

Міністерство освіти і науки України
«ARTIFEX» Університет в Бухаресті
Державна вища професійна школа в Коніні
Державна вища технологічно-економічна школа
ім. Броніслава Маркевича в Ярославі
Державний біотехнологічний університет
Європейський гуманітарний університет у Вільнюсі
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут»
Південночеський університет в Чеських Будейовицях
Полтавський державний аграрний університет
Приватний заклад вищої освіти
«Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»
Турецький Гіресунський університет
Університет Миколаса Ромеріса
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Львівський національний університет природокористування
Кафедра обліку та оподаткування

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ:
ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ**

***МАТЕРІАЛИ V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ***

22-23 березня 2023 р.

Частина 2



ЛЬВІВ 2023

УДК 330.341.1:005.92

О-17

Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2023. 424 с.

ISBN 978-617-7915-96-5

Організаційний комітет:

Людмила ГНАТИШИН – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування, Львівський національний університет природокористування;

Станіслав ВАСИЛШИН – д.е.н., професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування, Державний біотехнологічний університет;

Катерина ПИЛИПЕНКО – д.е.н., професор кафедри економіки та готельно-ресторанного бізнесу, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького;

Тетяна ЧЕРНЯВСЬКА – доктор наук, професор, Державна вища професійна школа в Коніні, Польща;

Рафаел ЧЛОЧІ – професор, декан факультету економічного інжинірингу та бізнесу, Технічний університет Молдови;

Оксана ПРОКОПИШИН – к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування, Львівський національний університет природокористування, відповідальний секретар конференції;

Наталія ЖИДОВСЬКА – к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування, Львівський національний університет природокористування;

Ольга МАЛЕЦЬКА – к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування, Львівський національний університет природокористування;

Наталія ТРУШКІНА – к.е.н., старший дослідник, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, ПЗВО «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»;

Любов ДРАНУС – к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Чорноморський національний університет імені Петра Могили;

Наталія КАНЦЕДАЛ – к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування, Полтавський державний аграрний університет;

Ольга ЛЕГА – к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування, Полтавський державний аграрний університет;

Ірина ГУМЕНЮК – к.е.н., доцент, в.о. керівника Навчально-наукового інституту економіки, фінансів та діджиталізації, НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»;

Марина ПОЛЕГЕНЬКА – к.е.н., доцент кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет.

У збірнику представлено матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти». Результати наукового пошуку можуть бути використані для подальших наукових досліджень та формування нових наукових ідей.

Усі матеріали подаються в авторській редакції

За вигляд, зміст, достовірність та відсутність плагіату у тезах відповідають автори.

ISBN 978-617-7915-96-5

© Львівський національний університет природокористування, 2023
Кафедра обліку та оподаткування, 2023

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 4		
СУЧАСНИЙ БІЗНЕС: УПРАВЛІННЯ ТА ОПОДАТКУВАННЯ		
Horodetska N., Havryshkiv N., Turchyn I.	TIPS FOR BUSINESS LEADERS TO MASTER	12
Markovych N.V.	UKRAINIAN BUSINESS IN WAR CONDITIONS: RECOVERY OF PRODUCTION AND PROBLEMS OF UNCERTAINTY	14
Mukrimin S. Guney, Musa Demir, Birkut Güler, Hasan Onur Tan, Hakan Adatepe	A NEW APPROACH TO DRYING SYSTEM OF SHELLLED HAZELNUT	17
Cui Xiaoping	THE ROLE OF INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE	19
Kolodii I.	COMPETITIVE SECURITY ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES	22
Kotik M., Skorobogatova N.	ORGANIZATIONAL FEATURES OF THE ACCOUNTING SYSTEM AT A SMALL ENTERPRISE	24
Maletska O., Aleksandraviciute B., Maletskiy Y.	INTERNATIONAL EXPERIENCE: TAX ADMINISTRATION OF LITHUANIA AND UKRAINE	26
Zhang Yuanyi	THE REFORM AND INNOVATION OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT UNDER THE BACKGROUND OF INFORMATIZATION	28
Zhao Jing	BUILDING AN EMPLOYEE-CENTRED CORPORATE CULTURE	31
Антонюк Н., Гарнічарова М., Бенкова Є.	НОВІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	34
Бабіч А.	ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	37
Барило О.	ОСОБЛИВОСТІ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ	40
Баценко Л., Безугла Ю.	АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	43
Баценко Л., Кипенко А.	СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА	45
Баценко Л., Панаріна М.	УПРАВЛІННЯ В ТОРГОВО-ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	48
Болюх І., Кобелева Т., Перерва П.	СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ	50
Бондар А.	МІНІМІЗАЦІЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС УХВАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	53
Бричко А.	РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ КОНСАЛТИНГУ В ДОСЯГНЕННІ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ БІЗНЕСУ	55
Бурик К.	УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ	57

Висоцька А.	МЕТОД КОМПЕНСАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ ДІЄВИХ СПОСОБІВ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ	60
Вихор М., Гринчук К.	ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	63
Вільчинська Є.	ОПОДАТКУВАННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	67
Вініченко І., Кобець Є.	ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	69
Галинська А., Жадан Я.	ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНИМИ СИТУАЦІЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	72
Галянт Д.	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ПІДБОРУ КАДРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ	75
Герчанівська С.	УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	78
Гіржева О.	АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ: МІСЦЕ ТА РОЛЬ	80
Горошанська О., Кащена Н.	ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ	83
Городецький І., Мазур І., Магац М.	АКТУАЛЬНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПРАЦІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА	85
Гринчук Ю., Шевченко А.	ІДЕНТИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	88
Дранус Л., Кірушов Ю.	УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	91
Дранус Л., Максимчук К.	ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЮТЮНОВОЇ ІНДУСТРІЇ	94
Дроботя Я., Дорошенко О.	ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА БАНКІВСЬКОЇ БЕЗПЕКИ	97
Єрмолаєва М., Абакумова В.	ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ	99
Калайтан Т., Грибак О., Кушнір Л.	ФІСКАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИЗМУ	102
Каліна І.	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ	105
Квасній З., Квасній О.	ДО ПИТАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	107
Кобець Є.	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	109
Коник М.	ОСНОВНІ ПІДХОДИ SMM ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	112
Копил Є.	УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА	114
Крушельницький М.	ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ АГРОВИРОБНИЦТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	117
Кулик В.	ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОВИХ РЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	120
Ланченко Є., Овдієнко І., Романенко О.	ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	123

Лега О., Яловега Л., Прийдак Т.	МІНІМАЛЬНЕ ПОДАТКОВЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ: СУТНІСТЬ ТА ПОРЯДОК ВИЗНАЧЕННЯ	126
Литвиненко С.	ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	130
Лішук Д., Сай Л.	HR-БРЕНДИНГ: СУТНІСТЬ І ПРОЦЕС РЕАЛІЗАЦІЇ	132
Майборода М., Семенякін С.	АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ	135
Мала С., Клименко О.	МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	138
Марутяк Г., Томашівська М.	СПРОЩЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК МЕТОД ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	142
Мачульська М.	ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	145
Морозова А.	РОЗВИТОК РИНКУ НІШЕВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬГОСПВИРОБНИКІВ	147
Муха І.	ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-РИЗИКІВ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	150
Олійник М.	ПОДАТКОВА РЕФОРМА В УМОВАХ ВІЙНИ	153
Остапчук С.	НАСЛІДКИ ВІЙНИ КРІЗЬ ПРИЗМУ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПРОЦЕДУР І ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ	155
Полегенька М.	ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	158
Пугачевська К., Карабелеш С.	ГЕНЕЗИС ТЕОРІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	161
Присяжнюк О.	РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В АДМІНІСТРУВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	163
Рибалко О., Павлова І.	РЕЙНЖИНГІНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ОБЛІКУ ТА КАЛЬКУЮВАННІ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ	165
Рибалко О., Яцун Д.	ОПТИМІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	168
Сас Л., Слободян Н.	АУТСОРСІНГОВІ ПОСЛУГИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	171
Свидрук І.	ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ДО УПРАВЛІННЯ	173
Смігунова О., Вареца Д., Фисун К.	УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В РОБОТІ З ПЕРСОНАЛОМ	175
Середа О.	РЕГУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	178
Середяк Р.	ОБОРОТНІСТЬ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	180
Станько Т.	СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА	182
Трохименко І.	ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІД ЧАС ФОРС-МАЖОРУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ	185

	ПІДПРИЄМСТВАХ	
Трушкіна Н., Чернух Д.	АНАЛІЗ МЕТОДИК ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	188
Тягнибедіна Я.	ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	191
Усата Н.	ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ТА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ	193
Федик О.	ЧИННИКИ ОБМЕЖЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРОПІДПРИЄМСТВ	195
Хамініч С.	РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ	197
Хомюк Н.	РОЛЬ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	200
Чумак В., Антіпова В.	УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	202
Чумак В., Бражник Л.	ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: ПРОБЛЕМИ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ	208
Чумак В., Теренін Р.	АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ПОПЕРЕДЖЕННЯ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	211
Шевченко В.	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНО- ОСОБИСТІСНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ	213
Шутка С., Воляник Г., Колінько Н.	МІСЦЕ ТА ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	213
Яцишин С.	БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	216
РОЗДІЛ 5		
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ		
Hryshyna N.	DIGITAL TECHNOLOGIES IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: TRENDS AND PERSPECTIVES	220
Posternak I., Posternak S., Posternak O.	TECHNOLOGICAL TRENDS OF DIGITIZATION WORLD ECONOMY	222
Kostyrko O.	TYPES OF INFORMATION SYSTEMS USED IN MANAGEMENT OF ENTERPRISE BUSINESS-PROCESSES AND ISSUES RELATED TO THEIR USAGE	224
Андрушко О.	ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ	227
Бірченко Н.	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ	229
Гримак А., Кравців І., Урбан І.	МАРКЕТИНГ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	231
Верзун А., Войничка Л., Ковалів В.	ІНТЕГРАЦІЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСАМИ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ	233

	ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	
Гайда Г.	ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ВІДБУДОВУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	235
Гришина Л., Тарасюк В.	ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ	237
Захаркевич Н., Арзянцева Д.	ТЕХНОЛОГІЇ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ	240
Зеліско Н., Верховод І.	КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ І СВІТІ	243
Іваницький І.	ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ОБЛІКУ	246
Квасній Л., Салашник І.	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ	249
Кирильєва Л., Наумова Т.	МОДЕРНІЗАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В ПЕРІОД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	252
Ксьонжик І., Мацьків Г.	ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ	254
Кучмійова Т.	РОЗВИТОК ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	257
Лега О., Черненко К.	ПЕРЕВАГИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В INSTAGRAM	259
Максимчук Т.	ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЙОГО ОЦІНКА ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ	262
Маніяк О.	СУТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	265
Марченко М.	ЦИФРОВІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК ЯК СПОСІБ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ	268
Немчук П.	УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ: ПЕРЕВАГИ, ЕТАПИ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ, НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	270
Помазан Л.	МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА	273
Похиленко Н.	ЦИФРОВЕ ДОРАДНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ	275
Прийдак Т., Лега О., Яловега Л.	АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ	278
Роздайбіда Н., Бойчук О.	ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	281
Сидоренко Є.	ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	284
Сусліков А.	НЕЙРОМЕРЕЖЕВЕ МОДЕЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	286
Сусол Л.	ТИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ЇХ РОЛЬ У БІЗНЕСІ	288
Шибасєва Н., Єфремов А.	РОЛЬ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У МОДЕЛЮВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	291
Яковлев В.	СУТНІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ	293

РОЗДІЛ 6		
МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ		
Andrushko R.	FEASIBILITY OF CREATING AN ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM OF AGRO-INNOVATION COSTS for INCREASING CONTROL EFFICIENCY	296
Ciloci R., Trushkina N., Prokopyshyn O.	ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	300
Опуг М., Dobrovolska S., Panchyshyn S.	GLOBAL BUSINESS SPEAKS ENGLISH	303
Panchyshyn S., Dobrovolska S., Опуг М.	ENGLISH PROFICIENCY IS THE KEY TO SUCCESS IN GLOBAL BUSINESS	306
Panchyshyn S., Dobrovolska S., Опуг М.	IMPORTANCE OF ENGLISH IN INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE	309
Pylypenko K., Cherniavska T., Sorokovyk O.	DEVELOPMENT AND PERFORMANCE OF RURAL TOURISM IN UKRAINE: REGULATORY CONTROL AND IMPACT FACTORS	312
Tesliuk Y.	METHODS OF STATE REGULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY	315
Ishchenko O.	GLOBALIZATION AND ITS IMPACT ON INTERNATIONAL ACTIVITIES AT HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS	317
Архієреєв С.	ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮЖКИ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	320
Бащинська Ю.	ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ	322
Булик О.	РОЗВИТОК ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ	324
Васильєв С.	ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ТРЕНД СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	327
Васильцова С., Гончаренко С.	ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	330
Гацько А., Приходько Т., Ігнатов Є.	АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРАГНЕНЬ УКРАЇНИ	332
Гришина Л., Холодович Ю.	ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОСТІ РЕГІОНУ	335
Грідін О.	ВИЗНАЧАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УСПІШНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	338
Гурмус М.	ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	341
Гуторов О.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ	344
Гуцуляк І., Гуцуляк М.	СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ФАНДРАЙЗИНГУ	347

Єфремова Н., Ломовських Л.	СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	350
Кобелева А.	ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ КОМЕРЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ	352
Кокоріна В.	СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	355
Косенко С., Глізнуца М., Перерва П.	ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	357
Линник О.	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	360
Марченко М.	ЦИФРОВІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК ЯК СПОСІБ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ	362
Маслак М.	ДОСЛІДЖЕННЯ КРИТЕРІЮ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ OUT-THE-DOOR	364
Меліхова Т., Мась Д.	УПРАВЛІННЯ ЗАЛУЧЕННЯМ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІДНОВЛЮВАНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ	367
Мірошник М., Бабич Д.	МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	370
Мороз О.	ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД	372
Нехай В.	ДОСВІД ТА ФОРМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	375
Новік І., Подрез О., Перерва П.	ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЛІДКІВ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	378
Пугачов В.	ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	381
Оганісян А.	ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНЕ ПІДґРУНТЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ	384
Орлов В.	ВИКОРИСТАННЯ НАСІННЯ ТА СОРТІВ УКРАЇНСЬКОЇ СЕЛЕКЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ ВИСОКИХ УРОЖАЇВ ТА ЗМІЦНЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОГО АПК	386
Полякова Ю.	ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	388
Синюра-Ростун Н.	ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	390
Сиротюк Г., Янковська К.	ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	392
Сорока Є., Кобелева Т., Перерва П.	КОМПЛАЄНС ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ	395
Степаненко С., Руденко С.	ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЕННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	398
Тютюнник С., Дугар Т.	ОСОБЛИВОСТІ ЗЕД-РОЗРАХУНКІВ У ПЕРІОД ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ	401

Устиновська Т., Клебан О., Тур О.	АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ	403
Федорович Д.	МЕХАНІЗМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	406
Ханас В.	СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКО- ГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	408
Черепанова В., Матросова В., Перерва П.	МІЖНАРОДНІ ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	411
Шаповал В., Косенко А., Перерва П.	ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА КОМЕРЦІЙНОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА	414
Шибасєва Н., Єфремов А.	РОЛЬ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У МОДЕЛЮВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	417
Гаврик О., Свиноус І.	МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ В МОЛОЧНОМУ СКОТАРСТВІ	419

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНИЙ БІЗНЕС: УПРАВЛІННЯ ТА ОПОДАТКУВАННЯ

UDC 811.111-271(072)

Horodetska N.
PhD of psychological science, Assoc. prof.
of Foreign Languages Department,
Lviv National Environmental University, Lviv
Havryshkiv N.
Senior teacher
Lviv National Environmental University, Lviv
Turchyn I.
PhD. of philol. science, Assoc. prof.
of Foreign Languages Department,
Lviv National Environmental University, Lviv

TIPS FOR BUSINESS LEADERS TO MASTER

There has been a great deal of research into the art of negotiation, and in particular, into what makes a “good” negotiator. One point most researchers seem to agree on is that good negotiators try to create a harmonious atmosphere at the start of a negotiation. They are open-minded and creative, able to change according to the circumstance, able to build (to establish) a rapport, that is, to be versatile, to be adaptable. In other words, they are able to come up with ideas on how to repackaging the negotiation, as well as to manage conflict. They are able to manage pressure in a face-to-face negotiation [3,1].

