Тобто, саме управління потребує інноваційності, забезпеченні досягнення поставленої мети з найменшими витратами, скорочення термінів, збільшенні прибутковості, забезпеченні стійкості і безпеки бізнесу.

В даний час в умовах збільшення конкуренції роздрібногo бізнесу банки, інвестиційні компанії в тісній взаємодії зі страховими компаніями отримують додаткові переваги і зміцнюють свої позиції при реалізації спільних проектів з маркетингу сучасних продуктів страхування.

Завдяки добре організованій інвестиційною діяльності підвищується якість надаваних страховиком послуг, а також визначається його положення на страховому ринку. Реалізована інвестиційна діяльність впливає на такі основні характеристики страхового продукту, як величина вартості і фактичне виконання зобов'язань страховика, яке здійснюється в рамках обумовлених термінів страхових виплат.

Залежно від обраної стратегії інноваційного розвитку, а також від свого розміру страхова компанія може залучати різні джерела інвестицій для розробки та реалізації інноваційних проектів. Для малих страхових компаній, що з'явилися на страховому ринку відносно недавно і не мають «амбітних» цілей інноваційної стратегії, в якості інвестиції слід розглянути залучення коштів венчурного капіталу.

Середні і великі страхові компанії, які мають великі збори страхових премій, можуть використовувати як джерело інвестицій власні кошти, що залишилися у компанії після податкових зборів і відрахувань до страхових фондів.[5]

І, нарешті, вершиною розвитку великої страхової компанії в сфері залучення інвестицій можна вважати залучення приватного капіталу шляхом проведення первинного розміщення акцій страхової компанії на біржі, так званого IPO.

Для цілей використання в якості джерела фінансування інноваційних проектів страхової компанії найцікавіший резерв попереджувальних заходів, призначений для фінансування заходів із запобігання ситуацій, які можуть спричинити за собою настання страхової події. Кошти цього резерву використовуються для запобігання нещасних випадків, втрати або пошкодження майна, застрахованого в страховій компанії. Для визначення порядку використання коштів даного резерву та затвердження переліку запобіжних заходів страхова компанія розробляє внутрішнє нормативне положення. Кошти резерву попереджувальних заходів можуть бути залучені в якості інвестицій в інноваційну діяльність страховика, пов'язане з розробкою і використанням

організаційних і технологічних нововведень, спрямованих на попередження виникнення страхових випадків.

### Список використаної літератури

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 року № 680-р «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KR090680.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR090680.html).

2. "Про страхування" [Електронний ресурс] // Верховна Рада України; Закон від 07.03.1996 № 85/96-ВР – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>.

3. Бурчевський, В.З. Конкуренентоспроможність страхової компанії як об'єкт стратегічного аналізу / В.З. Бурчевський // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/foa/2009\\_13/13\\_23.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/foa/2009_13/13_23.pdf)

4. Кравчук, Г.В. Концептуалізація базових понять конкуренції та конкурентоспроможності страхових компаній / Г.В. Кравчук // Вісник Української академії банківської справи. - 2011. - № 1 (30). - С. 97-101.

5. Гавриляк Т.С. Оптимізація джерел та механізмів формування інвестиційних ресурсів страховиків / Т.С. Гавриляк // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 4 . – С. 67–70.

*Соловійова Н., здобувач освіти  
Науковий керівник: Шелест О. Л., к.е.н., доцент  
доцент кафедри економіки та менеджменту  
Українська інженерно-педагогічна академія  
natasolo1735@gmail.com*

### ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Інноваційні процеси в економіці зумовлені конкуренцією на ринку товарів і послуг. Однак, будучи генератором інновацій, сам ринок через свою величезну нестабільність і мінливість не здатний запуснути інноваційні процеси в необхідних напрямках і масштабах, не здатний забезпечити рівномірність і безперервність інноваційного процесу в економіці в цілому.

Під економічним потенціалом розуміють сукупну здатність галузей народного господарства виробляти промислову і сільськогосподарську продукцію, здійснювати капітальне будівництво, перевезення вантажів, надавати послуги суспільству [1].

У цьому сенсі економічний потенціал акумулює можливості як екстенсивного, так і інноваційного розвитку галузі через інноваційний розвиток її окремих підприємств. І для поглиблення аналізу з метою управління інноваційним розвитком економіки виникає необхідність розгляду економічного потенціалу окремих підприємств галузі з метою оцінки сформованого в їх надрах потенціалу інноваційного розвитку, що визначається поняттям «інноваційний потенціал» як «концептуальне відображення феномену інноваційної діяльності» [2].

Очевидно, що інноваційний потенціал соціально-економічної системи країни акумулює в собі всі інноваційні потенціали регіонів, галузей і підприємств, і ширше за їхню сукупність. Інноваційний потенціал економічної системи на макrorівні:

науково-технологічний потенціал генерує інноваційні ресурси для впровадження інновацій (продуктів, процесів і технологій) в усіх секторах економіки;

ресурсний потенціал інноваційного розвитку національної економічної системи включає сучасні виробничі потужності, матеріальні ресурси, інформаційні засоби та людські ресурси для впровадження інновацій;

інвестиційний потенціал визначає можливості фінансування інноваційних процесів в економіці.

інфраструктурний потенціал включає виробничу, соціальну та інноваційну інфраструктуру, що відповідає потребам інноваційних процесів;

інтелектуальний потенціал відображає людський потенціал ресурсів;

споживчий потенціал економічної системи визначається її здатністю задовольняти потреби внутрішніх і зовнішніх споживачів та формувати нові потреби;

підприємницький потенціал менеджерів-це загальна ідеологія інновацій, сформована менеджерами та власниками великих компаній.

Отже, інноваційний потенціал підприємств має вирішальне значення в процесі їх інноваційної діяльності, визначає їх інноваційну активність. Тому якість оцінки інноваційного потенціалу стає основою для оцінки перспектив реалізації інноваційних проектів в організації, ефективності інноваційних перетворень.

### Список використаної літератури

1. Орлова-Курилова О. В. Сучасні методи оцінювання інноваційного потенціалу [Електронний ресурс]. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018\\_4/jrn/pdf/26](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018_4/jrn/pdf/26). (дата звернення 10.11.2023).
2. Гончаренко О. Г., Оцінка інноваційного потенціалу економічної системи» [Електронний ресурс]. URL: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/10324/99.pdf>. (дата звернення 10.11.2023).

*Трифоновна О.В., д.е.н., професор кафедри менеджменту,  
декан факультету менеджменту НТУ «Дніпровська політехніка»  
Константиновський А.А., студент групи 073м-22-2,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
[trifonova.o.v@nmu.one](mailto:trifonova.o.v@nmu.one)*

## РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Згідно із чинним законодавством [1] зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. ЗЕД відіграє велику роль в сучасній економічній системі, оскільки

сприяє розвитку підприємницької активності, забезпечує покриття потреб у сировині, матеріалах та інших важливих ресурсах; є суттєвим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. Здійснення ЗЕД сприяє оптимізації обсягів виробництва окремих видів продукції, раціоналізації структури господарських зв'язків в процесі матеріально-технічного забезпечення потреб виробництва, забезпечує можливість для вітчизняних підприємств впроваджувати у фінансові та господарські процеси світові науково-технічні досягнення. [2] Логістична складова зовнішньоекономічних операцій (експортних та імпорتنих) набуває дедалі більшого значення для забезпечення їх ефективності. На думку фахівців [3], одне лише ефективне застосування систем логістичного забезпечення виробництва дозволяє знизити рівень витрат на 20%, а товарних запасів – на 30-70%.