Good negotiators generally wish to reach an agreement, which meets the interests of both sides. They therefore tend to take a long-term view, ensuring that the agreement will improve, or at least not harm, their relationship with the other party. On the other hand, a poor negotiator tends to look for immediate gains, forgetting that the real benefits of a deal may come much later [2].

Skillful negotiators are flexible. They do not “lock themselves” into a position so that they will lose face if they have to compromise. They have a range of objectives, thus allowing themselves to make concessions, for example, “I aim to buy this machine for £2, 000”. In addition, not “I must buy it for £2, 000.” Poor negotiators have limited objectives, and may not even work out a “fallback” position [5].

Successful negotiators do not want a negotiation to break down. If problems arise, they suggest ways of resolving them. The best negotiators are persuasive, articulate people, who select a few key arguments and repeat them. This suggests that persistence is an important quality [4].

Finally, the ability to be able to look out is very important. There are small bits of language around proposals, like, *in the region of, roughly, probably, around about*, that will tell you that your counterpart has more negotiation room. So language is important as well as the control of the language, and the ability to listen. The more information you have, the more powerful you become, for information is power. It is also important to check frequently that both parties have understood everything.

References:

1. Семко Н. М., Городецька Н. Г., Була Н. Я. English for Business Communication : Англійська для ділового спілкування: навч. посібник: у двох частинах. Ч.1. К. : УБС НБУ, 2013. 222 с.
2. Зубаль Н.Г., Семко Н.М., Гошко Л.Я. Особливості методик викладання іноземної мови у немовному вчз.*Реалізація основних принципів Болонської декларації при підготовці фахівців*: Матер. наук.-метод. конфер.–Львів. Львівський ДАУ,2005 С.143-141.
3. Семко Н. М., Городецька Н. Г., Гавришків Н. Б. Термін: його значення, смисл і переклад. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Збірник наукових праць*. Випуск 37. Том 3. Одеса. 2018. С.43-47.
4. Семко Н.М., Городецька Н.Г., Гавришків Н.Б. Семантична структура англійських термінів-назв машин для механізації тваринницьких господарств. *Закарпатські філологічні студії*. Вип.13. Том 3. Видавничий дім «Гельветика»,2020. с.72-77.
5. Семко Н.М., Городецька Н.Г., Гавришків Н.Б. Шляхи розширення лексичного запасу студентів у процесі перекладу англійських та німецьких фахових текстів. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Вип.35. Том5. 2021.С.121-126. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-5-18>

UDC 330.3

*Markovych N.
Candidate of Economics (PhD), acting associate professor,
Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities,
Lviv National Environmental University, Lviv*

UKRAINIAN BUSINESS IN WAR CONDITIONS: RECOVERY OF PRODUCTION AND PROBLEMS OF UNCERTAINTY

The Ukrainian business community consists of two uneven segments, the needs of which partially coincide, but also differ significantly. On the one hand, there are about 500 large enterprises with a turnover of more than \$100 million. A significant part of them is controlled by the state or belongs to diversified conglomerates. These companies account for approximately 30% of the total turnover of the corporate sector. On the other hand, there are about 400,000 small and medium enterprises and about 1.6 million private entrepreneurs. Together they make up the rest - about 70% of the total turnover. However, only about 60% of registered small and medium-sized enterprises are actually operating.

The role of small and medium-sized enterprises has been growing significantly since 2014 in all respects (share of turnover, employment, average sales). In general, this is due to the rapid development of information technology and services. After the partial opening of the agricultural land market, the number of small and medium-sized enterprises in agriculture also began to grow, although this sector was still dynamically developing. In 2013-2015, their number grew rapidly, but not for long. According to the official registers of Ukraine and published reports, the number of inactive business entities created to optimize taxation is about 40% of all enterprises registered in Ukraine.

The number of open businesses is changing dynamically. In general, the average life cycle of enterprises remains short, and often few of them survive during the first year of activity. Small and medium-sized enterprises usually go through a cycle consisting of four stages: launch, growth, maturity and decline. According to statistics, about 70% of enterprises do not survive the launch stage. The activities of the business at this stage mainly depend on the financial capabilities of its owner, partners and sponsors, if any. Despite the fact that 56% of corporate loans are provided to small and medium-sized businesses, very few of them are issued at an early stage, which significantly affects the survival rate of the business.

In general, the growth rate of enterprises is quite modest. At this stage, they are faced with rising costs in a situation of lack of stable income. Of the small businesses that survive the first stage, only 50-70% successfully survive the growth stage. At this stage, loans are still too expensive for small and medium-sized enterprises. In addition, preferential lending programs are not common in Ukraine. Thus, by the beginning of a full-scale war, only 2500 enterprises (out of more than 1 million potential ones) received loans under the program "Affordable Loans 5-7-9%" in 2020. Therefore, if an enterprise fails to raise funds, its further development is limited, especially when it comes to capital-intensive industry.

There is no shortage of people ready to start a business in Ukraine, especially considering that it has become much easier since 2014 due to liberalization and digitalization. However, there is a relatively high percentage of failures and lack of investment in business expansion and development. Only 15-21% of newly created small and medium enterprises reach the third stage - the stage of maturity. It is easier for mature businesses to obtain internal or external financing due to increased liquidity and solvency. Over time, small and medium-sized enterprises can grow into a large business, but this usually requires a transformation of their business and operating model. The challenges faced by large, small and medium-sized enterprises are quite different. Before the war, the main problems for large enterprises were integration into new markets, export barriers, gaining access to foreign capital markets, the judicial system and inadequate protection of property rights. For small and medium-sized enterprises, the main challenges were the judicial system and weak protection of property rights, high tax burden and lack of available funding. The state traditionally focuses on the problems of large companies, while small and medium-sized enterprises often do not have enough resources to solve problems on their own.

Russia's full-scale invasion of Ukraine has brought new challenges that have affected both large companies and small and medium-sized businesses. The first consequence was that enterprises have to deal with a decrease in demand for their products. 75% of companies report a significant decrease in demand, while 70% are looking for new customers and distribution channels. 20% of enterprises face delay or lack of payment from customers.

The second consequence is that businesses face a lack of funding. 40% of companies need working capital, which they lack due to the almost complete cessation of bank lending. 36% of enterprises are actively seeking financing. The program "Affordable loans 5-7-9%" in 2022 was used by only 4% of the companies surveyed [1].

The third consequence of the war is logistical problems. 44% of enterprises experience difficulties related to logistics and transportation. There is a break in the usual transport chains caused by the blockade of ports, as priority is given to military and humanitarian supplies, as well as fuel shortages due to Russian strikes on oil refineries and fuel storage facilities.

Russian missile strikes destroyed 20% of storage facilities in Ukraine (about 400,000 square meters). As a result of the war, the risks of doing business have also increased. The risk of accidental impression, for example, by a rocket for a separate small or medium-sized enterprise outside the immediate front-line zone, although not too large, is approximately the same as becoming a victim of a traffic accident. However, it is still significant and de facto not subject to insurance.

The war exacerbated the problem of the availability of human capital and labor. More than 5 million people (up to 15% of the population) left the country. Half of them are children and young people, the rest are mainly economically active people. Although the end of the war will be the most important prerequisite for their return to Ukraine, additional investments in social infrastructure, as well as reforms in the field of education and health care, are required. There is an urgent need to modernize labor legislation. Immigration and reintegration policies, as well as active employment

programs, will help reintegrate Ukrainians who return to the labor market. Such programs need to be developed and implemented in collaboration with business and academia [2].

In Ukraine, a number of surveys were conducted to assess the current state of business after six months of war. Thus, a study conducted by Gradus in July 2022, which included owners and managers of small, medium and large Ukrainian businesses, showed that only 22% of 104 respondents described their business as operating as before. Half function only partially, and 19% of the participants testified about the suspension of activities. 12% reported full or partial relocation of their business, 20% were in the process of partial or full relocation, and 18% indicated that their business needed relocation but had not yet been relocated. About half of the respondents indicated that their business does not need to be moved. Of those who carried out the relocation, 72% moved within Ukraine, 17% - within Ukraine and abroad, and 11% - abroad. The countries for relocation were mainly the EU countries (62%). 83% of participants believe that Ukrainian business is able to be competitive and successful in European markets [3].

Therefore, Ukraine needs to improve the business environment with a special focus on addressing war-related losses. The war brought new challenges that affected all types of businesses: infrastructure destruction, reduced demand for goods and services, lack of working capital financing, and logistical problems. Therefore, in order to respond to these challenges, the government should focus on such areas and make the right decisions to revive the country's economy and preserve statehood for our and future generations.

References:

1. Melnik, T. Yu. State support and stimulation of business development in Ukraine during the martial law. *Economics, management and administration*. 2022. № 2(100). URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-2\(100\)-3-11](https://doi.org/10.26642/ema-2022-2(100)-3-11)
2. The state and needs of business in wartime: survey results. URL: <https://rpr.org.ua/news/stan-ta-potreby-biznesu-v-umovakh-viynny-rezultaty-opytuvannia/>
3. Ukrainian business survey. URL: https://gradus.app/documents/262/Gradus_Forbes___Ukrainian_Business_Survey.pdf

UDC 658.5-631.3

Dr. Prof. Mukrimin S. Guney,

Dr. Musa Demir

Dr. Birkut Güler

Dr. Hasan Onur Tan

Dr. Hakan Adatepe

University of Giresun, Engineering Faculty, Giresun, Türkiye

A NEW APPROACH TO DRYING SYSTEM OF SHELLLED HAZELNUT

Hazelnut production on a global scale is approximately 1 mln. tons/year. Approximately 65% of the world's total hazelnut production is carried out in Turkey. Hazelnut is important for our country with an annual export income of approximately 2 billion dollars [1]. In Turkey, approximately 440,000 farmers produce hazelnuts on an area of 700,000 hectares. Hazelnut, 80% in the chocolate industry, in the form of roasted, sliced, chopped, ground; 10-12% in the pastry-biscuit-bakery products sectors; 3-4% is used as nuts and snacks and the rest is used in the ice cream industry and oil industry [2].

Hazelnut is mostly grown in the Black Sea region. In Ordu, Giresun provinces hazelnuts are particularly preferred due to their suitability for chocolate sector and total palatability. Harvesting season is depends on altitude and hazelnut variety and realized in the second half of August and the first half of September. In summer, the relative humidity in this region is 70% and above and this depends on the type of hazelnuts.

Although it varies depending on the variety, Turkish hazelnuts have an oil content of 60% and above. High oil content makes the product susceptible to lipid oxidation. One of the most important issues in the harvesting process is fast harvesting, minimum soil contact, and speed and effective drying [3-4]. According to the style and time of the harvest, as well as the type of product, the moisture content of the harvested products can vary about 25% during harvesting time. It is desired that the shelled hazelnuts with an average moisture content of 25% are quickly brought to the range of 6-7%, which is quite stable moisture content values.

Drying is based on simultaneous heat and mass transfer. Bringing the shelled hazelnuts from 30% moisture content to 6-7% moisture content is carried out by drying under the sun or in the shade with traditional methods. This is a method that is quickly affected by weather conditions, and it also causes labor intensive consumption in unsuitable weather conditions. In addition, it is very difficult to provide qualified and homogeneous drying. Hollow spherical body approach and modeling is appropriate for the analysis of the drying kinetics of in-shell and unshelled hazelnuts. Thermal energy is given to the product by radiation energy from the outer surface of the product or partially by contact with hot summer air and natural convection, and a temperature increase is created inside the product from the surface to the inside. The moisture in the product is directed towards the product surface from the inner point of the product and other regions and is removed from the product surface by means of hot air that provides thermal energy.

During the process, the highest temperature occurs on the outer surface of the product and a temperature gradient develops within the product by decreasing in the radial direction. Moisture content analysis is a critical component of material quality [2, 5]. It also directly affects the shelf life. In this study, we propose a greenhouse-style tunnel-type portable tray-mounted fixed-bed drying system with natural air circulation. In the tunnel type drying system, the shelled hazelnuts are brought in trays and placed on top of each other and side by side. Rain and soil contact of shelled hazelnuts is prevented by covering the top and some side surfaces. Moisture analyzes and drying kinetics of in-shell hazelnuts during drying will be experimentally investigated and approaches to thin layer assuming and drying kinetics development curves will be determined by empirical equation.

It is important to limit the stack height in the trays to ensure homogeneity. In addition, it is necessary to pay attention to the distance between the tray stacks in order to establish homogeneous air distributions. At the end of the 72-hour drying process, it is observed that the desired 6-7% humidity can be easily reached with the right intervention natural methods. It is understood that the desired moisture contents can be obtained after 48 hours depending on the external weather conditions (wind, temperature, relative humidity). With this method, the desired moisture content in the products can be provided quickly and homogeneously.

Since there is no soil and water contact, lipid oxidation formations are minimized. In addition, the fast and convenient drying process makes a positive contribution to the total taste of the product. As can be seen from the model curves, it is understood that it is appropriate to divide the drying periods as heating, constant drying speed, and first decreasing drying speed periods. All three periods show differentiated characteristics from each other. Approximating the entire process with a single model equation, including all three periods, may not be very successful. As a result of determining the durations of different drying periods, it would be more appropriate to take different models for each period and evaluate the whole process with the combination of these models.

References:

1. Guney M. S., Guner F., (2018). Fındık Tarımında Durum Analizi, Makineli Hasat Gerekliliği ve Hasat Makinelerinin Sınıflandırılması, Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 6(9): 1141-1147.
2. Moisture-Content Analysis. URL: <https://www.scientistlive.com/content/what-moisture-content-analysis>.
3. Fındık Raporu 2018. URL: http://www.zmo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=30070&tipi=17&sube=0.
4. Guney M.S., (2020). Sabit Yataklı Kurutucu ile Fındık Kavurma Prosesinde Kurutma Kinetiği Analizi, Volume 10, No 1, pp. 178, 188.
5. Brennan J. G., (2008) Food Processing Handbook,,Wiley VCH Verlag GmbH & Co. KGaA.

UDC 658:631.15

Cui Xiaoping
Phd student of Management,
Sumy National Agrarian University, Sumy

THE ROLE OF INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Management innovation is the symbol of the era of global economy. Its focus is on enterprises, as the main body of the market, the structure and function of enterprises are determined by the market. The driving force for the development and improvement of enterprises and markets comes from management innovation. The relationship between them is interactive. "Innovation is the soul of a nation and an inexhaustible motive force for a country's prosperity and development". In today's information-based and networked global economy, enterprises must rely on the continuous improvement of their quality and competitiveness in order to succeed in the fierce dynamic competitive environment. And the source of power for sustainable development of enterprises is management innovation.

Joseph Schumpeter, the founder of innovation theory and professor of Harvard University in the United States, summarized enterprise innovation into five basic situations from the perspective of economic development:

(1) Create a new product, which consumers are not familiar with, or a new feature or new function of existing products.

(2) Adopt a new production method, it means the method that has not passed the experimental identification in the relevant manufacturing department. This new method does not need to be based on the new scientific discovery, but may be used to deal with a product in a new commercial way.

(3) To open up a new market is to push products or services to a new region, field or new customer group.

(4) Obtain or control new sources of supply of raw materials or semi-finished products, whether such sources exist or are created for the first time.

(5) Create new enterprise organizations or reorganize their organizational forms, and create new contact ways. Innovation has many aspects and dimensions. According to the different aspects emphasized, there will be different definitions of innovation. Some things have become innovative because they have improved our lifestyle and quality of life. Some of them have improved work efficiency or consolidated the competitive position of enterprises, others have a fundamental impact on the economy.

Enterprise management innovation refers to creating a more effective way of combining enterprise resources. This way can be a new and effective way of integrating resources to achieve the whole process management of enterprise goals and responsibilities, or a new and detailed control method of resource integration and goal setting. It generally includes the following five situations:

(1) Propose a new business idea and implement it effectively. If the new business idea is feasible, it is an innovation in management. This business idea may be new to an enterprise, or it may be new to all enterprises.

(2) The creation of a new organization or the reorganization of an organization and its effective operation constitute an effective support for the whole enterprise or some aspects of the enterprise, which is an innovation of the management organization.

(3) Propose a new management method or improve the original method, or improve the production efficiency, or make the interpersonal relationship more harmonious, or better motivate employees. All of these will help to integrate or optimize the use of enterprise resources.

(4) Design a new management mode. The so-called management mode refers to the comprehensive management mode of enterprises. The innovation of enterprise management mode will bring fundamental changes to the whole enterprise or to some kind of professional management of the enterprise.

(5) Constantly create adaptive management systems. Management system is the norm of enterprise resource integration behavior, and also an organic component of maintaining the operation of the whole enterprise. Institutional change will bring great changes to enterprise behavior.

The ways of enterprise management innovation include:

1. Innovation of development strategy. The core of an enterprise is its development strategy, which determines its development direction. Generally speaking, development strategies can be divided into expansion, contraction, stability and other types. Enterprises should combine their own reality, determine the appropriate type of strategy and carry out strategic innovation on the premise of fully considering the market environment and competitors. In strategic innovation, an important aspect is the determination of the business objectives of the enterprise, which ultimately determines the competitive strategy of the enterprise.

2. Innovation of enterprise system. The purpose of enterprise system innovation is to achieve management objectives, so as to redesign the production, operation and distribution modes of enterprises, establish optimized systems, establish modern enterprise systems, and adjust the relationship between owners and operators. Enterprise system innovation is conducive to higher efficiency of enterprises.

3. Innovation of enterprise organization. The innovation of enterprise organization means that the enterprise adjusts its organizational structure and management mechanism to facilitate the development of management innovation. Introduce new management concepts to maximize enterprise benefits. The innovation way of enterprise organization is to adjust the existing system of existing management elements. Improve the effectiveness of management elements. In the era of knowledge economy, due to the application of information technology, enterprises can adopt a flat organizational structure, thus relying on the hierarchical structure of the enterprise organization, improving the efficiency of enterprise operation and reducing management costs.

4. Innovation of corporate culture. Corporate culture has injected human power into the development of enterprises. Among enterprises that focus on people-oriented

values, corporate culture innovation can build a good corporate development environment, and the cohesion of enterprises is further enhanced, laying a solid foundation for achieving corporate goals. The innovation of corporate culture should pay attention to new corporate values and distinctive corporate spirit.

5. Innovation of enterprise market. The market competitiveness of enterprises depends on the degree of market innovation. In order to achieve market innovation, enterprises should provide innovative solutions based on the current market situation and the potential needs of customers, and select the innovative solutions suitable for the enterprise.

Management innovation is an important magic weapon for enterprises to achieve economic growth. The status of enterprise benefits is inextricably linked to the management of enterprises. Through management innovation, we can solve the problems of old concepts and inflexible systems in enterprise management, so that the benefit growth of the company can be supported by concepts and guaranteed by mechanisms.

Management innovation is the inexhaustible power for enterprises to achieve sustainable development. One of the basic functions of modern enterprise management is innovation, which is the essential feature of knowledge economy and the soul of enterprise survival and sustainable development. The innovative spirit of American enterprises is very worthy of our reference. Enterprises should respect management innovation and put the concept of "death without innovation" into the hearts of every employee. Through the implementation of management innovation, accelerate the metabolism of the enterprise, promote the sustainable growth of the enterprise, make the enterprise maintain its vitality and remain invincible in the fierce international competition.

Enterprises should establish a long-term and effective innovation mechanism and system, constantly transform knowledge, information, technology and materials into products satisfactory to market users, and promote the production, accumulation, creation and application of enterprise knowledge. Only by establishing a long-term and effective innovation mechanism and system can enterprises continuously improve the advanced nature, creativity, novelty and practicality of technology. At the same time, It can continuously stimulate the growth of enterprises, realize the long-term appreciation of enterprise assets, and enable enterprises to gain a strong market competitive advantage.

References:

[1] Jie Jianshe. Discussion on Enterprise Management Innovation [J]. Modern Economic Information, 2016 (4)

[2] Ouyang Xinnian, Zhou Jingqin. Enterprise technology competition and innovation incentive mechanism [M]. Beijing: International Culture Publishing Company, 2001

[3] Liu Zeng. The role of enterprise management innovation in enterprise development [J] Modern Economic Information, 2010 (2): 61, 63

UDC 33.05-044.325:005]:631.11

*Kolodii I.
Ph.D. in management, senior lecturer of the department
of management named after prof. E. V. Khraplyvyi
L'viv national environmental university, L'viv*

COMPETITIVE SECURITY ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

At the current stage, after the revitalization of economic processes, agricultural enterprises are forced to counter the new economic crisis caused by the COVID-19 pandemic and the war with the Russian Federation. The identified risks were caused by crisis situations that are associated with the increase in the price of resources and energy sources, a reduction in the production and sale of agricultural products due to a decrease in exports and a decrease in the solvent demand of the population, the loss of sales markets, a decrease in the profitability of agricultural enterprises, low innovativeness of technological processes, an imperfect legal field, difficulties exit of small agricultural producers to foreign markets, etc. The seasonal factor also increases the crisis vulnerability of agricultural enterprises. At the same time, today, crisis factors are so diverse, and their impact on agricultural production is quite specific, that classic anti-crisis management measures are not always appropriate and effective.

The vector of anti-crisis management should be aimed at prevention and prevention of the crisis, until it took the form of irreversible chronic insolvency of the agricultural enterprise [1, p. 121]. Under the condition of timely implementation of justified preventive measures, it is quite often possible to avoid a crisis state of an agricultural enterprise. At the same time, it should be taken into account that the dynamism of the external environment has a direct impact on the effectiveness of anti-crisis management, since in some places the speed of management reaction may be lower than the rate of risk emergence and threat development. Therefore, an insolvency crisis can occur at any stage of the life cycle of an agricultural enterprise. Analysis of literary sources [1, p. 145, 2, 3, 4] allows us to systematize the types of anti-crisis management identified by domestic scientists. So, the types of anti-crisis management are:

1. Preventive anti-crisis management – early detection of changes in the internal and external environment, which provides for crisis prevention for further sustainable development of the enterprise by preventing and eliminating unfavorable phenomena for the enterprise. The following tasks are implemented within the framework of preventive crisis management with the help of a rapid response system: monitoring, permanent assessment of the financial and economic state of the enterprise, analysis of production potential, development of the concept of recovery and innovative strategy of the enterprise.

2. Stabilization anti-crisis management – involves stabilizing the crisis, i.e. preventing its aggravation by treating insolvency to ensure survival, creating prerequisites for recovery and restoring the previous pre-crisis state. Stabilization

anti-crisis management is implemented when the company's activity indicators are lower than the normative level. At the same time, it becomes a prerogative to quickly achieve the ability to generate money with the help of a total funds management system.

3. Post-crisis management – involves the elimination of errors and mistakes of previous management decisions and the creation of conditions for increasing the company's invulnerability in competitive confrontation. At the same time, post-crisis management should ensure a sufficient commercial result for the further functioning and development of the enterprise.

4. Competitive anti-crisis management (author's proposal) – built on the ability of agricultural enterprises to effectively dispose of their own and loan resources in the conditions of a competitive agricultural market. The result of competitive anti-crisis management is the formation of competitive advantages across the entire spectrum of agricultural enterprise management problems.

Summarizing, we note that the policy of anti-crisis management, which combines preventive, stabilization, post-crisis and competitive anti-crisis management, is part of the financial strategy of agricultural enterprises and consists in the development of a system of measures for the preliminary diagnosis of threats of bankruptcy and the launch of a mechanism for the financial recovery of a particular enterprise. In this context, the agricultural enterprise should decide on a list of indicators for early warning of a crisis and establish criteria for its interpretation.

References:

1. Kovalenko O. V. Anti-crisis management: theory, methodology and implementation mechanisms: monograph. Zaporizhzhia, 2011. 466 p.
2. Prokopyshyn O. S. The anti-crisis management system as a basis for preventing crisis phenomena at enterprises. Investments: practice and experience. 2021. №. 9. P. 40-45.
3. Khodakivskyi E. I., Kravchuk V. I. Development of an algorithm model of the process of anti-crisis management of agricultural enterprises. Young scientist. 2018. №. 10 (1). P. 402-406.
4. Shatailo O. A. Peculiarities of using anti-crisis potential in anti-crisis management at the enterprise. Bulletin of ZHTU: Economics, management and administration. 2019. №. 2. P. 98-105.

UDC 657.1

*Kotik M.
Student, Faculty of Management and Marketing
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv
Skorobogatova N.
Ph.D. in economics, Associate Professor,
Department of International Economics
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv*

ORGANIZATIONAL FEATURES OF THE ACCOUNTING SYSTEM AT A SMALL ENTERPRISE

Today, one of the most important business entities is small business enterprises. The peculiarities of the organizational legal structure of the subjects of a small enterprise, a small number of business operations, a small number of personnel, and relatively small volumes of activity determine the specifics of the organization and accounting at such enterprises. First of all, it concerns the form of accounting as a system of registers of accounting of business transactions, the procedure and the method of registration of accounting information in them, and the formation and submission of financial reports.

Small business enterprises have taken a significant place in the socio-economic development of states. The high rates of economic development in the country and the efficiency of its functioning are determined by the level of entrepreneurial and business activities. The contribution of small businesses in developed countries is almost half of the domestic gross product. The issues of the accounting organization are relevant to enterprises of any form of ownership. However, the onset of research on problems associated with the organization of accounting in small enterprises is due to the specific features in the application of their methods and techniques of accounting. Accounting should be organized in accordance with the requirements of the current legislation and features of the Lord's activity of a particular enterprise. The issue of rational organization and accounting methods in accordance with the requirements of the enterprise management system as a whole becomes especially relevant.

The main purpose of accounting in the modern world is to improve the information support of managers [3]. This determines the need to review some theoretical and practical provisions of accounting, methods of formation, and processing of accounting information at small business enterprises. In order to achieve an effective resolution of these issues in the context of reforming the accounting system in Ukraine, it is necessary to establish the principles and priorities of accounting for small enterprises, to consider them when forming proposals for its methodology and organization.

Small enterprises, like all other economic entities of Ukraine, are obliged to maintain operational and accounting of business transactions, to prepare financial, tax

and statistical reporting. At the same time, the organization of accounting at handsome enterprises should be based on generally accepted in Ukraine and in international practice the principles and integers established by the Law of Ukraine “On Accounting and Financial Reporting in Ukraine” [1] and accounting regulations (standards) [2]. The principles established by these normative-legal acts are the Baza Rules, which should be guided in accounting and financial statements.

Small businesses can be used the following forms of accounting: journal-warrant; magazine; simplified, and automated. Analyzing the differences in each of the forms of accounting, for small businesses, we consider the simplified accounting system the most convenient. The organization of accounting at small enterprises is the process of creating an interconnected accounting system, which is created to maintain and enhance the level of organization of the enterprise, its functioning provides information needs of entities as well as generates material information support of the accounting process. The organization of the accounting process is intended to be the following tasks:

- recognition of the location of accounting in the functioning of the enterprise;
- organization of accounting;
- development of labor standards, and organization of jobs, for employees of the accounting apparatus;
- creating a system of links of the accounting department with economic services and responsibility centers;
- creation of recommendations on the introduction of innovation in the accounting organization.

In addition, small enterprises have separate regulatory documents and requirements for accounting. Therefore, for a successful organization of accounting at small enterprises, it is worthwhile to choose a system of taxation, approve it with an order on accounting policy, to confirm business transactions with relevant documents. The last step of the accounting process is to display information in the report. Thus, we believe that stimulating small business development due to favorable conditions for the organization of the accounting system will allow activating this sector of the economy.

References:

1. Law of Ukraine “On Accounting and Financial Reporting in Ukraine”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. National Accounting Standard 25 “Simplified Financial Reporting”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text>
3. Skorobogatova, N. Accounting in Foreign Countries [Electronic resource] : a textbook for students studying for specialty 051 “Economics”, specializations “International economics” / N. Skorobogatova ; Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. – Electronic text data (1 file: 1,79 MB). Kyiv : Igor Sikorsky KPI, 2020. 162 p. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/41139>

UDC 336.221

Maletska O.

PhD in Economics Associate Professor of the Department of Account and Taxation of Lviv National Environmental University, Lviv

Aleksandraviciute B.

Doctor of Social Sciences,

lector Mykolas Romeris University, Vilnius, Lithuania

Maletskiy Y.

University student, Master degree, specialty of Accounting and Taxation of Lviv National Environmental University, Lviv

INTERNATIONAL EXPERIENCE: TAX ADMINISTRATION OF LITHUANIA AND UKRAINE

The national tax system takes an active part in international relations, becoming one of the important factors in deepening relationships based on the integration of national economic systems in order to achieve a high level of public welfare.

More than 22,000 Ukrainians have been employed and are working under employment contracts in Lithuania since the beginning of the war. This is half of all Ukrainians of working age who arrived in Lithuania. From the beginning of the war in Ukraine until the end of 2022, Ukrainians paid 40 million euros to the country's budget, according to official data published in this country. The majority of Ukrainians - 14.9 thousand - work in jobs that require secondary qualifications. They work as customer service specialists, salespeople, construction workers, metalworking specialists, mechanics of electromechanical and electronic equipment, operators of stationary equipment and machines, and drivers. About 5,400 Ukrainians work in low-skilled and unskilled jobs. Most of them work as cleaners in offices and hotels, kitchen assistants and packers, agricultural and forestry workers, and support workers, the message states. [3]

The State Tax Service of Ukraine is interested in continuing active cooperation with the State Tax Inspectorate under the Ministry of Finance of the Republic of Lithuania. The State Tax Service of Ukraine continues to work actively even in wartime. Despite all the events, the work of the Tax Service has been resumed since the first days, which continues to actively move towards the goals set by the Government and society. [1]

The Tax Service appreciates the support of international partners, their experience and willingness to cooperate. Ukraine expects to receive the status of a candidate for membership in the European Union in the near future. And this, in turn, will require quick steps to bring Ukrainian legislation into compliance with EU legislation, as well as the introduction of political, social, economic, judicial and administrative reforms.