Дослідження сучасних підходів до визначення сутності терміну «логістична діяльність» (ЛД) дозволяє зробити висновок, що на сьогодні серед науковців немає єдиного погляду. Пропонуємо розглядати ЛД, як систему дій та рішень, які пов'язані із формуванням оптимального співвідношення матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, які проходять послідовний ланцюг від зовнішнього джерела до кінцевого споживача готової продукції. При цьому мета ЛД, яка входить до складу майже всіх процесів господарської діяльності суб'єкта господарювання, буде реалізована, якщо будуть виконані так звані правила логістики, тобто буде забезпечена найкраща та найшвидша відповідь на ринковий попит за найменших витрат. Ефективне управління ЛД здатне забезпечити організацію оптимального проходження потокових процесів для виявлення і реалізації резервів у вигляді додаткових доходів і прибутку логістичної системи. Логістичне забезпечення ЗЕД представляє собою, з одного боку, універсальний практичний інструментарій комплексного вивчення закономірностей в організації й протіканні економічних потоків експорту/імпорту в процесі виробництва, розподілу, обміну й споживання товарів і послуг; з іншого - нову наукову методологію глобального

організаційно-аналітичного удосконалення складних, зокрема транспортно-вантажних систем, на основі реалізації системного підходу. [4]

Логістична система України поступово розвивається: серед 160 країн світу наша країна посідає 61 місце (основою для рейтингування є Індекс ефективності логістики – LPI). Найбільш розвиненим компонентом вітчизняної логістичної системи є відстеження проходження вантажів, а найменш розвиненим – якість торговельної та транспортної інфраструктури. [5]

Зовнішня торгівля (експорт та імпорт) роблять суттєвий внесок у формування ВВП України. Протягом останніх 5 років частка експорту у структурі ВВП поступово скорочується (з 45,2% у 2018 р до 35,5% у 2022 р); частка імпорту також скоротилась з 53,8% до 52,3%, але обсяг імпорту залишається більшим за обсяг експорту. [6] Управління логістичними операціями в процесі реалізації ЗЕД підприємства включає такі важливі складові, як управління запасами, транспортну та інформаційну логістику, що в цілому створює можливості для надходження фінансового потоку та підвищує рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, як на світовому, так і на вітчизняному ринках. [7]

### Список використаної літератури

1. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність від 16.04.1991 № 959-ХІІ: станом на 04.03.2023. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T095900?an=10013> (дата звернення: 11.11.2023).

2. Войтюк А.С., Петухова О.М. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності борошномельних підприємств України. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/154.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/154.pdf) (дата звернення: 06.10.2023).

3. Янишин Я. Логістичне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності. *Аграрна політика і вдосконалення економічних відносин в АПК*. Розділ 1. 2020. С. 48 – 52. URL: <https://doi.org/110.31734/economics2020.27.048>

4. Трушкіна Н., Сербіна Т. Міжнародна логістика у системі зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *International Science Journal of*



Management, Economics & Finance. Vol. 1, No. 3, 2022, pp. 101-114. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20220103.7> (дата звернення: 11.11.2023).

5. Авраменко О.В. Міжнародна логістика: місце України на світовому ринку транспортно-логістичних послуг. *Ефективна економіка*. №9. 2021. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.9.70> (дата звернення: 06.10.2023).

6. ВВП України. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення: 06.10.2023).

7. Гришко В.В. Управління логістичними операціями зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. Випуск 35. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-54> (дата звернення: 11.11.2023).

**Червінська Л.П., д. е. н., професор,**  
*професор кафедри менеджменту*  
 ПАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»  
*lrc21@ukr.net*

**Червінська Т. М., к. е. н., доцент,**  
*доцент кафедри економіки*  
*Київський інститут інтелектуальної власності та права*  
*Національного університету "Одеська юридична академія",*  
*tetcher13@ukr.net*

## РАЦІОНАЛІЗАТОРСТВО В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙ

*Розвиток будь якої країни неможливий без впровадження інноваційного розвитку, в основі якого неабияке значення займає винахідництво, раціоналізаторство. Означений творчий пошук, або раціоналізаторство, є актуальним і заслуговує дослідження як інструмент управління інновативністю.*

Питанням використання пропозицій раціоналізаторів на українських підприємствах та отримання позитивного ефекту від їх комерціалізації на сьогодні приділяється недостатньо уваги. Досі раціоналізаторство було найпоширенішим в Україні, на нього припадало понад 70% загального економічного ефекту. У цій сфері на сьогодні є певні прогалини, зокрема, більшість українських винахідників (94%) – це інженерно-технічні працівники, а також науковці та педагоги з вищою освітою. При цьому 28% - жінки, 37,6% -

до 40 років, 12,7% - пенсіонери. Середній вік вітчизняних винахідників – понад 46 років. Більше того, у наших школах та ВЗО не навчають основам технічної творчості чи інтелектуальної власності [1].

Перешкодою для розвитку винаходів вважається той факт, що середній період розгляду заявок на винахід до видачі патенту становить приблизно два роки. Цей показник начебто непоганий, але при аналізі виявляється, що кількість заявок на корисні моделі в 2,3 рази перевищує кількість заявок на винаходи, а кількість виданих патентів на корисні моделі в 3,2 рази перевищує кількість виданих патентів. Відомо, що патенти на корисні моделі видаються практично без експертизи. Відсоток заявок на винаходи від національних корпорацій-заявників становить 50,7%, а відсоток заявок на винаходи від іноземних заявників становить приблизно 96% [2]. Що стосується впровадження інновацій, то, за даними Держстату, в економіці України використовується близько 4 тис. об'єктів права промислової власності, у тому числі 1,8 тис. винаходів (близько 7% загальної кількості діючих патентів), 2,4 тис. корисних моделей (6%), 393 промислових моделі (4%). Тому більшість об'єктів патентного права (винаходи, корисні моделі, промислові зразки), захищені охоронними документами, не використовуються у виробництві та припиняються незабаром після розробки й отримання правової охорони.

Зарубіжний досвід сприяння винахідництву показує, що, наприклад, у Сполучених Штатах патентні збори (в еквіваленті 30 доларів США) залишаються незмінними протягом 70 років, що гарантує практично всім громадянам можливість брати участь в інноваціях. Дослідники зазначають, що «дешеве патентне законодавство Америки було і продовжує залишатися секретом великого успіху цієї країни». З метою забезпечення участі персоналу у винахідницькій та раціоналізаторській діяльності можна рекомендувати, наприклад, запровадити спеціальну систему оподаткування доходів від продуктів інтелектуальної власності (система IP box). Цей механізм також діє в багатьох інших країнах, включаючи Нідерланди, Великобританію, Ірландію та Люксембург [3]. Він полягає у запровадженні системи оподаткування за

зниженими ставками доходів, отриманих від використання прав інтелектуальної власності (наприклад, 10% у Великобританії) або звільненні частини цього доходу від податку (наприклад, 80% у Люксембурзі). IP-Vox є елементом політики інноваційного розвитку, яка реалізується в багатьох країнах і спрямована на ефективні інновації.

Комітету з питань економічного розвитку доцільно внести до Верховної Ради проект Закону України «Про раціоналізаторську діяльність», який регулює відносини, що виникають у зв'язку із захистом прав інтелектуальної власності щодо раціоналізаторських пропозицій та визначає деталі та основні шляхи фінансування, визначає винагороду за раціоналізацію.

Особливо у воєнних ситуаціях слід забезпечити навчання тому, як використовувати бази даних патентного пошуку та як зареєструвати професію винахідника у відповідній класифікації. На державному рівні потребують вдосконалення стандарти у сфері захисту раціоналізаторських пропозицій. Варто встановити єдину методику (формулу) розрахунку роялті раціоналізатора. Він сприяє інноваційній діяльності компаній шляхом надання додаткових пільг юридичним особам, які підтримують інноваційну діяльність [4, 3].

Сьогодні умови війни в Україні вимагають нових підходів до вирішення всіх завдань науки, техніки і виробництва, нових рішень, найповнішого прояву інженерного та раціоналізаторського таланту. Наприклад, Команда Power Grid Fault Detection та Fault Detection Національного технічного університету України стала переможцем YEP Hardware Engineering Hackathon, екосистеми інноваційних стартапів, де продемонстрували, над чим так багато працювали винахідники, особливо пристрої, які полегшують роботу інженерів-електриків. Багато нових розробок ведуть підприємства Укроборонпрому, наприклад розробка української реактивної системи залпового вогню «Берест». Ця нова технологія зараз ефективно використовується для захисту від російської агресії.