Lithuania, as a country that has gone through such a path, has extensive experience in bringing the national tax legislation of Lithuania in line with the EU legislation, and therefore the experience of Lithuanian colleagues who cooperate with the Tax Service of Ukraine and provide advisory support on tax matters is useful. [2]

A simplified system of taxation is provided for individuals in Lithuania by purchasing a business certificate issued by local authorities (VERSLO LIUDIJA). This regime applies to certain types of activities, the list of which is approved by the government of the Republic of Lithuania and consists of 88 types of activities 23, which are mainly related to the provision of various types of household services, production of simple goods. For such measures, local councils set a fixed rate of income tax at a level not lower than that provided for by the Law "On Income Tax". Tax is payable before the purchase of this certificate. It has been established that this regime can be applied only if the natural person is not registered or is not required to be registered as a VAT payer (in Lithuania, the amount at which registration as a VAT payer is mandatory is 45,000 euros, if the person exceeds this amount, the person must switch to the general taxation system.

At the same time, expenses for the payment of such a fixed tax cannot be deducted from income from individual activities with the purchase of a business license and, therefore, they do not need to be documented, but at the same time they are obliged to use cash registers. The income tax rate for citizens in Lithuania is 15% and 33%. The standard corporate tax rate is 15%. An enterprise with a gross income of less than EUR 300,000 during the tax year and an average number of employees not exceeding 10 people, is entitled to apply 5%.

Therefore, the rates of the main budget-forming taxes in Ukraine are significantly lower than in the EU member states, and, despite this, the overall level of the tax burden is slightly lower. [3]. An important problem of the domestic taxation system is that taxpayers try to avoid paying taxes in all kinds of legal and illegal ways. In contrast to Ukraine, in the countries of the European Union, paying taxes is not only mandatory, but also a prestigious matter. oday it is expedient to continue the search for an optimal taxation model, which would be close in its composition and structure to European models and would take into account domestic realities and the experience gained.

References:

1. Aleksandraviciute B. Maletka O. Specsifics of buiseness opening and taxation in Lithuania. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали IV Міжнар. науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2022 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2022. С 13-15.

2. Державна податкова служба України URL: tax.gov.ua/media-tsentr/novini/584325.html

3. Паславська Р.Ю. Система адміністрування податків в Україні : дис. канд. екон. наук: 08.00.08. Львів: 2014. URL:https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/02/dis_Paslavska.pdf

UDC 658

Zhang Yuanyi

*master student of Administrative Management,
Sumy National Agrarian University, Sumy*

*Academic supervisor: Alina Brychko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Public Management and Administration,
Sumy National Agrarian University, Sumy*

THE REFORM AND INNOVATION OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT UNDER THE BACKGROUND OF INFORMATIZATION

With the continuous development of social economy, the competition between enterprises is becoming increasingly fierce, which symbolizes that the competition for talents is also more fierce. Such a social development environment brings opportunities and challenges to the development and management of human resources of enterprises. According to the current situation of enterprise human resource management, this paper analyzes the current existing problems in enterprise human resource management, the influence of information background on human resource management, and puts forward some suggestions on how to give full play to the role of human resource management in enterprise development.

The main purpose of this paper is to help enterprises adapt to the development of information technology in human resource management, and enhance their talent management ability and comprehensive strength.

In the information competition environment, the key to enterprise competition is the competition of talents, human resource management is the fundamental of enterprise management, is the most critical factor of enterprise development, strengthening human resource management is an important means for enterprises to obtain profits, but also the focus of enterprise competition. In today's increasingly fierce social market competition, strengthening the human resource management of enterprises has become an important means to promote the development of enterprises and improve the comprehensive strength of enterprises. At present, there are the following problems in the human resource management of enterprises:

1. The enterprise human resource management system is not perfect

A good management system is the first condition of enterprise development. In enterprises, the lack of management system is extremely unfavorable to the development of enterprises. The lack of enterprise human resource management system will make the lack of standardization and systematization of the work among the internal departments, resulting in the inability of employees to work according to the expectations of the enterprise, and make the development of the enterprise stagnate.

2. Lack of scientific human resource strategic planning

The human resources of enterprises directly determine the success or failure of organizational strategy to a large extent, and are an important strategic resource of enterprises. However, in many enterprises at present, there is an inconsistency between human resource management concept and human resource investment

concept, which is the key factor leading to the disharmony between enterprise strategic planning and human resource strategy. In the increasingly fierce market competition in modern society, most companies tend to be limited resources more to the production and operation and sales, and ignore the importance, the lack of investment in human resources and the attention, lead to the enterprise human resource management is arbitrary, the lack of scientific, human resource management mode, from the development of the enterprise, eventually lead to enterprise talent liquidity, cannot meet the demand of enterprise development. Therefore, enterprises should make a reasonable strategic planning for human resources, so that the mode of human resource management can adapt to the actual development of the enterprise, so as to provide enough human resources support for the development of enterprises.

3. The information construction of human resource management is insufficient

At present many enterprises of human resources management department is evolved by the traditional personnel management department, coupled with the concept of enterprise managers differences, led to the enterprise most of the human resources managers are not professional, cannot systematically master the content of the human resource management system and business processes, more skilled application of human resource management software, which seriously hindered the development of enterprise human resource management informatization. In view of the problem of enterprise human resource management, we put forward the following suggestions to help enterprises reform the human resource management means and improve the management level.

1. Pay more attention to human resource management

Enterprises should adhere to people-oriented, establish a relaxed and tolerant cultural atmosphere, reduce the occurrence of conflicts, and make employees support, assist and progress each other through scientific communication and incentive methods. At the same time, we should give full play to the leading role of the department managers of the enterprise, actively care for the lower level employees, care about the personal development of the enterprise employees, emphasize the importance of employees, encourage employees to innovate, so as to give full play to the creativity of the enterprise employees.

2. Implement human resource management with the market as the guide

In order to gain advantages in the fierce market competition, when conducting human resource management, enterprises should first fully understand the market demand, determine the structure of human resources according to the actual development and operation of the enterprise, and take the market to carry out effective human resource management work with the market as the guide. In addition, we should improve the enterprise human resource management mechanism to recruit talents, management talents and train talents according to market changes. Secondly, in order to promote the continuous optimization of the structure and quality of enterprise human resources, enterprises should provide a good working environment for employees, shape opportunities for their own development, and give employees the most basic personal needs protection and sense of security. Then, improve the internal competition mechanism of the enterprise, strengthen the management of employees, standardize the behavior of employees, encourage the

benign competition among employees, implement the principle of survival of the fittest, so as to promote the employees to make progress in the competition, and then create greater benefits for the enterprise.

3. Increase the investment in the informatization construction of human resource management

The construction of human resources informatization needs a huge capital investment as the support. Enterprises should make full use of their own advantages, actively and steadily mobilize funds from multiple channels, and invest in the huge and complex project of human resource management information construction. For example, enterprises can draw a certain proportion of the annual net profit as a special fund for enterprise information construction, and enterprises should also actively strive for the relevant policies and financial support of the state and the government, so as to ensure the smooth implementation of enterprise human resource management information construction.

4. Improve the performance appraisal and evaluation system

At present, there are many enterprises in the human resource performance appraisal system is not perfect, therefore, enterprises should constantly improve the human resource management awareness of leaders and managers, constantly improve the performance appraisal system, to ensure the smooth implementation of the performance appraisal of enterprise employees and various business activities.

To sum up, in the new period, some enterprises still have some problems in human resource management, need to improve, completes the enterprise of human resource management planning, strengthen the optimization and improvement of human resource management, adhere to market-oriented perfect the related system construction, and strengthen the construction of human resource management information, improve the effectiveness of enterprise human resource management, so as to adapt to the requirements of enterprise development in the new period.

References:

1. Wu Li, Research on the innovation problem of enterprise human resource management in the new economic era [J]. Electronic production, 2015,13:285.
2. Xiang Yao, Research on Optimization and Allocation of Internationalized Labour Cost of Chinese State-owned Enterprises under the Background of "The Belt and Road Initiative", China State Construction Overseas Development Co., Ltd.
- Salim Keffane, Hocine Bachioua, Ahmed Zerzour, Human Resource Management and Quality Assurance System to achieve Competitive Advantage, Business Administration Research (English) | Issue 001, 2021. P.54-59.

UDC 658.114.5

Zhao Jing
PhD student of Management
Sumy National Agrarian University, Sumy

BUILDING AN EMPLOYEE-CENTRED CORPORATE CULTURE

Fortune magazine points out that Fortune 500 companies are good at energizing their corporate culture. In the information era, the market competition among enterprises is becoming increasingly fierce, and if enterprise managers want to gain lasting competitiveness, they cannot just pursue pure economic benefits but must focus on constructing enterprise culture. However, many enterprises' understanding of the connotation of corporate culture only stays on the surface, thinking that corporate culture is a slogan or a logo, or even copying it, without giving play to the functions of corporate culture such as guidance, cohesion and motivation.

There are some problems faced in the construction of the current enterprise culture.

- Enterprises do not pay attention to the construction of culture

Enterprise culture construction is an essential driving force to promote enterprise development and a critical foundation to ensure a harmonious enterprise development environment. However, many enterprises lack sufficient attention to the importance of corporate culture construction, the cultural construction work is not effectively guided and supported, and the direction of cultural construction does not meet the actual needs of enterprise development; some enterprises are busy with production and operation every day, and have no time to care about corporate culture construction, which leads to backward business philosophy and seriously restricts the development of enterprises. Some enterprises completely deny the "soft power" of corporate culture, are indifferent to the construction of corporate culture, and think that corporate culture is a nebulous thing; even if there is no corporate culture, the enterprise can also be average production and operation and even criticize the people who have a positive attitude towards corporate culture, think they are bluffing. These enterprises are prone to risks such as poor corporate strategy management, which eventually affects the efficiency and regular operation of production and operation within the enterprise.

2. Enterprise culture construction is not systematic

Enterprise culture construction needs to be systematically discussed and sorted out, but in the actual sorting process, there are often problems of unsystematic concept system construction, such as the poor hierarchy of concept elements and lack of concept elements. From the current situation of many enterprises culture construction, although some enterprises have constructed the corresponding enterprise culture, construction planning, in actual operation, does not play a substantial role; cultural construction and innovation are superficial and formal, utterly detached from the concept of enterprise culture construction.

3. Enterprise culture construction is in the form

In most enterprises, culture construction in form is limited to slogans floating on the surface. This kind of corporate culture without roots and lack of substance does not gain the sincere recognition of the enterprise employees and will be ignored or even resisted, leading to the embarrassing construction of corporate culture. For example, some enterprises do not know the uniqueness of corporate culture and do not integrate the individuality and characteristics of their respective enterprises into the cultural construction, not to mention that corporate culture should be in line with the characteristics and background of the times. Hence, they copy the excellent culture of other successful enterprises, resulting in "unconventional" and "homogenization", which leads to corporate culture construction. The result is that due to "unconventional" and "homogenization", the corporate culture is detached from the original history and status quo and fundamentally loses the meaning of corporate culture construction.

Corporate culture is a management philosophy focusing on "employees" to carry out central work. Akio Morita, the founder of Sony, said, "It is the employees of our company who rule the fate of our company! Our true essence is to work with people at the centre." For companies, employees are the first productive force of the company. The enterprise is not just a machine that produces and pursues profits, but a family where employees can give full play to their talents, realize their careers and live together in harmony. It makes the employees feel the care and love of the enterprise, enhances the trust and happiness of the employees, promotes self-improvement and development, and then continuously improves the enterprise's market competitiveness.

Employees are the participants and executors of the work. The main body of the enterprise culture construction is an essential resource for the enterprise's survival, competition and development. Enterprises, through the construction and promotion of employee-centred corporate culture, not only the construction of culture to point the direction and enhance the corporate image but also guide employees to their own development goals and corporate development goals, making the interests of the enterprise and the interests of employees' inseparable, to achieve the common goals of the enterprise and unremitting efforts. By building an employee-centered corporate culture concept, always adhering to the needs of employees as the starting point, and giving them a high degree of attention and care, enterprises can gain employees' sense of identity and responsibility for the enterprise, attract and retain more talents, and solidify the foundation of enterprise talent team construction.

Strengthen the attention to the construction of enterprise culture.

Enterprise managers should build a corporate culture that is compatible with the nature and development goals of the enterprise based on an accurate grasp of the enterprise's internal and external development environment. Firstly, the enthusiasm and creativity of individual employees should be given full play to participate in the construction of an advanced corporate culture so that they can develop a strong sense of mission, responsibility and honor and become a powerful driving force for the development of the enterprise. Secondly, establish and improve the relevant management, supervision and evaluation mechanisms, develop scientific evaluation standards, evaluate the effectiveness of cultural construction, and set incentive

mechanisms to fully stimulate the enthusiasm of staff participation and promote the efficient development of cultural construction activities. Thirdly, strengthen the publicity of corporate culture, actively broaden the publicity channels, improve the platform of cultural construction, widely publicize the cultural activities and related spirit, enhance the corporate image, strengthen the influence of society and industry, and attract talents to join.

Enterprise culture construction is a long-term and arduous management project to shape the spiritual behavior of employees. In the fierce market competition, enterprises should, first of all, set the right attitude, soberly recognize the main body of corporate culture construction, start from the actual needs of the enterprise, understand the staff, respect the staff, care about the staff, and focus on the overall development of the staff. Inspire employees with vision, unite employees with spirit, motivate employees with mechanism, and cultivate employees with the environment. Only by building corporate culture step by step and giving full play to the central role of employees can we continuously improve the efficiency of our work and provide a constant impetus for the sustainable development of the enterprise.

References:

1. Yao M. The Impact of Corporate Culture on Employee Innovation Behavior: A Study of Zhejiang Textile and Garment Enterprises[J]. International Journal of Science and Business, 2022, 8.
2. Deciu V. The Organizations' Psychological Environment Traits Modification When Adopting an Ethics and Compliance Program[J]. Psychology Research, 2022, 12(5):10.
3. Sakinah S, Nazarudin, Sadalia I. The Role of the Program of Development of Corporate Culture in Moderating the Values of The Company against the Employee Engagement in PT PLN (Persero) Parent Unit is the Region of North Sumatra[J]. Galore Knowledge Publication Pvt. Ltd. 2021(2).
4. Wang Y. Analysis of Human Resource Management Problems and Measures in Corporate Culture Construction[J]. Science & Technology Vision, 2020.

УДК 3.085:005.35

*Антонюк Н.
д.е.н., професор, KEDGE бізнес школа, Марсель, Франція
Гарнічарова М.
PhD., MBA,
завідуюча кафедрою менеджменту,
Пряшівського університету в Пряшеві, Словаччина
Бенкова Є.
PhD, заступник декана з міжнародних зв'язків
Пряшівського університету в Пряшеві, Словаччина*

НОВІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

В момент початку повномасштабного наступу військ Російської Федерації на Україну багато в понятті соціальної відповідальності бізнесу кардинально змінилося.

Принцип соціальної відповідальності або точніше концепція соціальної відповідальності в контексті будь-якого бізнесу означає, що бізнес/фірма/компанія/підприємство/організація функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що бізнес повинен поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Тобто соціально-відповідальна бізнесова структура не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

Ще вчора повноцінні конкуренти стали в одну лаву для боротьби з ворогом.

Ми вважаємо, що з часом, унікальний український підхід та дружня співпраця бізнесу буде мати свою сторінку в історії України.