Отже, необхідно враховувати різні важелі і інструменти, щоб в умовах і мирного і військового часу постійно заохочувати розвиток раціоналізаторства.

### Список використаної літератури

1. Імплементация високих технологій в економіку України: наукова доповідь / НАН України, ДУ "Інститут екон. та прогнозів. НАН України". Київ, 2016. С. 13.
2. The Global Innovation Index 2017. Innovation Feeding the World. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/>
3. [Електронний ресурс] : <http://h.ua/story/103490/#ixzz3kLbEBkAn>
4. Червінська Л.П. Управління інноваційною діяльністю персоналу. Монографія. 2014. КНЕУ. 194 с.

*Chernyaeva A.O., Ph.D., assistant professor  
assistant professor of the Department of  
Marketing and trade enterprise  
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy  
annachernya@ukr.net*

### PERSONAL BRANDING AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN BUSINESS STRUCTURES

In today's economy, brands play the role of global communicators between sellers, goods and buyers. Branding embodies a special technology for creating long-term strategic relationships based on mission, trust, consumer experience, reputation, as well as symbolic associations and emotional-psychological connections that expand business opportunities and provide significant economic growth [1].

Creating your own, personal brand is important not only for the organization. It is possible to become known to the consumer and significantly influence his choice with the help of a personal brand. This is, so to speak, another channel of communication, when it is with the help of a personal brand that a system of trust relations is built between the organization and the consumer. Personal brand is at the basis of not only the interests of the owner, but also in the interests of the enterprise, since the personal brand of the first person of the company is able to influence the economic situation in the development of the business. At a time of intense

competition, a personal brand becomes an advantage in the market, when all products and services become similar to each other. And even if you have a small company, your personal brand will help it grow.

Branding has a centuries-old history, and the formation of modern brands was preceded by long periods of development of human civilization. The first forms of demonstrative symbols and their prototypes can be seen even in the primitive community system, they were rock paintings, ornaments, amulets, symbols and signs that determined the special status and belonging of the members of the primitive community. It is believed that the term «brand» came from the Old Norse language, the verb «brandr» was used to denote a brand certifying ownership of livestock and household utensils. With the development of civilization and trade, the role and functionality of trade marks grew. Over time, the craftsman's mark began to serve as an iconic designation and guarantee of the manufacturer, which means that the brand served the manufacturer's recognition and associated his name with the product, and this was one of the competitive advantages [2].

The evolution of branding inevitably causes the expansion of this concept. Currently, the concept of a personal brand is gaining special interest in the literature and scientific works of our contemporaries. And the fact that there is currently no single definition of the concepts of "brand" and "branding" shows that the relevance of these concepts is very high nowadays.

Today, the high level of technology enables modern companies to develop their brands, through which you can see the level of commercial activity of the market. This is characteristic not only for organizations, manufacturers of goods and services, but also for a specific person, for whom recognition in a certain field, demand, reputation, image formed in the minds of other people, is a personal brand. A personal brand builds trust, a certain guarantee of quality, creates stability and meets consumer expectations, acting as a factor in the development of entrepreneurship and one of the most important tools of the modern market economy. But remember, building a personal brand is a time-consuming and expensive process. You shouldn't do it just because «everyone does it».

## References

1. Brand management: theory and practice. - educational manual / compilers: I. V. Strutynska. – Ternopil: Print Office, 2015. – 204 p.

2. Derghousova A. O., Syvolovska O. V., Mkrtychyan O. M. Brand management: Lecture notes. - Kharkiv: UkrDUZT, 2022. – 98 p.

*Шпортько Г.Ю., к.т.н., доцент  
доцент кафедри управління та адміністрування  
ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій» (УДУНТ)  
[gshportko@gmail.com](mailto:gshportko@gmail.com)  
Дедик Д.Г.  
студент магістратури  
ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій» (УДУНТ)  
[denisedick@gmail.com](mailto:denisedick@gmail.com)*

## СТРАТЕГІЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Цифрова трансформація – це зміна та створення нових бізнес-моделей за допомогою цифрових технологій та платформ. Вона стосується інтенсивного використання та впровадження всіх цифрових технологій і цифрових ресурсів з метою створення нових доходів, бізнес-моделей і способів ведення бізнесу. Коли компанія одночасно і за дуже короткий час здійснює корінні зміни у своїй найважливішій діяльності, можна говорити про цифрову трансформацію цієї компанії. Цією бізнес-діяльністю можуть бути стратегія, структура, бізнес-процеси, організаційна культура та бізнес-моделі. Результатом успішної цифрової трансформації є створення цифрових бізнес-моделей як адаптація існуючої бізнес-моделі до умов цифрової економіки [1].

Стратегія цифрової трансформації спрямована на координацію та визначення пріоритетів багатьох незалежних потоків цифрової трансформації. Щоб врахувати характеристики, що охоплюють компанію, потрібно розуміти, що стратегії цифрової трансформації перетинаються з іншими бізнес-стратегіями та повинні узгоджуватися з ними. Однією з найпоширеніших помилок є переконання, що ІТ-стратегія та цифрова стратегія однакові. У той час

як ІТ-стратегія відноситься до ізольованих технологій [2] і, як правило, зосереджена на управлінні ІТ-інфраструктурою, цифрова стратегія зосереджена на процесах продуктів і трансформації організаційних аспектів завдяки новим доступним технологіям [3]. Цифрова стратегія стосується можливостей, які пропонують цифрові технології, і повинна бути ядром бізнес-стратегії [4]. Хоча стратегії цифрової трансформації відрізняються залежно від галузі, дослідження швейцарського професора Крістіана Мета вказують на чотири основні елементи стратегій цифрової трансформації, які є спільними для всіх них. Цими елементами є:

- використання технологій;
- зміни у створенні вартості;
- структурні зміни;
- фінансові аспекти [3].

Використання технологій стосується саме ставлення компанії до цих нових технологій, а також її здатності використовувати їх. Таким чином, цей елемент містить стратегічну роль ІТ для компанії та її майбутні технологічні амбіції.

З точки зору бізнесу, використання нових технологій та платформ часто передбачає зміни у створенні вартості. Вони стосуються впливу стратегій цифрової трансформації на ланцюжки доданої вартості компаній, тобто наскільки нові цифрові види діяльності відрізняються від класичного – часто все ще аналогового – основного бізнесу. Подальші відхилення пропонують можливості для розширення та збагачення поточного портфоліо продуктів і послуг, але вони часто супроводжуються більшою потребою в різних технологічних, пов'язаних з продуктом, компетенціях і вищими ризиками через менший досвід у новій сфері. Оцифровка продуктів або послуг може дозволити або вимагати різних форм монетизації або навіть коригування сфери діяльності компанії, якщо мова йде про інші ринки або нові сегменти клієнтів.

З різними технологіями, що використовуються, і різними формами створення вартості часто потрібні структурні зміни, щоб забезпечити адекватну основу для нових операцій. Структурні зміни відносяться до змін в

організаційній структурі компанії, особливо щодо розміщення нових цифрових видів діяльності в корпоративних структурах.

Однак попередні три виміри можна змінити лише після розгляду фінансових аспектів. Вони включають терміновість компанії діяти через зменшення основного бізнесу та її здатність фінансувати зусилля з цифрової трансформації; фінансові аспекти є водночас рушійною силою та обмежувальною силою трансформації.

Щоб забезпечити успішне розгортання стратегії цифрової трансформації та повною мірою використати її передбачуваний ефект, важливо тісно узгодити чотири різні виміри: використання технологій, зміни у створенні вартості, структурні зміни та фінансові аспекти.

Дослідники американської школи менеджменту MIT Sloan наголошують на важливості наявності чіткої цифрової стратегії та лідерів, готових підтримувати винаходи та зміни, щоб здійснити успішну цифрову трансформацію. Крім того, вони підкреслюють, що основним двигуном цифрової трансформації є стратегія, а не сама технологія [5].

Цифрова стратегія – це використання потенціалу цифрових технологій для створення нових цінностей для компанії та клієнтів. Інформаційні технології не повинні більше використовуватися в компаніях лише як підтримка ведення бізнесу, а як частина довгострокової стратегії.

### **Список використаної літератури:**

1. Khan, S. Leadership in the Digital Age – a study on the effects of digitalization on top management leadership : Doctoral Thesis. Stockholm, 2017.
2. McDonald, M., Digital Strategy Does Not Equal IT Strategy, URL: <https://hbr.org/2012/11/digital-strategy-does-not-equa> (дата звернення: 20.11.2023).
3. Matt C., Hess T., Benlian A. Digital transformation strategies. business & information systems engineering. 2015.
4. McDonald M. What is a digital strategy?. 2015. URL: <https://www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-digital-what-is-digital-strategy> (дата звернення: 20.11.2023).
5. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., Buckley, N. Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press. 2015.



## СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

*Накладюк Н. М.,  
здобувач вищої освіти 2 курсу ОС «Магістр»  
спеціальності «Облік і оподаткування»  
Савчук Т. В., к.е.н.,  
доцент кафедри обліку та оподаткування  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
[nadiia.nakladiuk-opm221@nung.edu.ua](mailto:nadiia.nakladiuk-opm221@nung.edu.ua)*

### МЕТОДИКА АНАЛІЗУ НАЯВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для успішного ведення господарської діяльності підприємства важливою умовою є забезпечення необхідними об'єктами основних засобів, саме вони здійснюють безпосередній вплив на ефективність, якість роботи і результати всієї фінансово-господарської діяльності підприємства.

Перед аналізом основних засобів постають такі завдання, як: оцінка забезпеченості підприємства основними засобами; визначення складу та структури основних засобів, ступеня їх оновлення та вибуття; аналіз технічного стану основних засобів; визначення рівня фондівіддачі, її динаміки, вивчення впливу зміни розміру основних засобів і фондівіддачі на обсяг робіт; виявлення резервів підвищення фондівіддачі, поліпшення використання техніки; визначення шляхів зниження витрат на утримання та експлуатацію машин і механізмів; оцінка виявлених резервів і розроблення заходів щодо поліпшення використання активної частини основних засобів [2].

Джерела інформації для аналізу основних засобів:

– первинні документи (акти прийняття-здачі (передачі) об'єктів необоротних активів, акти на їх списання, інвентарні картки обліку основних засобів, картки обліку руху основних засобів);

- форма № 11-ОЗ «Звіт про наявність і рух основних засобів, амортизацію»;
- форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» ;
- форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»;
- форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності» (розділ II «Основні засоби»
- «Річна інформація емітента цінних паперів (річний звіт)».

Для забезпечення відтворення основних виробничих засобів важливе значення має вивчення стану основних засобів. Показники, які визначають стан та ефективність використання основних засобів можна об'єднати в групи: 1) показники, які відображають стан забезпечення підприємства основними засобами; 2) показники, що характеризують стан основних засобів на підприємстві; 3) показники, які відображають ефективність використання основних засобів господарюючим суб'єктом [1].

Напрямки аналізу основних засобів наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Напрямки аналізу основних засобів  
*Джерело: сформовано автором на основі джерела [3].*

Проаналізувавши методику аналізу та наявності основних засобів ми б хотіли запропонувати деякі вдосконалення. За допомогою них можна отримати більш правдиву інформацію про наявність, рух та ефективність основних засобів.

Для обліку наявності та ефективності основних засобів ми пропонуємо:

- аналіз та оптимізацію часу простою обладнання, використовуючи дані про час простою основних засобів для ідентифікації причин простою та розробки стратегій для їхнього усунення;

- вдосконалення процесу придбання нових засобів, впровадження системи попередньої експертної оцінки перед придбанням нового обладнання. Це дозволить вибрати більш ефективні та економічно доцільні засоби.

- використання показників ефективності для груп основних засобів. Створення груп основних засобів зі схожою функціональністю та визначення ключових показників ефективності для кожної групи. Це спростить порівняння та аналіз ефективності аналогічних активів.

- використання інтерактивних технологій для обладнання. Впровадження QR-кодів або RFID-тегів (спосіб автоматичної ідентифікації об'єктів, при якому за допомогою радіосигналів зчитуються або записуються дані, які зберігаються в так званих транспортерах, або RFID-мітках) на основні засоби для швидкого доступу до інформації про їхню історію обслуговування, стан та інші важливі показники.

Отже, практика управління сучасним підприємством потребуватиме все більш точної оперативної оцінки основних засобів та процесів пов'язаних ними. Тому було запропоновано деякі вдосконалення для більш точно аналізу наявності та ефективності основних засобів. Вони допоможуть точніше використовувати дані про наявність, рух та аналіз основних засобів.

### **Список використаної літератури**

1. Савків У.С., Василюк М.М., Лещук Г.В. Модель комплексного аналізу основних засобів у системі управління підприємством. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Вип 19. Т.1. С. 177 – 184.

2. Мулик Т.О. Аналіз основних засобів підприємства: методичні та практичні аспекти. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2020. Вип. 46. С. 113 – 122.

3. Дробязко С.І., Конопля М.О. Організація і методика обліку основних засобів підприємства та аналіз ефективності їх використання. *Вісник Університету «Україна»*. 2019. Вип. №3 (24).

*Усатенко О.В., д.е.н., професор  
професор кафедри міжнародних відносин і аудиту  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
Usatenko.ol.v@ntu.one*

## **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУТСОРСІНГ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Аутсорсінг являє собою практику залучення зовнішніх компаній або фахівців для виконання певних функцій або послуг, які раніше виконувалися власними силами в межах організації. Це може стосуватися різних аспектів бізнесу, включаючи ІТ-послуги, бухгалтерію, клієнтську підтримку, виробництво тощо. Основна ідея аутсорсінгу полягає в тому, щоб дозволити компанії зосередитися на своїх основних функціях і завданнях, віддавши зовнішнім партнерам або підприємствам ті аспекти бізнесу, які можуть бути більш ефективно виконані іншими спеціалізованими командами. Це може допомогти знизити витрати, підвищити якість послуг та забезпечити доступ до висококваліфікованим спеціалістам. Проте при використанні аутсорсінгу важливо враховувати ризики, пов'язані з втратою контролю, конфіденційністю даних та можливими труднощами в управлінні зовнішніми постачальниками послуг.

Стосовно розвитку аутсорсінгу саме бухгалтерських послуг в Україні, то актуальність визначається такими факторами, як (Рис.1):



Рис.1 Фактори сприяння розвитку аутсорсінгу в Україні

Тобто, наразі вже багато компаній усвідомили, що витрати на обслуговування внутрішнього бухгалтерського відділу можуть бути вищими, ніж вартість послуг зовнішніх аутсорсінгових компаній, також аутсорсінг дозволяє зменшити витрати на утримання персоналу, оренду приміщень та обладнання. Наша держава має великий пул висококваліфікованих фахівців в галузі бухгалтерії та фінансів. Залучення зовнішніх експертів може дозволити компаніям отримати доступ до високого рівня професійних навичок. Аутсорсінг бухгалтерії дозволяє компаніям зосередитися на своїх основних завданнях та стратегічних напрямках, покладаючи функції бухгалтерії на плечі спеціалізованих партнерів. Також зовнішні аутсорсінгові компанії часто використовують сучасні технології та програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати процеси бухгалтерського обліку, забезпечуючи більшу ефективність та точність.

Взагалі залучення аутсорсінгових партнерів може дати компаніям можливість використовувати міжнародний досвід та найкращі практики в галузі бухгалтерського обліку та фінансів.

Необхідно відзначити, що розвиток аутсорсінгу бухгалтерських послуг також стикається із викликами, такими як забезпечення конфіденційності даних, контроль якості та ефективного спілкування між компанією та аутсорсінговим партнером. Однак при правильному підході цей вид аутсорсінгу може стати значущим ресурсом для підвищення ефективності бізнесу в Україні.