Умови воєнного стану, військові дії, окупація частини території країни знов суттєвим чином скоригували розуміння соціально відповідальності бізнесу в напрямі перш за все допомоги в обороні країни: грошовими коштами, транспортом, пріоритетом у забезпеченні продукцією, роботами та послугами сил оборони країни, часто на безоплатній основі, волонтерській роботі. Соціальна відповідальність поширюється й на власних співробітників, які можуть втрачати роботу, але потребують утримання на час військових дій; на мешканців, особливо на тимчасово окупованих територіях, які потребують гуманітарної допомоги; на відновлення територій, що зазнають руйнувань під час війни. Не слід також забувати й про те, що в умовах війни практично любий бізнес зазнає суттєвих втрат: людських – в зв'язку з призовом до лав озброєних сил; фінансових – в умовах скорочення виробництва та реалізації продукції; матеріальних – якщо військові дії відбуваються на території розташування бізнесу.

«Економіка України скоротилася на понад 35% у 2022 році через масове руйнування інфраструктури, зокрема залізничного та інших сполучень із сусідніми країнами, дорожньої мережі та мостів. Порушено виробничу та торговельну діяльність, є великі втрати робочої сили через міграцію або призову до армії», — йдеться у звіті Організації Об'єднаних Націй «Світовий економічний стан та перспективи, 2023». Це означало б стабілізацію реального виробництва на рівні приблизно 70 відсотків від рівня 2021 року. Прогноз банку на 2024 рік – зростання на 3 відсотки (1).

Економічна ситуація наразі залишається вкрай важкою. Європейський банк реконструкції та розвитку погіршив прогноз зростання економіки України до 1% у 2023 році, хоча ще у вересні він передрікав відновлення на 8%.

Втрачено близько третини обсягу українського виробництва, а скорочення російської економіки впливає на решту регіону за рахунок міграції, грошових переказів та цін на сировинні товари. Бюджетно-фінансовий простір залишається значною мірою обмеженим, що з виділення державних коштів у мети стимулювання зростання. Політичні та економічні наслідки конфлікту, ймовірно, й надалі визначатимуть характер торгових та фінансових потоків у країнах СНД та загальні механізми їх інтеграції у світову економіку.

За рік повномасштабної війни багато з українських бізнесів пройшли шлях від глибокого шоку, заціпеніння та руйнації усіх планів на майбутнє до поступового відновлення роботи, впровадження більш адаптивних бізнес-моделей, використання нових логістичних схем, підтримки персоналу та громад, в яких вони працюють. Бізнес продемонстрував стійкість, готовність перелаштовуватися та вимушено став більш соціальним, адже волонтерство та допомога в українців у крові, а тих, кому треба допомагати.

Особливо важко утримати звичні обсяги бізнесу, а подеколи це є неможливим.

Для відновлення варто розглянути ефективні стратегії розвитку бізнесу під час війни. Сюди можна віднести:

Порятунок бізнесу під час військових дій: релокація та відбудова виробництва на новому місці, пошук фінансування, виклики, пов'язані з міграцією людського капіталу та режимом воєнного стану.

Маркетинг та комунікації у нових умовах: як зберегти репутацію бренда у складних умовах та головні зміни маркетинг-, диджитал- та комунікаційної стратегій.

Проактивні HR-стратегії: збереження команди та наймання в умовах міграції трудових ресурсів, побудова роботи зі співробітниками, що були мобілізовані та повернулися з війни, нові реалії ринку праці.

Точки зростання повоєнної України: які проекти/галузі стануть найбільш інвестиційно привабливими у найближчому майбутньому.

Соціальну відповідальність бізнесу: як бізнес узявся вирішувати питання військових та зобов'язався допомагати цивільним.

Особливістю цих підходів є їх новизна та унікальність.

Список використанох літератури:

1. Звіт організації об'єднаних націй за 2023. Електронний ресурс: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2023_PR_CIS_SEE_R.pdf
2. Antoniuk N. (2022) Analysis of the united energy system of Ukraine under the conditions of military aggression by Russia. Anna Stepniak-Kucharska, Magdalena Kapela (Eds.), Contemporary problems of economic development – sustainable development. 2022. 190 p. ISBN 978-83-959294-6-5
3. Antoniuk N. (2022) ASSESSMENT OF ENVIRONMENTAL CHANGES AS A RESULT OF MILITARY OPERATIONS. II International scientific and practical conference "Modern trends in business and management: theory and practice": Collection of theses of reports. (October 12-13, 2022). Odesa: ONMU, 2022. 215 p. ISBN 978-966-7716-90-5. DOI 10.31375/978-966-7716-90-5

УДК 330.341.1

Бабіч А.

*здобувач третього (доктор філософії) наукового рівня вищої освіти,
Класичний Приватний Університет, м. Запоріжжя*

ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасному бізнесі ефективне управління бізнес-процесами є ключовим фактором успіху. Бізнес-процеси - це ряд взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення певної мети. Розглянемо принципи ефективного управління бізнес-процесами, які дозволяють організаціям досягати оптимальних результатів у своїй діяльності.

Перший принцип ефективного управління бізнес-процесами полягає у визначенні цілей і завдань процесу. Перш ніж приступити до управління процесом, потрібно визначитися з його цілями і завданнями. Це дозволяє оцінити не тільки ефективність процесу, але і його доцільність. Наприклад, якщо метою процесу є збільшення продажів, то потрібно визначити, які конкретно завдання необхідно виконати для досягнення цієї мети. Це може бути оптимізація виробничих процесів, підвищення якості продукції або розробка нових маркетингових стратегій.

Другий принцип – опис бізнес-процесів. Для ефективного управління бізнес-процесами потрібно мати чітке уявлення про те, які види діяльності виконуються в рамках процесу, як вони співвідносяться між собою, і хто відповідає за кожен етап процесу.

Третій принцип – оптимізація бізнес-процесів. Оптимізація процесів – це постійний процес підвищення продуктивності та якості. Для оптимізації процесів необхідно аналізувати поточні процеси, виявляти вузькі місця і проблеми, розробляти нові методи та інструменти підвищення продуктивності та якості. Наприклад, для оптимізації процесів можна використовувати такі методології управління якістю, як TQM, Lean або Six Sigma.

Четвертий принцип – контроль і моніторинг. Контроль і моніторинг – це процес відстеження процесів для забезпечення їх функціонування відповідно до певних стандартів і досягнення запланованих цілей і завдань. Контроль і моніторинг дозволяють своєчасно виявляти проблеми і недоліки в процесах, а також вживати заходів щодо їх усунення. Це дозволяє оцінити ефективність процесів і прийняти рішення про подальше вдосконалення.

П'ятий принцип – автоматизація процесів. Автоматизація процесів – це використання технологій для прискорення і спрощення процесів. Автоматизація дозволяє скоротити час на виконання процесів і знизити ймовірність помилок. Це також знижує витрати на процес і підвищує якість продукції або послуг.

Ефективність реалізації принципів управління бізнес-процесами залежить від багатьох факторів, таких як культура організації, рівень розвитку економіки,

інфраструктура і наявність технологій, а також досвід і кваліфікація управлінського персоналу.

Деякі країни, такі як Японія і Німеччина, славляться своїми технологічними інноваціями і практикою управління, які включають принципи управління бізнес-процесами. Також США, Канада та деякі європейські країни мають розвинену інфраструктуру і високий рівень економічного розвитку, що сприяє успішній реалізації принципів управління бізнес-процесами.

Однак варто зазначити, що ефективність реалізації принципів управління бізнес-процесами залежить від конкретної організації, її специфіки, масштабів діяльності, а також від того, наскільки організація готова до змін і нових підходів в управлінні своїми бізнес-процесами. Тому не можна однозначно назвати ту чи іншу країну найбільш ефективною в реалізації принципів управління бізнес-процесами [1].

При реалізації принципів управління бізнес-процесами можуть виникати різні проблеми і перешкоди, які можуть ускладнити або уповільнити процес впровадження, а саме:

готовність організації до змін (при відсутності принципів управління бізнес-процесами можуть знадобитися істотні зміни в організації, як на рівні процесів, так і на рівні культури і підходів до управління; якщо організація не готова до таких змін, то впровадження принципів управління бізнес-процесами може зіткнутися з серйозними перешкодами);

наявність кваліфікованих кадрів (управління бізнес-процесами вимагає наявності управлінського персоналу з відповідною кваліфікацією і досвідом роботи в даній сфері, але часто компанії не мають такого персоналу, що може привести до труднощів при реалізації принципів управління бізнес-процесами);

відсутність підтримки з боку керівництва (для успішної реалізації принципів управління бізнес-процесами необхідна підтримка з боку керівництва організації; якщо керівництво не зацікавлене в цьому процесі, реалізація даного проекту може виявитися складною або неефективною);

необхідний ступінь автоматизації процесів (при ефективному управлінні бізнес-процесами необхідна наявність сучасних технологій та інструментів автоматизації процесів; якщо в організації немає достатнього ступеня автоматизації процесів, це може ускладнити або уповільнити процес впровадження);

відсутність чіткої стратегії і плану дій (при відсутності принципів управління бізнес-процесами потрібно розробка чіткої стратегії і плану дій, які б враховували специфіку організації і її потреби; якщо організація не має чіткої стратегії і плану дій, це може привести до того, що реалізація принципів управління бізнес-процесами буде неорганізованою і неефективною);

складності в управлінні змінами (при нерозумінні принципів управління бізнес-процесами – це процес змін, здатний викликати опір з боку співробітників організації);

недостатня аналітична робота (необхідний аналіз поточних процесів і розробка нових процесів, які були б більш ефективними, якщо організація не

буде вести достатню аналітичну роботу, це може привести до того, що нові процеси не будуть адаптовані до специфіки організації і її потреб);

недостатнє залучення співробітників (при відсутності принципів управління бізнес-процесами вимагає залучення співробітників організації в процес змін, якщо співробітники не залучені в процес реалізації, що може привести до опору змінам і небажання співробітників працювати з новими процесами) [2].

В цілому реалізація принципів управління бізнес-процесами може зіткнутися з безліччю перешкод і проблем. Необхідно зазначити, що якщо ці проблеми будуть враховані і вирішені, то це дозволить організації стати більш ефективною і конкурентоспроможною у сучасному бізнес – середовищі.

Таким чином, ефективне управління бізнес-процесами є важливим фактором успіху для будь-якої організації. Визначення цілей і завдань процесу, опис процесів, оптимізація і автоматизація процесів, контроль і моніторинг - всі ці принципи важливі для ефективного управління бізнес-процесами. Керівники організацій повинні постійно працювати над удосконаленням бізнес – процесів з метою підвищення ефективності та якості своєї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Хамініч С.Ю., Халатур С.М., Матвієць М.В. Формування фінансової стратегії українських підприємств на основі теоретичних моделей // Концепти інноваційного розвитку підприємництва: монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В.; Національний університет «Києво-Могилянська академія». – К.: Інтерсервіс, 2018.-263с. С. 190-200.

2. Сокол П.М., Хамініч С.Ю. Трансформація механізму маркетингу українських підприємств у сучасному бізнес – середовищі [Текст] Монографія / П.М.Сокол, С. Ю.Хамініч – Дніпро : Вид-во «Нова-Ідеологія», 2022. – 160 с.

*Барило О.
викладач економічних дисциплін,
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист,
ВСП «Золочівський фаховий коледж ЛНУП», с. Новоселище*

ОСОБЛИВОСТІ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

Ефективне ведення агробізнесу можливе лише за умови стабільності та прогнозованості податкового законодавства, що забезпечує оптимальне податкове навантаження підприємств. Оподаткування діяльності сільськогосподарських підприємств є однією із найбільш важливих та найбільш складних елементів податкової системи України.

З 1 січня 2015 року вступила в дію нова податкова реформа. Для сільського господарства замість фіксованого сільськогосподарського податку запроваджено єдиний податок для платників четвертої групи. Згідно з чинним законодавством, а саме Податковим кодексом України (ПК) [1], українські сільськогосподарські товаровиробники мають право вибрати одну з двох можливих систем оподаткування своєї діяльності, а саме загальну систему оподаткування (сплата податку на прибуток) чи спрощену систему оподаткування (сплата єдиного податку четвертої групи).

Згідно Податкового Кодексу України [1] спрощена система оподаткування для сільськогосподарських підприємств передбачає сплату єдиного податку за системою передбаченою для 4-ї групи платників цього податку. Платники єдиного податку цієї групи звільняються від сплати наступних податків і зборів:

- податку на прибуток підприємств;
- податку на майно (в частині земельного податку), крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для ведення сільськогосподарського товаровиробництва;
- рентної плати за спеціальне використання води.

ПДВ, ПДФО, ЄСВ і військовий збір спрощенці цієї групи сплачують на загальних основах.

Спрощена система оподаткування найбільш популярна серед сільгоспідприємств. Незважаючи на те, що, згідно з п. 299.10 Податкового кодексу, реєстрація платником єдиного податку є безстроковою, платникам четвертої групи слід щороку підтверджувати свій статус. Платниками єдиного податку четвертої групи можуть бути сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, передбачених законами України, селянські та інші господарства, які займаються виробництвом (вирощуванням), переробкою та збутом сільськогосподарської продукції, а також рибницькі, рибальські та риболовецькі господарства, які займаються розведенням, вирощуванням та виловом риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах), у яких сума, одержана від реалізації сільськогосподарської продукції власного

виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік, перевищує 75% загальної суми доходу. Фізичні особи – підприємці отримали право бути єдинниками з 15 серпня 2018 року згідно із Законом «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств» від 10 липня 2018 року № 2497-VIII [2].

Об'єктом оподаткування для єдинників четвертої групи є площа власних та отриманих у користування, зокрема на умовах оренди, емфітевзису (п. 2921.1 ПК) сільгоспугідь (рілля, сіножаті, пасовища та багаторічні насадження); земель водного фонду (внутрішні водойми, озера, ставки, водосховища). Якщо у сільгоспідприємства немає у власності чи користуванні сільгоспугідь та/або земель водного фонду, воно не може бути платником ЄП четвертої групи.

Базою оподаткування для сільськогосподарських товаровиробників – платників єдиного податку четвертої групи є нормативна грошова оцінка одного гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року.

Ставки ЄП для єдинників четвертої групи визначені у відсотках від бази оподаткування (п. 293.9 ПКУ). Для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільгоспугідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) вони становлять 0,95; для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,57; для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях), – 0,57; для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,19; для земель водного фонду – 2,43; для сільгоспугідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, – 6,33 [3].

Платники єдиного податку четвертої групи сплачують ЄП до бюджету раз на квартал у таких розмірах (пп. 295.9.2 ПК): у I кварталі – 10% річної суми податку; II кварталі – 10%; III кварталі – 50%; IV кварталі – 30%. ЄП перераховують до місцевого бюджету за місцем розташування земельної ділянки протягом 30 календарних днів після закінчення звітного кварталу (пп. 295.9.8 ПК).

Важливо відмітити, що спрощена система оподаткування надає суттєвого виграшу тільки прибутковим підприємствам. Для збиткових або нестабільно працюючих виробників доцільнішою може виявитися загальна система оподаткування.