Перспективи розвитку аутсорсінгу є значущими і включають в себе широкий спектр тенденцій. Очікується, що цей підхід до ведення бізнесу буде продовжувати еволюціонувати в напрямку більш гнучких та інноваційних моделей. За допомогою передових технологій, таких як ШІ та автоматизація, аутсорсинг може набути нових розмірів ефективності, прискорюючи процеси та забезпечуючи точність виконання завдань.

Стратегічні партнерства у сфері аутсорсінгу будуть відігравати все більш важливу роль, допомагаючи компаніям досягати своїх стратегічних цілей та залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Розширення гіг-економіки ( модель трудових відносин, що ґрунтується на короткострокових контрактах або неформальних домовленостях) та використання фріланс-платформ може перетворити підхід до вибору індивідуальних фахівців для виконання конкретних завдань. З огляду на зростання інтересу до соціальної відповідальності, аутсорсинг може стати важливим інструментом для підтримки практик, спрямованих на сталість та відповідальність.

Усе це свідчить про те, що аутсорсінг продовжить еволюціювати, стаючи стратегічним інструментом для досягнення бізнес-цілей у більш глобальному, технологічно розвиненому та вимогливому середовищі.

*Федотова Д.О., магістрант  
Науковий керівник: Акімова Т.В., к.е.н., доцент  
завідувач кафедри управління фінансами, облікової  
аналітики та моніторингу бізнесу  
Український державний університет науки і технологій  
E-mail: akimova.kaf.oo@gmail.com*

## **ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ**

Облік оплати праці – центральне питання у всій системі обліку підприємства. Ведення бухгалтерського обліку в області оплати праці суворо регламентовано великою кількістю законодавчих і нормативних документів.

Трудове законодавство, положення якого обов'язково враховується при створенні та забезпеченні необхідних умов для прийняття оптимальних та зважених рішень сторін трудових відносин, впливає на наступне:

- організацію праці та управління працею;
- професійну підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників безпосередньо у даного роботодавця;
- соціальне партнерство, ведення колективних переговорів, укладання колективних договорів і угод;
- участь працівників і професійних спілок у встановленні умов праці та застосуванні трудового законодавства у передбачених законом випадках;
- встановлення матеріальної відповідальності роботодавців і працівників у сфері праці;
- здійснення нагляду і контролю (в тому числі профспілкового контролю) за дотриманням трудового законодавства [1].

В результаті дослідження законодавчого середовища України всі законодавчо-нормативні акти в області оплати праці та її обліку можна розділити на дві групи: ті, що регулюють прямі виплати за працю, та ті, що регулюють податкове навантаження.

Більш детальний огляд нормативно-правової бази наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

*Огляд нормативно-правової бази з обліку заробітної плати*

Назва нормативно-правового акту	Номер, дата	Короткий зміст
1. КЗпП «Кодекс законів про працю України», зі змінами та доповненнями	№ 322-VIII від 10.12.71 р. (редакція від 27.01.2023)	Визначає правові засади і гарантії здійснення громадянами України права розпоряджатися своїми здібностями до продуктивної і творчої праці
2. Закон України «Про оплату праці»	№ 108/95-ВР від 24.03.95 р. (редакція від 01.04.2023)	Визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці спрямовані на забезпечення відтворювальної і стимулюючої функції заробітної плати
3. Закон України «Про відпустки»	№ 504/96-ВР від 15.11.96 р. (редакція від 03.01.2023)	Встановлює державні гарантії, права на відпустки, та порядок надання їх працівникам

Назва нормативно-правового акту	Номер, дата	Короткий зміст
4. Закон України «Про загальнообов'язкове соціальне страхування на випадок безробіття», зі змінами та доповненнями	№1533-III від 02.03.00 р. (редакція від 31.03.2023)	Визначає правові, фінансові та організаційні засади загальнообов'язкового державного страхування на випадок безробіття
5. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про індексацію грошових доходів населення»	№491 від 06.02.03 р.	Встановлює порядок обчислення суми індексації, визначає види доходів, які підлягають індексації
6. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств»	Наказ Міністерства Фінансів № 291 від 30.11.99 р. (редакція від 09.12.2011)	Визначає перелік рахунків і схем реєстрації та групування на них фактів фінансово-господарської діяльності (кореспонденція рахунків) у бухгалтерському обліку
7. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку	Наказ Міністерства Фінансів № 291 від 30.11.99 р. (редакція від 29.07.2022)	Встановлює призначення і порядок ведення рахунків бухгалтерського обліку для узагальнення методом подвійного запису інформації про наявність і рух активів, капіталу, зобов'язань, фінансово-господарської діяльності незалежно від форм власності, а також відокремлених підрозділів
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам»	Наказ Міністерства Фінансів № 601 від 28.01.03 р.	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати працівникам
9. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», зі змінами та доповненнями	Наказ Міністерства Фінансів № 1533-III від 02.03.00 р. (редакція від 19.07.2022)	Визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні
10. Закон України «Про збір на обов'язкове пенсійне страхування», із змінами	№ 400/97-ВР від 26.06.97 р.(зміни від 01.07.22)	Визначає порядок справляння та використання збору на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування

Основним законодавчо-нормативним документом, що регулює питання праці та її оплати, є Кодекс законів про працю [2].

У Кодексі [2] розглядаються наступні аспекти трудових відносин: виникнення трудових відносин та порядок укладання трудових договорів між підприємством і його працівниками; тривалість робочого часу і час відпочинку (вихідні, святкові дні, відпустки); трудовий розпорядок і дисципліна праці; організація охорони праці; особливості регулювання оплати праці окремих категорій працівників: жінок, працівників у віці до 18 років, працівників, які працюють за сумісництвом і т.д.; питання захисту трудових прав працівників;



відповідальність за порушення трудового законодавства. Кодекс законів про працю встановлює правові засади і гарантії, на основі яких органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції мають право застосовувати акти, які містять норми трудового права. Виконання встановлених правил в кодексі є обов'язковим для всіх працівників та керівників, порушення статей кодексу несе за собою адміністративну або кримінальну відповідальність, бо це є серйозною протизаконною дією, за яке передбачено покарання.

Оподаткування в частині оплати праці регулюється Податковим кодексом [3], а саме: регулюються відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, порядок їх адміністрування; платників податків та зборів, їх права та обов'язки; компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час адміністрування податків та зборів, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Закон України «Про державний бюджет України на ... рік» [4], встановлює мінімальний розмір оплати праці, що застосовується в Україні з метою регулювання розміру оплати праці, визначення розміру допомоги по тимчасовій непрацездатності та для інших цілей в області обов'язкового соціального страхування тощо.

Щодо обліку праці та її оплати, то основними є наступні законодавчо-нормативні акти.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [5]. Визначає загальні положення державного регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності, організацію ведення бухгалтерського обліку, визначає загальні вимоги до фінансової звітності, встановлює обов'язок застосування підприємством державних і галузевих стандартів бухгалтерського обліку.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [6] визначає, що не залежно від часу фактичної виплати грошових коштів, витрати визнаються в тому періоді, в якому вони були здійснені.

План рахунків бухгалтерського обліку та Інструкція по його застосуванню

визначає систему рахунків, на яких здійснюється облік операцій по розрахунках з працівниками для комерційних підприємств тощо.

Згідно з вказаного вище можна заключити, що ділянка обліку оплати праці має достатнє та детальне регламентування нормативно-правовими актами.

### **Список використаної літератури**

1. Менеджмент : підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир : Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

2. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII із змінами (Редакція від 01.10.2023) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення 18.11.2023 р.).

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI із змінами (Редакція від 03.09.2023) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 18.11.2023 р.).

4. Закон України від 03.11.2022 №2710-IX «Про державний бюджет України на 2023 р» із змінами (Редакція від 22.10.2023) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text> (дата звернення 18.11.2023 р.)

5. Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» із змінами (Редакція від 10.08.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 18.11.2023 р.).

6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 28.10.2003 № 601 із змінами (Редакція від 03.11.2020) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text> (дата звернення 18.11.2023 р.).