Одним з основних податків як у загальній, так і в спрощеній системі оподаткування для сільськогосподарського підприємства є податок на додану вартість (ПДВ). Податок на додану вартість щодо аграрної галузі слугував головним інструментом державної підтримки та розвитку галузі. Зокрема, завдяки відшкодуванню ПДВ спостерігалось значне нарощування доходів, відповідно, прибутку та рентабельності підприємств, відбувалося зменшення потреби у кредитних ресурсах та зменшення потреби в державній підтримці. Щодо галузі тваринництва, то відшкодування ПДВ було чи не єдиним способом

збереження галузі. До 1 січня 2016 року всі суми нарахованого ПДВ сільськогосподарські підприємства не сплачували до бюджету, а залишали у себе для розвитку власної діяльності. У 2016 році для них було введено в дію перехідні положення, а з 1 січня 2017 року сільськогосподарські підприємства – платники ПДВ перейшли на загальну систему нарахування й сплати цього податку, тобто всі суми зобов'язань повністю сплачувались до державного бюджету. Отже, спеціальний режим оподаткування для сільськогосподарських товаровиробників був фактично скасований. Щоб підтримати сільгоспвиробників у зв'язку з відміною спеціального режиму з ПДВ, держава в надала їм бюджетні дотації на період з 1 січня 2017 року до 1 січня 2022 року.

З метою забезпечення стабільного розвитку товаровиробників аграрної галузі у сфері податкової політики на перспективу доцільним є розробка нового інструментарію системи оподаткування сільськогосподарських товаровиробників різних форм господарювання застосовуючи досвід країн ЄС, при цьому доцільно впровадити окремі податкові пільги для аграріїв і закріпити їх на постійній основі у Податковому Кодексі. Основними з них можуть бути зниження ставок оподаткування, в першу чергу це стосується ПДВ. Для стимулювання розвитку сільськогосподарського виробництва, особливо для представників малого аграрного бізнесу доцільно запровадити диференційований підхід до оподаткування діяльності сільськогосподарських товаровиробників у межах єдиного податку 4-ї групи. В основу диференціації ставок й визначення підгруп платників єдиного податку 4-ї групи має бути покладено розмежування сільськогосподарських товаровиробників за площею сільськогосподарських угідь, яка знаходиться у їх використанні та розмірами отриманого доходу [4, с.168]. Такі заходи сприятимуть стимулюванню ефективної діяльності сільськогосподарських товаровиробників та підвищенню їх конкурентоспроможності як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI / Верховна Рада України. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств : Закон України від 10 липня 2018 року № 2497-VIII / Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/go/2497-19> (дата звернення: 26.11.2018).
3. Мальшакова С.О. Четверта група платників єдиного податку. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenieselxozpredpriyatij-12-chetvertaya-gruppa-platelshhikovedinogo-naloga>.
4. Магопець О. А. Оптимізація податкового навантаження сільськогосподарських товаровиробників в умовах застосування спрощеної системи оподаткування / О. А. Магопець // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: [зб. наук. пр.] – Кропивницький : ЦНТУ. – 2017. – Вип. 31. – С. 160 – 171.

УДК 336.025

*Баценко Л.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім.професора Михайлової Л.І.,
Безугла Ю.
магістрант кафедри менеджменту ім.професора Михайлової Л.І.,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Наразі уся сфера аграрної промисловості підлаштовується під події сьогодення, які вимагають кардинальних змін у всіх підсистемах управління задля адаптації до нових детермінантів середовища. Швидкість та якість адаптації залежить насамперед від наявного потенціалу, ефективності управління ним, а також досконалості стратегії, яка має охоплювати всі сфери діяльності підприємства. Стратегічне управління сільськогосподарським виробництвом включає три ключові етапи: стратегічний аналіз, стратегічний вибір і реалізацію стратегії. Однак вибір складових кожного етапу, критеріїв їх виконання та методів багато в чому визначається особливостями сільськогосподарського виробництва, в яких працює підприємство.

Керівники агроформувань до питань стратегічного управління ставляться формально і в переважній більшості випадків не застосовують сучасних технологій стратегічного менеджменту. У більшості випадків управлінські рішення ухвалюються інтуїтивно, без детального аналізу дії чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, економічного обґрунтування ефективності стратегічних альтернатив і обліку фінансових ризиків [2].

На думку науковців [1] основними напрямками підвищення ефективності стратегічного управління аграрними підприємствами є:

- формування дієвого механізму реалізації стратегічного управління з розробкою системи стратегічного менеджменту на кожному підприємстві. Даний механізм повинен враховувати найбільш ефективне і збалансоване співвідношення всіх компонентів, що дозволяло б з максимальним ефектом і своєчасно реалізовуватися управлінським рішенням;
- розробка на підприємствах системи стратегічного планування яка ґрунтувалася б на принципах індикативного планування, жорсткого контролю і своєчасного коректування діяльності підприємств відповідно до системи економічних індикаторів;
- створення чіткої системи забезпечення управлінською інформацією, що повинна бути закріплена у внутрішньому документообігу з чітким порядком подачі своєчасної, в необхідному об'ємі достовірної інформації.

Як відзначає у своїх вченнях Семенов Г. А. [3], формування вдалої стратегії залежить від постійного аналізу таких елементів підприємства як фінансовий стан організації (визначає, яку стратегію вибере керівництво в майбутньому); виробництво (має велике значення для своєчасної адаптації

внутрішньої структури організації до змін зовнішнього оточення і її виживання в конкурентному середовищі); персонал (реалізує стратегію); організаційна культура та імідж організації (формує конкурентну позицію на ринку).

Стратегічне управління базується на таких передумовах, як чітке визначення досягнення мети в майбутньому; усвідомлення, що основні проблеми криються у зовнішньому середовищі; вміння своєчасно розпізнавати проблеми та оволодіти механізмом їх вирішення або зменшення негативного впливу; прийняття управлінських рішень з урахуванням відповідності між можливостями, які перебувають поза підприємством та його сильними сторонами; налаштування поточного управління на конкретизацію стратегічного управління [4].

Отже з наведеного вище можна зробити наступні висновки. Стратегічні рішення потребують певних знань. Для вибору ефективної стратегії розвитку підприємства, необхідно, володіти технологією стратегічного управління, розуміти принципи побудови стратегії, вміти аналізувати фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства.

Список використаних джерел:

1. Баценко Л.М., Комаров О.Д. Стратегічний план – важливий крок в розробці стратегії розвитку. *Теорія та практика менеджменту: матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. (13 травня 2020 р.) / Відп. ред. проф. Л. Черчик. Луцьк, 2020. С.48-50*
2. Баценко Л.М., Зв'язок між структурою та стратегією розвитку організації. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези II Міжнародної науково-практичної конференції (6-8 листопада 2019 р.). Житомир. 2019. 29-32*
3. Семенов Г .А. *Стратегія розвитку підприємства в сучасних умовах на прикладі КП «НВК «Іскра» (м. Запоріжжя). Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2009. № 2. С. 187-196.*
4. Шпикуляк О. *Ефективність управління аграрним підприємством. Економіка АПК. 2005. № 3. С. 22-28.*

УДК 331.36:331.101.3

Баценко Л.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. професора Михайлової Л.І.,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

Кипенко А.

*магістрант кафедри менеджменту ім. професора Михайлової Л.І.
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови стабілізації та поживлення виробництва характеризуються посиленням конкуренції на ринку товарів та послуг, що зумовлює необхідність підвищення переробними підприємствами своєї конкурентоспроможності.

Досягнення конкурентоспроможності підприємства неможливе без технікотехнологічного оновлення виробництва, без використання прогресивних, високоефективних методів організації виробничих процесів. У той же час, ефект будь-яких змін на підприємстві, чи то впровадження нових технологій, чи прогресивних організаційно-економічних перетворень, може бути досягнутий лише за відповідного підкріплення людськими ресурсами. Люди представляють конкурентне багатство підприємства, яке треба розвивати разом з іншими ресурсами, щоб досягти стратегічних цілей [1]. Таким чином, лише на перетині трьох складових – конкурентоспроможні технології, конкурентоспроможні методи організації виробництва та праці, конкурентоспроможний персонал – можливе досягнення конкурентоспроможності підприємства, що, своєю чергою, є запорукою його ефективної роботи.

Під розвитком персоналу розуміємо напрям соціальних програм підприємства, які проводяться в рамках стратегії, з метою залучення та утримання професійних та кваліфікованих співробітників.

В умовах ринку стає все більш зрозумілим, що продуктивність, мотивація та творчий потенціал персоналу є найважливішими конкурентними перевагами, що багато в чому визначають успіх стратегії, спрямованої на підвищення вартості підприємства та його прибутків [2]. У зв'язку з цим стратегія розвитку персоналу – це особливий набір пріоритетних напрямів інвестування у персонал.

Стратегічний підхід до розвитку персоналу підприємства – полягає у забезпеченні сталої конкурентної переваги підприємства, за допомогою нарощування конкурентоспроможності персоналу та забезпечення гарантії його професійного зростання та розвитку на довгострокову перспективу.

Стратегія розвитку персоналу - це узагальнююча модель дій, спрямована на формування сукупності вимог до персоналу та рівня ефективності його роботи, який необхідний підприємству для досягнення поставлених цілей.

Взаємозв'язок стратегії розвитку персоналу переробного підприємства та його конкурентоспроможності проявляється у наступних випадках:

1. Значні зміни у стратегії. Якщо з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства плануються істотні зміни у процесі виробництва, клієнтської політики чи продажах, може виявитися, що рівень розвитку персоналу не відповідає новим завданням. У такому разі ретельно продумана кадрова стратегія дасть можливість залучити нові ресурси, необхідні для досягнення поставлених цілей підприємства;

2. Велике злиття чи поглинання, спрямоване завоювання ринку України і підвищення конкурентоспроможності переробного підприємства. Угоди щодо впливів та поглинань потребують комплексних рішень, що стосуються великої кількості співробітників. Вони також неможливі без чіткої стратегії узгодженої із завданнями бізнесу;

3. Наявність значних проблем у сфері управління персоналом. Іноді у бізнесі не відбувається важливих змін, але такі проблеми, як високий рівень плинності кадрів, невідпрацьована процедура залучення співробітників з необхідними навичками або дуже низька продуктивність праці, піддають ризику успіх у бізнесі, знижують продуктивність та ефективність праці персоналу та, відповідно, негативно відбиваються на конкурентоспроможності підприємства;

4. Необхідність зайняти лідируючу позицію над ринком. Коли стратегія переробного підприємства спрямована на те, щоб зайняти позицію лідера на ринку або залучити кращих співробітників, стратегія розвитку персоналу відіграє провідну роль.

При розробці стратегії розвитку персоналу підприємства вважаємо наступну послідовність дій:

- аналіз соціально-економічного потенціалу підприємства, виявлення внутрішніх точок генерації можливих конкурентних переваг;
- аналіз ринку продукції та виявлення зон господарювання;
- формування товарно-ринкової, ресурсно-ринкової та інтеграційної стратегії переробного підприємства;
- формування фінансово-інвестиційної стратегії;
- формування соціальної стратегії;
- визначення потенціалу та розробка перспективних вимог до персоналу переробного підприємства (наприклад, корпоративна культура, соціально-психологічний клімат, взаємини співробітника та організації тощо);
- формування стратегії розвитку персоналу переробного підприємства.

Після завершення формування стратегії розвитку персоналу слід розпочати розробку системи управління розвитком персоналу, що включає себе методичне, технічне, інформаційне та організаційне забезпечення, за допомогою якої здійснюється реалізація розробленої стратегії розвитку персоналу переробного підприємства.

Таким чином, розвиток персоналу є безперервним багатоступінчастим процесом, що включає безліч методів і процедур [4]. Стратегічний розвиток персоналу має ґрунтуватися на концепції систематичного навчання та підвищення кваліфікації співробітників підприємства, яка має на увазі безперервне використання різних навчальних методів та методик (від тренінгу

до перепідготовки кадрів) з метою підвищення конкурентоспроможності персоналу за допомогою зростання освітнього, професійного та кваліфікаційного рівня працівників переробного підприємства [3].

Список використаних джерел:

1. Баценко Л. М. Конкурентоспроможність працівника та стратегії її підвищення. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент*: Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (12-13 лютого 2020 р.): у 2 ч. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. Ч.2. С.58-60
2. Баценко Л.М., Р.В.Галенін Шляхи вдосконалення управління персоналом. *Економічні читання*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2021. С.171-174.
3. Баценко Л.М., Шевченко М.А. Система навчання персоналу як чинник конкурентоспроможності підприємства. *Економічні читання*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2021. С.174-176
4. Турчіна С.Г., Дашутіна Л.О., Баценко Л.М. Управління розвитком персоналу сільськогосподарських підприємств в умовах конкурентного середовища. *«Наукові інновації та передові технології»* (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал. 2022. № 1(3) 2022. С. 195-204

УДК 331.1:658

*Баценко Л.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. професора Михайлової Л.І.,
Панаріна М.
магістрант кафедри менеджменту ім. професора Михайлової Л.І.,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

УПРАВЛІННЯ В ТОРГІВЕЛЬНО-ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Торгівельно-транспортні підприємства сприяють забрудненню навколишнього середовища в зв'язку з надання послуг своїм клієнтам.

Сталий розвиток – це розвиток, який задовольняє потреби сучасності та компрометація здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [4]. Є три істотних аспекти сталого розвитку: економічні, екологічні та соціальні [1]. Сталий розвиток — це нормативна концепція про те, як і як люди повинні діяти по відношенню до природи. Люди несуть відповідальність один за одного та майбутні покоління [2].

Є кілька проблем для сталого розвитку, серед них: впровадження стандартів охорони навколишнього середовища; людський розвиток; сприяння освіти; ефективність розподілу ресурсів; методології та показники сталого розвитку; використання додаткових показників для оцінювання; показники для вимірювання споживання ресурсів; баланс між опорами стійкості; показники динамічної стійкості [5];

Одним із входів торгівельно-транспортних підприємств є людський капітал. Успішна робота кожного підприємства значною мірою визначається здібностями людей, які в ньому працюють [6]. Для торгівельно-транспортних підприємств, щоб бути в змозі забезпечити свою конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на світовому ринку, необхідно усвідомлювати цінність і значимість людини в процесі праці. На думку Accounting for People Task Force [3], управління людським капіталом являє собою стратегічний підхід до управління людьми, який зосереджений на критичних питаннях успіху організації. Цей підхід передбачає, що люди знаходяться на високому стратегічному рівні прийняття рішень. Він складається з систематичного аналізу, вимірювання та оцінки того, як люди створюють цінність та вартість.

Концепція управління людським капіталом підкреслює поточні знання людини, їх важливість і застосовність для підприємства, а також його системний розвиток і зміцнення. Вона також являє собою здатність використовувати потенціал людей для повсякденної роботи, а також для вдосконалення якості та інновацій. Він охоплює процедури та методи управління людей і турботу про їхній розвиток. Управління людським капіталом впливає на всіх власників людського капіталу, отже, на всіх працівників, на їх поведінку та продуктивність праці.

Торгівельно-транспортні підприємства в процесі своєї діяльності створюють викиди, чим і сприяють забрудненню навколишнього середовища. З

цієї причини вимога стійкості має бути закріплена також у концепції управління людським капіталом підприємств у сфері торгівлі та транспорту.

Управління людським капіталом являє собою застосування інструментів для вимірювання ефективності використання та ефективності інвестицій у людський капітал.

У контексті сталого розвитку навколишнього середовища на торгівельно-транспортному підприємстві цілі управління людським капіталом через двокомпонентний підхід до реалізації управління людським капіталом можуть бути наступними: впровадження освіти працівників щодо зниження рівня нещасних випадків та сталого розвитку; розробка та застосування метрики ефективного використання людського капіталу з врахуванням вимоги підвищення ефективності, продуктивності та стійкості.