## СЕКЦІЯ 5. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ

*Шолопак В.А., магістр  
студент кафедри фінансів  
Гораль Л.Т., д.е.н., проф*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
vladsholopak@gmail.com*

### ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПОРТФЕЛЬНОМУ ІНВЕСТУВАННІ

Технологічний прогрес стрімко змінює пейзаж фінансових ринків, а інформаційні технології (ІТ) відіграють в ньому ключову роль. Використання ІТ забезпечує точність, ефективність та оперативність в прийнятті інвестиційних рішень.

Метою роботи є дослідження ролі інформаційних технологій у процесі портфельного інвестування, а саме інформаційної забезпеченості та машинного навчання (ML - machine learning) при прийнятті інвестиційних рішень.

Швидкий розвиток технологій створює нові можливості та виклики. Перш за все завдяки великим даним (Big Data) інвестори мають доступ до значних об'ємів інформації, що включає дані про ринкові тенденції, поведінку споживачів, політичні події та багато іншого. Не використовуючи ці дані, інвестори можуть пропустити важливі сигнали ринку, що може призвести до неправильних чи не своєчасних інвестиційних рішень.

Другим аспектом є формування ефективних портфелів на підставі вже наявних даних. Інформаційні технології, зокрема машинне навчання, дозволяє автоматизувати процес аналізу та інтерпретації великих обсягів даних, забезпечуючи більш точне та швидке виявлення інвестиційних можливостей. Алгоритми машинного навчання можуть виявляти складні взаємозв'язки та закономірності у даних, які можуть залишатися непоміченими людським аналітиком.

Першим етапом в формуванні та управлінні інвестиційним портфелем є доступ до актуальної та вичерпної інформації про ринки, а отже і спосіб організації даних. Інформаційна система (ІС) - це формальна, соціотехнічна, організаційна система, призначена для збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації [1].

Існує широкий спектр спеціалізованих програмних продуктів для доступу до значних масивів фінансових даних. Отримання даних для аналізу може бути досить швидким і ефективним, особливо з використанням API (Application Programming Interface). Прикладами найбільш поширених платформ є: Yahoo Finance API (<https://developer.yahoo.com/api/>), Google Finance API (<https://serpapi.com/google-finance-api>), Bloomberg API (<https://www.bloomberg.com/professional/product/server-api/>) та багато інших.

Другим етапом є аналіз, зокрема прогнозування динаміки активів та оптимізація інвестиційних портфелів. Алгоритми ML в інвестиційні стратегії дозволяє прогнозувати ринкові зміни з більш високою точністю, адаптуватися до нових умов та оптимізувати рішення на основі глибокого аналізу даних. Завдяки цьому, інвестори мають можливість підвищити ефективність своїх портфелів, зменшуючи ризики та підвищуючи потенціал доходів.

На основі аналізу сучасних публікацій [2-7] вдалось встановити, що однією із найбільш ефективних стратегій в рамках портфельного інвестування є комбінація Сучасної Портфельної Теорії (MPT – modern portfolio theory), включаючи модель оптимізації Гаррі Марковіца, та ансамблевого методу випадкового лісу (RF - Random Forest) в рамках машинного навчання.

Випадковий ліс - це ансамблевий метод навчання для класифікації, регресії та інших задач, який працює шляхом побудови множини дерев рішень під час навчання. Для задач класифікації вихідним результатом випадкового лісу є клас, вибраний більшістю дерев. Для задач регресії повертається середнє значення або середній прогноз окремих дерев [8, 9].

Ансамблевий метод у машинному навчанні — це підхід, при якому для побудови кращих прогностичних моделей комбінуються прогнози з декількох

різних моделей. Основний принцип, полягає в тому, що група слабких систем збирається разом, щоб сформувати одну велику систему для знаходження аномалій, тим самим підвищуючи точність моделі [10].

Використання інформаційних технологій революціонує процес портфельного інвестування. Це не тільки забезпечує інвесторам доступ до обширних даних, але й значно підвищує точність, ефективність та оперативність інвестиційних рішень завдяки сполученню машинного навчання, а саме методу випадкового лісу, із традиційними інвестиційними методами оптимізації.

### Список використаної літератури

1. Piccoli G., Pigni F. Information systems for managers: with cases. 4th ed. Prospect Press, 2019. 28 p. ISBN 978-1-943153-50-3.

2. Ma Y., Han R., Wang W. Portfolio optimization with return prediction using deep learning and machine learning. *Expert Systems with Applications*. 2021. Vol. 165. 113973. URL: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.113973> (date of access: 17.11.2023).

3. Kaczmarek. T, Perez K. Portfolio optimization with return prediction using deep learning and machine learning. *Expert Systems with Applications*. 2022. Vol. 165. P. 19–37. URL: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1875865> (date of access: 17.11.2023).

4. Pinelis M., Ruppert D. Machine learning portfolio allocation. *Finance and Data Science*. 2022. Vol. 8. P. 35–54. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jfds.2021.12.001> (date of access: 17.11.2023).

5. Ruppert D., Pinelis M. Maximizing Portfolio Predictability with Machine Learning. 2023. P. 40. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.01985> (date of access: 17.11.2023).

6. Decision-making for financial trading: A fusion approach of machine learning and portfolio selection / F. D. Paiva et al. *Expert Systems with Applications*. 2019. Vol. 115. P. 635–655. URL: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.08.003> (date of access: 17.11.2023).

7. Ласіцина О. В. Дослідження методів машинного навчання при розробці програмного забезпечення для формування портфелю інвестора : магістерська робота : 121. Харків, 2023. 66 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/items/a9a905de-8ad1-4f69-b603-bcfb42ff5180> (дата звернення: 18.11.2023).

8. Biau G., Scornet E. A Random Forest Guided Tour. URL: <https://erwanscornet.github.io/pdf/reviewforest.pdf> (date of access: 17.11.2023).

9. Random forest. *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Random\\_forest](https://en.wikipedia.org/wiki/Random_forest) (date of access: 17.11.2023).

10. Коваленко А. К., Коломицев М. В. Метод вибору класифікаторів на основі методу ансамблів. *Системи та технології кібернетичної безпеки*. Р. 165–166. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50876/1/\(165-166\)\\_Kovalenko.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50876/1/(165-166)_Kovalenko.pdf) (дата звернення: 17.11.2023).

*Лазарев А.Д.*  
*магістр 2-го курсу,*  
*Науковий керівник: к.е.н. Приходченко О.Ю.*  
*НТУ «Дніпровська політехніка»*  
[oksana.prykhodchenko@gmail.com](mailto:oksana.prykhodchenko@gmail.com)

## **РОЛЬ CRM СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

CRM система (Customer Relationship Management) є інформаційно-аналітичною платформою, яка дозволяє підприємствам збирати, аналізувати та використовувати інформацію про клієнтів для покращення взаємодії та створення персоналізованих пропозицій. Від того, як буде організована маркетингова діяльність підприємства, залежить просування товарів на ринку. Тому актуальним питанням постає покращення процесів і знаходження нових можливостей. Для визначення ефективності використання CRM систем в маркетинговій діяльності підприємства необхідно виміряти певні показники, а також використовувати методи дослідження, що дозволять об'єктивно оцінити результати.

Вимірювання ефективності відбувається за рахунок наступних показників: збільшення обсягу продажів, зниження часу обробки запитів, покращення лояльності клієнтів.

Існують базові методи дослідження: аналіз даних, економетричні методи, спостереження та інтерв'ю, аналіз документів, клієнтські опитування і фокус-групи, бенчмаркетинг, аналіз ROI.

Для вивчення впливу CRM систем на показники бізнесу можна використовувати регресійний аналіз, як один із економетричних методів. Визначаються декілька ключових маркетингових показників, таких як зростання продажів, зменшення втрат клієнтів, покращення обслуговування клієнтів, збираються дані по цим показникам до і після впровадження CRM системи на підприємстві.

Для проведення спостережень в дослідженні застосовуються методи спостереження робочих процесів та взаємодії з клієнтами під час використання CRM системи. Для збору якісної інформації проводяться інтерв'ю зі співробітниками та клієнтами.

Аналіз ROI в контексті використання CRM систем в маркетингу містить порівняння прибутку, отриманого від інвестицій у CRM систему, з загальними інвестиціями та витратами.

Бенчмаркінг передбачає порівняння показників ефективності вашого підприємства зі стандартами галузі або з результатами аналогічних підприємств. Це дозволяє оцінити вашу ефективність в порівнянні з іншими учасниками ринку.

Для здійснення клієнтських опитувань розробляють анкети або опитувальні листи та залучають клієнтів для участі. Для детального обговорення вражень та думок клієнтів використовують фокус-групи.

CRM дозволяє детально аналізувати та сегментувати аудиторію за різними параметрами, такими як поведінка, інтереси, розташування тощо. Це дозволяє маркетологам створювати таргетовані та персоналізовані кампанії, що підвищує шанси на конверсію.

Аналіз результатів рекламних кампаній у CRM дозволяє визначити ті канали та стратегії, які найбільше приносять позитивні результати, та витратити бюджет максимально ефективно. CRM допомагає відстежувати історію взаємодії з кожним клієнтом, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, програми лояльності та збільшувати участь клієнтів у різних акціях.

Аналітика у CRM може допомагати в прогнозуванні обсягів продажів, враховуючи історію покупок та тенденції клієнтів. Це полегшує планування ресурсів та стратегій продажів.

Інтеграція CRM з системою управління продажами дозволяє забезпечити потік якісних лідів та вдосконалити комунікацію між маркетинговим та продажним відділами.

Інформація про клієнтів у CRM дозволяє маркетологам створювати персоналізовані комунікації та реагувати на запити клієнтів швидко та ефективно.

Аналітика та звітність у CRM дозволяє маркетологам приймати обґрунтовані рішення на основі даних, забезпечуючи відділу маркетингу інструменти для стратегічного планування.

Автоматизація багатьох рутинних завдань та процесів у CRM дозволяє маркетологам більше часу приділяти стратегічним завданням та креативній роботі.

Використання CRM систем в маркетинговій діяльності підприємства вимагає комплексного дослідження для визначення їхньої ефективності. Аналіз відкритих джерел показав, що CRM системи дозволяють робити сегментацію аудиторії, підвищувати конверсії, прогнозувати продажі, покращувати обслуговування клієнтів, збільшувати продуктивність. Отже, CRM системи стають невід'ємною частиною маркетингового стеку підприємств, допомагаючи оптимізувати взаємодію з клієнтами та підвищувати результативність маркетингових стратегій.

### **Список використаної літератури**

1. Ahmed, F. and Siddiqui, D.A., 2019. The Impact of CRM on Innovation Capabilities: A Study on Industries of Pakistan. *American Journal of Trade and Policy*, 6(3), pp.77-84.
2. Турчин Л. Я., Островерхов В. М. Застосування CRM-систем у маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 199-206.



*Макурін А.А., к.е.н., доцент  
доцент кафедри міжнародних відносин і аудиту  
НТУ «Дніпровська політехніка»*

## **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙ**

Зацікавленість інвестора в інвестуванні є рушійною силою змін. Зазвичай його задача полягає в орієнтації на прийняття рішень. На рівні окремих учасників інвестиційного процесу сила мотиву визначається розміром очікуваного результату від вкладень. Тому важливим аспектом в управлінні інвестиціями є встановлення та контроль показників ефективності та забезпечення їх оптимального значення. Виходячи з природи інвестиційних процесів та об'єктів інвестування необхідною умовою є виокремлення ризиків.

Інвестиції як економічна категорія ґрунтуються на загальних процесах, фундаментальних та специфічних якостях об'єкта інвестування, суттєвих закономірностей та зв'язків. Сутність яких полягає у вкладенні вільних майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти які в подальшому повинні принести майбутні вигоди чи досягти покращення соціального, екологічного ефектів. Основна складність полягає в оцінці економічних наслідків інвестування та управління не тільки інвестиціями, а й ризиками.

Поліщук Н. [1] розглядає криптовалюту як інструмент сучасного інвестування в цифровій економіці. Саме цей об'єкт та його потенціал інноваційного прогресу формує сприятливе середовище для розвитку фінансових технологій. У результаті формуються нові товари і послуги в сфері фінансів, наприклад платформи для інвестицій бізнесу. Автор зазначає, що такі інновації потенційно можуть вплинути і на державну економіку загалом і результати такого впливу неможливо передбачити. Поява криптовалют і технологій інвестування за допомогою ІСО поставили перед державою питання про те, яким чином мають регулюватися такі відносини. Новітні фінансові технології мають свої переваги, однак, у разі відсутності правового регулювання вони формують певні ризики. Пантелєєва Н. [2] досліджувала питання пов'язані

з цифровими технологіями та фінансовими інноваціями. Було встановлено, що криптовалюта є радикальною фінансовою інновацією, зі зростанням капіталізації ринку якої варто очікувати виникнення ризиків для монетарної політики, міжнародної валютної системи, міжнародних розрахунків і кредитування, залучення інвестицій. Обґрунтовано потенційні можливості цифрових технологій (Big Data, штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн) і фінансових інновацій на їх основі щодо зміцнення фінансової безпеки та подальшого напряму управління інвестиціями в такі технології. Верхоглядова Н., Касьяновський Є. [3] вивчали проблеми управління інвестиціями в реальний сектор економіки яке базується на аналізі результатів наукових досліджень в сфері управління інвестиційними процесами із застосуванням методів порівняння та узагальнення, що дозволило сформулювати авторське уявлення про сутність управління інвестиціями в реальний сектор національної економіки. Автори рекомендують власний методичний підхід до управління інвестиціями в реальний сектор. Розглядають використання програмно-цільового підходу, який передбачає проведення індикативного оцінювання в поєднанні з методами трендового аналізу, економіко-математичного прогнозування та матричного методу, що створює основу для обґрунтування рішень в сфері управління інвестиціями. Іртищева І. О., Крамаренко І. С., Іртищев О. С., Гарагуля А. В. та Ставцов Р. В. [4] автори розглядають процес цифровізації в Україні та розробляють організаційно-управлінські моделі управління нею. Автори зазначають, що саме таке модель управління включає економічну оцінку на трьох рівнях: I рівень – загальнонаціональний; II рівень включає національні центри управління цифровою економікою до відповідних галузевих, приватних та інших центрів управління; III рівень – регіональні центри. Розраховано ефективність інвестиційних капіталовкладень в цифровізацію за умови використання організаційно-управлінської моделі, а саме інвестиції в цифрову економіку (інфраструктуру, цифровізацію виробництва, бізнесу, промисловості) збільшаться з 2,2 млрд \$ у 2020 році до 20 млрд \$ у 2030 і це призведе до дії

акселератора, додатковому створенню ВВП за рахунок цифровізації до з 17 млрд \$ до 280 млрд \$ відповідно.

### Список використаної літератури

1. Поліщук Н. Криптовалюта як засіб підвищення інвестиційної привабливості українського бізнесу: правовий аспект. Підприємництво, господарство і право. 2020. №. 290. С. 100-104.

2. Пантелєєва Н. М. Фінансова безпека в умовах цифрової економіки: очікування і реальність. Фінансовий простір. 2020. №. 2 (38). С. 22-37.

3. Верхоглядова Н., Касьяновський Є. Методичний підхід до управління інвестиціями в реальний сектор на основі індикативного оцінювання. Економічний дискурс. 2018. №. 1. С. 42-50.

4. Цифрова економіка в Україні: виклики сьогодення та завдання управління = Digital economy in Ukraine: challenges of today and tasks of management I. О. Іртищева, І. С. Крамаренко, О. С. Іртищев, А. В. Гарагуля, Р. В. Ставцов. Ефективна економіка. 2020. № 7. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8074>.