Управління людським капіталом являє собою підхід, за допомогою якого людей бачать на підприємстві як нематеріальні активи, які створюють частину вартості підприємства, а не як статтю витрат. Реалізувати концепцію управління людським капіталом у зв'язку з вимогою стійкості у практиці конкретного торгівельно-транспортного підприємства необхідно через коригування показників ефективності під конкретні умови бізнесу та в контексті конкретної корпоративної стратегії. Впровадження, моніторинг та звітність у сфері управління людським капіталом можуть сприяти підвищенню ефективності управління підприємства. Ці показники повинні бути здатними спрямовувати турботу про людський капітал на підвищення індивідуальної та колективної продуктивності а також конкурентоспроможності, враховуючи вимогу стійкості.

Список використаних джерел:

1. Harris, J.M. Sustainability and Sustainable Development. Internet Encyclopaedia of Ecological Economics. 2003. Available: <http://isecoeco.org/pdf/susdev.pdf>
2. Ayres, R.U. Sustainability economics: Where do we stand? *Ecol. Econ.* 2008. 67. P. 281–310.
3. Accounting for People Task Force. Available: <http://www.sml.hw.ac.uk/documents/dp2006-af02.pdf>
4. Batsenko L. Corporative social responsibility in the focus of sustainable development of integrated structure. Sustainable development policy: EU countries experience / Edited by N.V. Stoyanets. Warsaw: RS Global Sp. z O. O., 2022. P. 15-27. DOI: 10.31435/rsglobal/049
5. Sartori, S. Latrônico da Silva, F. De Souza Campos, L.M. Sustainability and Sustainable Development: A Taxonomy in the Field of Literature. *Ambient. Soc.* 2014. 17. Available: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-753X2014000100002&script=sci_arttext&tlng=en
6. Баценко Л.М., Шевченко М.А. Ключові показники ефективності управління персоналом. Наукові Записки Львівського Університету Бізнесу Та Права. Серія Економічна. Серія Юридична. 2021. 28. С.251–257. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5547583>

УДК 658.8 (075)

Болюх І.

студентка гр. БЕМ-920д,

Кобелева Т.

д.е.н, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,

Перерва П.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

і міжнародних економічних відносин,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ

Для будь-якого бізнесу вміння стратегічно підходити для його розвитку є критично важливим. Маркетологам та підприємцям не варто забувати про стратегічний маркетинг. Власники бізнесу найчастіше ігнорують це поняття, вважаючи, що воно є релевантним тільки для великих компаній, але насправді ситуація протилежна. Стратегічний маркетинг допомагає компаніям сформувати шлях для отримання максимального прибутку з огляду на бажання споживачів.

Стратегічний маркетинг - це процес збору інформації та планування чіткого курсу та єдиної мети для всіх маркетингових заходів компанії на тривалий термін. А це, у свою чергу, дозволяє досягати вибраних бізнес-цілей та створювати продукти з високою споживчою цінністю. Зосереджуючись на своїх сильних сторонах та враховуючи потреби аудиторії, бізнес надає якісніші послуги та дає своїм клієнтам велику цінність, вигідно виділяючись серед конкурентів.

Стратегічний маркетинг визначений як управлінська функція, відповідальна за виявлення, передбачення та задоволення потреб споживачів та отримання підприємством прибутку. Таким чином, стратегічний маркетинг – це одночасно філософія та набір методів, які вирішують такі питання, як дослідження, дизайн та розробка продукту, ціноутворення, упаковка, продаж та стимулювання збуту, реклама, зв'язки з громадськістю, дистрибуція та післяпродажне обслуговування. Ці види діяльності визначають широке охоплення маркетингу, і їх збалансована інтеграція в рамках маркетингового плану відомі як комплекс маркетингу. клієнтам, тим самим розвиваючи довгострокові відносини із ними. Це визначення чітко визначає цілі маркетингу та те, як має оцінюватися його ефективність.

Специфічний внесок маркетингу в організацію полягає у формулюванні стратегій вибору правильного клієнта, вибудовуванні з ним довірчих відносин та створенні конкурентної переваги [1-5]. Мається на увазі, що під стратегічним маркетингом розуміється необхідність розробки стратегії, що дозволяє впоратися з конкурентами, виявити ринкові можливості, розробити та комерціалізувати нові продукти та послуги, розподілити ресурси між

маркетинговими заходами та розробити відповідну організаційну структуру, що забезпечує досягнення бажаних результатів діяльності. Існує дві протилежні погляди на розуміння сутності стратегії.

Перша – пов'язана з досягненням кінцевого результату у тривалій перспективі та подальшому визначенні тактики його досягнення, що визначає план дій. Цей підхід уражає стратегічного планування в централізованій економіці. З цих позицій стратегія це довгострокове планування для досягнення поставленої певної мети.

Інша думка на сутність стратегії пов'язані з довгостроковим менеджментом організації, спрямованим її розвиток у сфері взаємовідносин, які впливають досягнення цілей. Відмінною особливістю цієї точки зору є динамічність, гнучкість за умов стохастичності навколишнього середовища. Немає єдиної стратегії, яка була б успішною для всіх організацій у всіх ситуаціях. При стратегічному підході до маркетингу необхідно враховувати безліч факторів: - ступінь різноманітності продуктів і географічного охоплення в організації, - кількість сегментів ринку, що обслуговуються, - використовувані маркетингові канали, - роль бренду, - рівень маркетингових зусиль, - роль якості. Також необхідно враховувати підхід організації до розробки нового продукту, зокрема, її становище як технологічного лідера чи послідовника, ступінь інновацій, вартісну позицію та цінову політику організації, а також її ставлення до клієнтів, конкурентів, постачальників та партнерів [3].

Таким чином, завдання стратегічного маркетингу полягає в тому, щоб керувати складністю маркетингу, очікуваннями клієнтів і зацікавлених сторін і узгоджувати вплив середовища, що змінюється в контексті набору ресурсних можливостей. Необхідно також створювати стратегічні можливості та керувати супутніми змінами, необхідними всередині організації. У цьому світі маркетингу організації прагнуть максимізувати прибуток для акціонерів шляхом створення конкурентної переваги у виявленні, наданні, комунікації та наданні цінності клієнтам у широкому розумінні, а також у процесі розвитку довгострокових взаємно задовольняючих відносин із цими клієнтами. Стратегічний підхід до маркетингу спрямований на те, щоб визначити способи надання переваг найбільш прибутковим сегментам, не завдаючи шкоди відносинам з окремими клієнтами.

Стратегічний маркетинговий підхід відбиває комплексний підхід, заснований на дослідженнях та зворотному зв'язку. Потреби клієнтів спочатку оцінюються за допомогою маркетингових досліджень, розробляються комплексні маркетингові зусилля для задоволення потреб клієнтів, щоб організація досягла своїх цілей, особливо ті, які торкаються акціонерів. Це орієнтація на клієнта, яка дуже різко контрастує з вузькою орієнтацією на конкурентів, що ґрунтується на продажах, в якій організація, використовуючи слабкі сторони вразливих конкурентів або усуваючи свої власні конкурентні слабкості, намагається отримати високі продажі та довгостроковий прибуток.

Отже, забезпечення конкурентних переваг підприємств за умов стохастичності економічних процесів визначається застосування методів стратегічного маркетингу, як ефективного методу стратегічного управління

підприємством. Маркетинг - це філософія, яка веде до процесу, за допомогою якого організації, групи та окремі люди отримують те, що їм потрібно і чого вони хочуть, визначаючи цінність, надаючи її, повідомляючи про неї та доставляючи її іншим. Маркетинг стратегічно пов'язаний із напрямом та масштабом довгострокової діяльності, що здійснюється організацією для отримання конкурентної переваги. Організація застосовує свої ресурси в середовищі, що змінюється, для задоволення потреб клієнтів і задоволення очікувань зацікавлених сторін.

Значення стратегічного маркетингу переоцінити складно. Адже це найважливіша складова розвитку бізнесу, який прагне зростання та збільшення прибутковості. Будь-яка компанія, незалежно від її розміру, має працювати над своєю стратегією, щоб підвищити конкурентоспроможність та запропонувати користувачам життєздатний продукт, здатний зайняти своє місце на ринку. Після початку використання концепції стратегічного маркетингу важливо проаналізувати процеси та отримані результати, зробити необхідні коригування. Ринок постійно розвивається, з'являються нові тенденції, змінюються інтереси споживачів, тому необхідно тримати руку на пульсі та регулярно стежити за ситуацією, коригуючи плани та стратегії.

Список використаних джерел:

1. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки.* Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
2. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal.* Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
3. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
4. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва.* Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>
5. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>

УДК 330.131.7:637.1

*Бондар А.
магістрант спеціальності «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник: Бричко А. кандидат економічних наук, доцент кафедри
публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

МІНІМІЗАЦІЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС УХВАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Будь-яке, навіть найрозумніше рішення в процесі діяльності підприємства пов'язане з ризиком - ризиком втрати капіталу, ризиком виробництва непривабливої продукції, яка не задовольнить споживача за якістю і ціною, ризиком незадоволення потреб працівників компанії за рівнем зарплати або за рівнем продуктивності праці працівників тощо.

З економічної точки зору слово «ризик» в основному означає втрати та збитки, можливість заподіяння шкоди майновим правам компанії («моральна шкода») пов'язана з певною невизначеністю.

Для зниження рівня невизначеності та ризику відомі такі групи методів [1]:

1) технічні методи, засновані на реалізації різноманітних технологічних заходів, наприклад, систем протипожежного захисту, електронних банківських платежів тощо; 2) такі правові способи, як страхування, борг, неустойка (штраф, пеня), гарантія тощо; 3) організаційно-економічні методи, що включають комплекс заходів, спрямованих на запобігання втрат від ризиків у несприятливих ситуаціях, а також на їх відшкодування у разі виникнення збитків.

Менеджери підприємств можуть розширювати свої знання, досліджуючи, збираючи, контролюючи та обробляючи важливі дані. Це можуть бути наукові маркетингові дослідження тощо. Використовуючи отриману інформацію, особа, яка приймає рішення, зможе проаналізувати перспективи компанії відповідно до науково-виробничих можливостей, а також використовувати інформацію, що визначає позицію на ринку. Зазвичай такий спосіб зниження рівня ризику пов'язаний з високою вартістю фінансових ресурсів, які слід залишити для інших видів використання.

Теорія прийняття рішень в умовах ризику і невизначеності ґрунтується на таких вихідних положеннях.

1. Чітко визначений об'єкт прийняття рішення та відомі основні фактори ризику, які можуть на нього вплинути. З точки зору фінансового менеджменту такими суб'єктами є: окремі фінансові види діяльності, окремі види цінних паперів, групи унікальних інвестиційних проектів.

2. Виберіть показник, який найкраще описує вплив цього рішення щодо об'єкта прийняття рішення. Для короткострокової фінансової діяльності цим показником є сума або рівень реального прибутку, а в довгостроковій перспективі - знижений дохід або внутрішня норма прибутку.

3. Для об'єкта прийняття рішення вибрати показник, який визначає рівень його ризику. Фінансовий ризик зазвичай визначається як ймовірність відхилення від середнього або очікуваного значення очікуваного показника ефективності (чистого прибутку, чистого приведенного доходу та інше).

4. Визначення кількості можливостей прийняття рішення (кількість альтернативних інвестиційних проєктів, методів проведення спеціальних фінансових операцій).

5. Визначити можливий розвиток події під впливом зміни факторів ризику. З точки зору фінансового менеджменту кожна з цих умов визначає одну з можливих умов у зовнішньому фінансовому середовищі під впливом зміни факторів ризику. Кількість таких ситуацій у процесі прийняття рішень має визначатися в діапазоні від дуже хороших (оптимістичних) до дуже поганих (песимістичних).

6. Для кожної можливої комбінації прийняття рішення та стану розвитку події може бути визначений кінцевий показник результату прийняття рішення (певне значення суми реального прибутку та приведенного доходу за цією комбінацією).

7. Для кожного аналізованого стану розглядається можлива чи неможлива оцінка вірогідності діагнозу. Оцінка ймовірності розбиває систему прийняття рішень щодо ризику на попередні прийняті рішення та їх обґрунтованість («ризик» або «невизначеність»).

8. Виберіть найкраще рішення серед розглянутих варіантів.

Важливим етапом прийняття управлінських рішень є аналіз динаміки індексу цін на продукцію виробництва та його порівняння з динамікою індексу цін на необхідні для виробництва ресурси. Це має певні економічні наслідки. Подорожчання промислових товарів не призводить до істотного скорочення їх споживання, що спричиняє викликнення інфляції. Тому важливо враховувати процес інфляції в процесі прийняття рішень щодо окремих видів продукції. Мета диверсифікації полягає в тому, щоб знайти найкращу комбінацію заходів для мінімізації впливу ризиків. При визначенні основних параметрів виробництва важливо враховувати вплив здатності виробничої системи реагувати на зміни в економічному середовищі. Оскільки він є найбільш гнучким елементом будь-якої економічної системи, такої гнучкості та адаптивності можна досягти шляхом придбання багатofункціональних основних фондів та підтримки стабільного рівня грошових потоків на рахунку суб'єкта обліку.

Таким чином, немає єдиного алгоритму управління ризиками. Задля підвищення якості прийняття рішень, слід бути пильними при ідентифікації ризикованої ситуації, розуміти тонкощі поведінки керованого індивіда, вчасно виявляти фактори, що є загрозовими і виходячи з цього розробляти систему управління ними.

Список використаних джерел:

1. Кабаченко Д.В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику. Економічний вісник. 2017. № 2. С. 107–115.

УДК 342.9

*Бричко А.
к.е.н., доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ КОНСАЛТИНГУ В ДОСЯГНЕННІ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ БІЗНЕСУ

Кожна компанія та бізнес намагаються розвиватися та завоювати місце на ринку. Але, на жаль, це пов'язано з великими інвестиціями та особистими зусиллями, особливо в економіці країни. Щоб не відставати та стати конкурентоспроможною організацією, ви повинні постійно змінювати та модифікувати свої стратегії.

В результаті поділу праці в суспільстві консалтинг став окремою галуззю. Історичний розвиток дорадчих служб був зумовлений поступовими змінами спільного консультування (природна взаємодія між людьми через обмін досвідом) як специфічної професії. Тенденція до прискорення ділової активності призвела до неможливості продовження змін на ринку та інновацій у поведінці конкурентів, клієнтів і партнерів у бізнес-середовищі. [1].

Компанія пропонує поради, якщо у вас є певні проблеми у веденні бізнесу. Менеджери часто приймають рішення про розширення бізнесу, тому важливо негайно збільшити кількість фахівців. Але навіть якщо ви наймете їх, вам доведеться витратити місяці на їхнє навчання, відстеження їх ефективність, а потім дати їм серію складних завдань. А часу у зростаючої компанії не так багато. Консалтингові компанії — компанії, які спеціалізуються на наданні консалтингових послуг. Всі співробітники можуть працювати з різними інструментами одночасно.

Чому необхідно здійснювати консультацію для фінансової безпеки компанії? Керівники підприємств часто ігнорують подібні проблеми, і існує думка, що не завжди потрібно залучати сторонніх осіб до питань безпеки. Слід зазначити, що виклик фахівця дає змогу ефективно ідентифікувати можливі та реальні загрози, запобігти їм, зменшити їх вплив та розробити план ліквідації їх наслідків.