**Чобіток В.І., д.е.н., проф.**

*завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва*

*vika\_chobitok@ukr.net*

**Максименко С.В.,**

*здобувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва*

*nadamaksimenko29@gmail.com*

**Бобринцев П.В.,**

*здобувач кафедри економіки та менеджменту*

*Українська інженерно-педагогічна академія (м. Харків)*

*bobryntsev@gmail.com*

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

В сучасних умовах інформація є дуже важливою складовою у функціонуванні та розвитку підприємства. Інформаційне забезпечення впливає на всі сфери підприємства. В міру розвитку світових відносин реалізація інформаційного забезпечення значно ускладнилась, через розвиток нових

процесів управління, які потребують у свою чергу детального вивчення. До інформаційного забезпечення можемо віднести засоби діджитал сфери, також це онлайн маркетинг, реклама та менеджмент. Всі ці засоби ми можемо спостерігати на європейському просторі і через це постає важливе завдання перед виробниками враховувати та використовувати ці стандарти.

Якість та оперативність інформаційного забезпечення певною мірою впливає на ефективність будь-якої управлінської технології. Інформаційне забезпечення – це система показників і засобів їх опису (коди, класифікатори, інформаційна база тощо).

Інформація – це важливий елемент будь-якої функції управління. Інформація з управління підприємством – набір даних про функціонування підприємства, на підставі яких приймаються обумовлені рішення. Основними факторами, які впливають на формування інформаційних потреб менеджерів є вид управлінської діяльності та особливості функцій, які пов'язані з певним видом та рівнем управлінської діяльності [1].

Науковці Правдюк А. Л., Прутська Т. Ю., Правдюк М. В. Вважали, що в умовах невизначеності, ефективне функціонування підприємств залежить від впровадження нестандартних та креативних управлінських рішень, які приймаються на основі певної інформації та аналізу роботи підприємства [2].

Проблема співвідношення даних та якісної інформації, її актуальність є головним фактором для подальшого прийняття управлінських рішень.

Зв'язки між досконалістю системи управління та інформаційною системою досліджували вітчизняні та закордонні науковці, де зазначили про можливість досягнення підприємством бажаного економічного результату та достатнього рівня конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, тільки за умови функціонування якісної системи управління. Формування даної системи неможливе без актуальної та достовірної інформації.

Основним напрямом удосконалення системи управління на всіх рівнях в сучасних умовах стало масове використання інноваційних інформаційних технологій, формування на їх основі вискоефективних інформаційно-

управлінських технологій. Інноваційні інформаційні технології вимагають докорінних змін в організаційних структурах управління, його положеннях, кадрових ресурсах, системі документації, обліку та передачі інформації. Особливе значення має впровадження інформаційного менеджменту, що значно розширює можливості використання інформаційних ресурсів. Розвиток інформаційного управління пов'язаний з організацією системи обробки знань і даних, їх послідовним розвитком до рівня інтегрованих автоматизованих систем управління, що охоплюють усі рівні діяльності підприємств [3, 4].

Інформаційне забезпечення більшість науковців трактують як сукупність засобів, методів та способів, інформаційних ресурсів і потоків.

Формування інформаційного забезпечення являє собою досить складний процес, який включає в себе багато аспектів, процес надання та обміну достовірної інформації як всередині підприємства так і ззовні. Інформаційне забезпечення – це підґрунтя для подальшого розвитку підприємства, яке надає можливості зростання прибутковості, рентабельності та покращення конкурентних позицій на ринку.

Інформація у сучасному світі – це цінність, яка вартує великих коштів, бо з кожним днем інформації стає більше, але не вся вона достовірна.

Отже, інформаційне забезпечення управління підприємством повинно мати такі основні критерії: повинно бути достовірним, своєчасним, актуальним та точним для прийняття ефективних рішень та для подальшого розвитку підприємства.

### **Список використаної літератури**

1. Кузьмін О.Є., Георгіаді Н.Г. Формування і використання інформаційної системи управління економічним розвитком підприємства : монографія Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. 368 с.
2. Правдюк А. Л., Прутська Т. Ю., Правдюк М. В. Інформаційне забезпечення управління підприємницькою діяльністю на засадах інституціоналізму: монографія Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 360

3. Чобіток В. І., Бірюкова К. В., Старенков Д. О. Актуалізація розвитку інформаційної економіки в умовах глобальних трансформацій. Бізнес Інформ, № 10, 2021. С. 135-143. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-135-143>

4. V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Bykhovchenko Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. Cuestiones Políticas. Vol. 39, № 71 (2021). <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.

*Юр'єв М.О., студент  
кафедри обліку і фінансів  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»  
[iryna.yurieva.khpi@gmail.com](mailto:iryna.yurieva.khpi@gmail.com)*

## МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ І БІЗНЕС МОДЕЛЮВАННЯ

Методологія об'єктно-орієнтованого аналізу і моделювання може бути використана для визначення, візуалізації, проектування, документування організаційних структур із урахуванням типів бізнес моделей. При цьому організаційна структура розглядається як сукупність способів, за допомогою яких процес праці спочатку розділяється на окремі робочі завдання, а потім досягається координація дій за рішенням цих завдань. Методи відтворюють необхідність аналізу бізнес моделей, попередньої розробки концептуальної схеми, яка допомагає узагальнити взаємозумовлені зв'язки предметної області і особливості організації з відповідною інформаційною підтримкою.

При цьому під предметною областю прийнято розуміти ту частину бізнес моделі, яка має істотне значення або безпосереднє відношення до процесу функціонування організаційної структури. Інакше кажучи, предметна область містить у собі тільки ті об'єкти й взаємозв'язку між ними, які необхідні для опису вимог і умов розв'язку деякого завдання. Виділення вихідних або базових компонентів предметної області, необхідних для розв'язку тієї або іншого завдання, представляє, у загальному випадку, нетривіальну проблему. Для

виділення або ідентифікації компонентів предметної області було запропоновано кілька способів і правил. Сам цей процес одержав назву концептуалізації предметної області. При цьому під компонентом розуміють деяку абстрактну одиницю, яка має функціональність, тобто може виконувати певні дії, пов'язані з розв'язками поставлених завдань.

Поряд з фахівцями із предметної області, у побудові концептуальної схеми необхідна участь фахівців, що забезпечують інформаційно-аналітичну підтримку, що володіють методологією об'єктно-орієнтованого аналізу й моделювання, названих аналітиками або архітекторами. На етапі аналізу предметної області й формулювання вимог до системи здійснюється визначення функціональності, а також концептуалізація предметної області. Цю роботу виконують аналітики спільно з фахівцями предметної області. Результатом даного етапу повинна бути деяка концептуальна схема, що містить опис основних компонентів і тих функцій, які вони повинні виконувати [1].

Центральним поняттям системного аналізу є поняття системи, під якою розуміється сукупність об'єктів, компонентів або елементів довільної природи, що утворюють деяку цілісність. Визначальною передумовою виділення деякої сукупності як системи є виникнення в неї нових властивостей, якими не мають складові саму систему, елементи. Найважливішими характеристиками будь-якої системи є її структура й процес функціонування. Під структурою системи розуміють стійку в часі сукупність взаємозв'язків між її елементами або компонентами. Саме структура зв'язує воедино всі елементи й перешкоджає розпаду системи на окремі компоненти. Структура системи може відбивати всілякі взаємозв'язки, у тому числі й вкладеність елементів однієї системи в іншу. У цьому випадку прийнято називати більш дрібну або вкладену систему підсистемою, а більшу - метасистемою, Процес функціонування системи тісно пов'язаний зі зміною її властивостей або поведінки в часі. При цьому важливою характеристикою системи є її стан, під яким розуміється сукупність властивостей або ознак, які в кожний момент часу відбивають найбільш істотні особливості поведінки системи.

### **Список використаної літератури**

1. Юр'єва І.А. Системний підхід як складова економічної безпеки підприємства. - Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал – м.Тернопіль – 12' 2012 [38].

2. Маселко Т. Є., Загвойська П. Д., Якуба М. М. Економічний аналіз інвестиційних проектів: навч. посіб. Львів: Афіша, 2006. С.- 317