Успіх і невдача компанії, по суті, є успіхом і невдачею менеджменту. Якщо компанія працює погано і без прибутку, її новий власник змінює не персонал, а керівництво. Як таке управління розуміється як спільна організація праці. Робота компанії повинна бути організована відповідно до потреб працівників і мати можливість стимулювати їх роботу та підвищувати ефективність. Кожне прийняте рішення повинно відображати фінансову ефективність компанії в довгостроковій перспективі. Фальшивкою слід вважати лише те, що зараз і в майбутньому приносить позитивний результат і загрожує присутності бізнесу в різний час. Найважливішим менеджментом є забезпечення життя компанії на ринку. У зв'язку з цим в його творчості дуже важливі далекі плани.

У зв'язку з сучасними змінами в бізнесі ІТ-галузь набуває особливого значення. Тому консультації у сфері інформаційних технологій та інформаційних послуг, розробки та впровадження сучасних інформаційних систем є дуже важливими для компанії. Консалтингові компанії надають консультаційні послуги, досліджують використання існуючих і нових інформаційних технологій, аналізують тенденції їх розвитку та пропонують алгоритми впровадження, що враховують реалії діяльності компанії. За інформацією [2] також виконує комплексні аналітичні дослідження комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, засобів зв'язку та радіозв'язку, надає інформацію про конкуренцію продукції та розробників, організовує та проводить навчання співробітників замовника. З точки зору інформаційних технологій, а також ефективності їх використання у виробництві та послугах, ми допомагаємо клієнтам вибрати найбільш реалістичні та найефективніші стратегії в інформаційних технологіях. Відповідно до договору з компанією-замовником консалтингова компанія бере участь у проектуванні та створенні інформаційних систем підприємства, створює апаратне забезпечення, інтегрує програмні продукти, впроваджує, запускає, підтримує та супроводжує такі системи. Ключем до діяльності компанії є формування маркетингової політики та вирішення проблем, пов'язаних зі створенням і підтримкою корпоративного іміджу. Умови конкуренції зростають, і важливо враховувати бажання та потреби покупців і споживачів товарів і послуг. Важливо розрахувати очікування щодо продукту чи іншого виду діяльності.

З метою досягнення найвищої ефективності бізнесу та рівня стабільності фінансової безпеки визначено основні критерії даної управлінської діяльності та прочитано основу концепції консультативної діяльності, що дало змогу проаналізувати аспекти її реалізації. Представлено виклики, з якими стикаються компанії, коли вони залучають бізнес-консультантів, виклики, пов'язані з консалтинговими фірмами в умовах жорсткої ринкової конкуренції та перспективи вільного промислового розвитку під час аналізу локалізації всього бізнес-процесу. Ринок консалтингових послуг регулярно зростає з кожним роком, що створює додаткові можливості для розвитку даного бізнесу в Україні. Додатковими дослідницькими очікуваннями є науково-практичні дослідження консультативної діяльності на основі впливу макро- та мікросередовища для місцевого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Кулапина Г. М., Маркова О. В. Консалтинг как фактор развития малого бизнеса. Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2010. № 1. С. 161–163.
2. Бондарчук Л. В. Особливості технологічної системи управлінського консультування. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 35. С. 144–148.

УДК 331.1

Бурик К.

аспірант спеціальності «Менеджмент»,

Науковий керівник: Бричко А. кандидат економічних наук, доцент кафедри

публічного управління та адміністрування,

Сумський національний аграрний університет, м. Суми

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Зранку 24 лютого 2022 року Україна почала жити в новому, несподіваному для всіх стані - воєнному, який несе у собі велику загрозу для людства, але не меншу для компаній та підприємців. З дня оголошення Президентом воєнного стану Торгово-промислова палата України підтвердила, що ці умови, починаючи з 24 лютого 2022 року і до офіційної дати закінчення, є винятковими та невідворотними, тобто форс-мажорними. І в таких умовах зараз живе і працює Україна. Одні переїхали у безпечніші місця, інші залишили Україну та виїхали за кордон, але багато компаній та підприємств не припинили свою діяльність. Так, вони зменшили свої розміри та потужності, але все ще відіграють важливу роль для України, продовжують працювати, щоб забезпечити життєдіяльність своєї держави.

За даними уряду, втрати України від повномасштабної війни проти Росії перевищують трильйон доларів. За словами прем'єр-міністра України Шмигала це інфраструктурні втрати: руйнування мостів, доріг, житла, будівель, споруд, на кінець березня близько \$270 млрд. Друга складова – втрати української економіки через падіння валового внутрішнього продукту (ВВП). За поточними оцінками, ця сума становить понад 290 мільярдів доларів. Третя складова розрахунків – втрати через зменшення ВВП у майбутньому. Наша країна зазнає військових втрат і жахливих втрат мирного населення. У регіонах, де ведуться бойові дії, більшість бізнес-структур не функціонують; на решті території бізнес також зазнав значних збитків. Відбувся відтік іноземних інвестицій з національної економіки. Поки що експорт сільськогосподарської продукції скоротився. Україна є однією з ключових держав-постачальників продовольства на світовий ринок. Країна-агресор перекрила ключові експортні шляхи України – морські порти. Щоб забезпечити внутрішній ринок продовольством під час воєнного стану, Уряд заборонив експорт ряду сільськогосподарських продуктів, зокрема овес, просо, гречку, цукор, сіль, жито, худобу, м'ясо та субпродукти. Все це, звичайно, матиме негативний вплив на економічну ситуацію та призведе до скорочення валового внутрішнього продукту України та, однозначно, призведе до серйозних проблем із забезпеченням продовольчими ресурсами багатьох країн світу. Тому перед сільськогосподарськими підприємствами постало складне завдання переорієнтувати свій бізнес, з одного боку, відповідно до потреб держави та вимог воєнного стану, з іншого – забезпечити ефективну роботу в складних

умовах. Більше того, Сучасні аграрні підприємства будь-якої форми власності працюють в умовах дуже динамічних змін зовнішнього середовища, які вимагають відповідного реагування. І техніка, і технології аграрного виробництва розвиваються так, що роль людини як основної продуктивної сили відходить на другий план, а використання сучасних технологій стає умовою високопродуктивного виробництва.

Ефективність управлінських рішень – це якість управлінського інформаційного забезпечення, основою якого є облікова інформація[1]. Метою дослідження є розробка науково-обґрунтованих рекомендацій сільськогосподарським підприємствам щодо управління персоналом на підприємстві в період воєнного стану.

Завдання аграрного сектору під час війни — забезпечити продовольством збройні сили і громадян України, створити надійну базу і гарантувати перемогу України. Сьогодні аграрний сектор становить продовольчу безпеку країни, а економічна безпека залежить від його стабільного функціонування та збереження незалежності країни.

Управління ефективністю персоналу на сільськогосподарських підприємствах в умовах війни може бути складним завданням через різні фактори, такі як незахищеність, нестабільність та збої в ланцюгу поставок. Суть управління персоналом в умовах війни полягає в забезпеченні безпеки співробітників, підтримці продуктивності та підтримці громади. Нижче наведено деякі фактори, які можуть впливати на управління ефективністю роботи персоналу сільськогосподарських підприємств в умовах війни (Рисунок 1). Розглянемо кожен з них детальніше.



Рис. 1 – Фактори, що впливають на управління ефективністю роботи персоналу в умовах війни

Безпека. Безпека працівників є надзвичайно важливим фактором під час війни. Сільськогосподарські підприємства повинні забезпечити безпечне робоче середовище для своїх працівників і впровадити заходи безпеки, щоб захистити їх від шкоди.

Навчання та розвиток. Постійне навчання та розвиток співробітників стають ще більш критичними під час війни. Але в той же час дана можливість дозволить співробітникам адаптуватися до мінливих умов і отримати нові навички, необхідні для роботи.

Комунікація. Чітка та ефективна комунікація має вирішальне значення під час війни. Сільськогосподарські підприємства повинні інформувати своїх працівників про будь-які зміни в роботі, заходах безпеки та політиці компанії.

Мотивація. Мотивація співробітників під час війни може бути складною через невизначеність і напруженість ситуації. Сільськогосподарські підприємства повинні надавати своїм працівникам емоційну підтримку, заохочення та винагороди, щоб підтримувати їх мотивацію та залученість.

Управління ресурсами. Управління такими ресурсами, як запаси, обладнання та інфраструктура, стає ще більш критичним під час війни. Сільськогосподарським підприємствам необхідно переконатися, що вони мають адекватні запаси та обладнання для підтримки продуктивності та можуть швидко адаптуватися до будь-яких змін у ланцюжку постачання.

Підтримка громади. Надання підтримки громаді є важливим під час війни. Сільськогосподарські підприємства можуть підтримати громаду, забезпечуючи продуктами харчування та іншими основними товарами, створюючи робочі місця та сприяючи розвитку місцевої економіки.

Лідерство. Ефективне лідерство має вирішальне значення під час війни. Лідери повинні вміти направляти і надихати своїх співробітників на досягнення цілей організації, адаптуватися до мінливих умов і швидко приймати рішення [2].

Таким чином, управління ефективністю персоналу на сільськогосподарських підприємствах в умовах війни вимагає поєднання таких факторів, як безпека, навчання та розвиток, комунікація, мотивація, управління ресурсами, підтримка громади та лідерство. Ефективно керуючи цими факторами, сільськогосподарські підприємства можуть підтримувати продуктивність, забезпечувати безпеку своїх працівників та надавати підтримку громаді.

Список використаних джерел:

1. Пищуліна О., Маркевич К. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації // Аналітична записка. К. 2022 р. 21 с. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2022/07/18/2022-ANALIT-ZAPIS-PISHULINA-2.pdf>
2. Менеджмент і безпека в умовах війни: теоретичні та прикладні аспекти: матеріали-науково-практичної інтернетконференції (м. Львів, 13 травня 2022 року) / упоряд. В.С. Бліхар. Львів : ЛьвДУВС, 2022. 349 с.

УДК 934

*Висоцька А.
здобувачка вищої освіти,
Науковий керівник: Захаркевич Н.
к. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький*

МЕТОД КОМПЕНСАЦІЇ ЯК ОДИН З ДІЄВИХ СПОСОБІВ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

У сучасному світі усі підприємці, майже без виключень, стикаються з різноманітними ризиками у власній діяльності, що насамперед зумовлено впливом внутрішніх та зовнішніх ризиків. Ризик є невід'ємним атрибутом ринкових економічних відносин, виступаючи платою за економічну свободу, яку мають суб'єкти господарювання. Адже вони певною мірою володіють унікальним, але в той же час обмеженим набором ресурсів – фінансових, виробничих, трудових. Водночас, більшість рішень відносно успішного функціонування організації й управління бізнесом приймається в умовах невизначеності, яку підприємство прагне подолати, з метою скорочення рівня втрат, спричинених ризиком.

Тому теорією і практикою напрацьований ряд методів управління ризиками на підприємстві, які відрізняються один від одного сферою регулювання, основними функціями та темпами реалізації. У свою чергу, найбільшу класифікаційну групу методів усунення ризиків становлять ті, що формуються відповідно до сфери виникнення самих ризиків в організації [1, с.40]. Кожен з цих методів займає надзвичайно важливе місце в управлінні ризиками організації в цілому, тому цей процес може бути ефективним лише за умови комплексного використання сукупності методичних підходів.

Зокрема, саме на основі результатів проведеного детального аналізу організації, керівництво може розробити власну оригінальну методику управління конкретними ризиками. Адже з метою обрання необхідних методів щодо запобігання небажаному розвитку подій або компенсації їхніх негативних наслідків, варто формувати власний інструментарій нейтралізації для найповнішої компенсації можливої шкоди [2, с.55].

Тому одним, з сучасних методів управління ризиками є метод компенсації, який передбачає конкретний напрямок боротьби з різноманітними загрозливими ситуаціями, за рахунок впровадження комплексу інструментів мінімізації зовнішніх та внутрішніх ризиків. Зокрема, цей метод відносять до групи попереджувальних (застережних) методів управління, насамперед, у зв'язку із характером його впливу. Варто зазначити, що цей метод спрямований на запобігання можливим ризикам організації, за допомогою періодичного дослідження усіх факторів впливу на ризикові події.

Загалом, метод компенсації є багатоаспектним, одним з важливих його елементів виступає прогнозування зовнішньої економічної обстановки, головний зміст якої полягає у періодичній розробці прогнозу функціонування організації на ринку, включаючи можливість збільшення обсягу наданих послуг чи товарів на ринку [3, с.65]. Водночас, до складових методу компенсації належить процес активного цілеспрямованого маркетингу, який насамперед спрямований на використання необхідних інструментів для збільшення попиту на товар підприємства.

Слід зазначити, що з метою ефективного використання цього методу в організації, обов'язковою умовою виступає постійний моніторинг зовнішнього середовища, особливо враховуючи військовий стан в країні. Адже метод компенсації повинен розглядатися комплексно, включаючи аналіз ринку, модернізацію технологій, створення комфортних умов для працівників та зростання продуктивності організації в цілому. У широкому розумінні, моніторинг виступає складовою частиною систем реалізації безпечного функціонування будь-яких організацій, структур, підприємств, організацій тощо [4].

Сучасні реалії вимагають від керівників більш детального аналізу майбутніх ризиків організації та розробки методики боротьби з ними, з метою максимальної їх нейтралізації. Водночас, залежно від масштабу організації чи підприємства необхідно запровадити відповідне стратегічне планування, яке безумовно допоможе визначити конкретні цілі, завдання та перспективи функціонування підприємства в цілому. Крім цього, управління ризиками стане значно ефективнішим та простішим у реалізації, за умови застосування відповідної стратегії в організації. Водночас, метод компенсації допоможе повноцінно розглянути ситуацію на ринку та в межах організації, використовуючи різноманітні інструменти моніторингу та аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [5, с.37].

Як висновок, слід зауважити, що метод компенсації досить трудомісткий, адже він насамперед вимагає великої попередньої аналітичної роботи, від якої залежить рівень результативності цього методу. Окрім цього, метод компенсації містить багато складових, які працюють у взаємодії, забезпечуючи необхідний процес управління ризиками в організації. Тому за умови застосування методу компенсації під час управління ризиками, необхідно враховувати насамперед усі резерви організації, які нададуть можливість провести більш якісний моніторинг усіх внутрішніх та зовнішніх чинників організації. Крім цього, важливою умовою ефективного управління ризиками в організації необхідно використовувати декілька методів одночасно, з метою максимального зниження можливих ризиків.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Ноджак Л.С., Петришин Н.Я., Логвиненко Ю.Л. Основи бюджетування зовнішньоекономічної діяльності організації: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 216 с.
2. Подольчак Н.Ю. Проблеми оцінювання та регулювання соціально-економічної ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 340 с.
3. Управління ризиками у підприємстві: навчальний посібник; укладач Кармінська-Белоброва Є.М., Ігнатова М.В. Харків: «Слово», 2014. 169 с.
4. Гуменюк В.Я., Міщук Г.Ю., Олійник О. О. Управління ризиками : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне : НУВГП, 2010. 158 с.
5. Кравченко В.А. Стан управління підприємницькими ризиками: українська специфіка. Проблеми системного підходу в економіці. 2007. № 3.

УДК 005.41:658.112.2

*Вихор М.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Гринчук К.
магістр,
Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква*

ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглядаючи питання еволюції підходів до управління підприємством необхідно зазначити, що вони орієнтовані більшою мірою на зростаючий рівень нестабільності зовнішнього середовища, ніж на вирішення питання передбачуваності майбутнього. Загальноприйнята класифікація підходів до управління підприємством включає в себе чотири системи: управління, яке базується на контролі виконання або бюджетування (із 1900 р.); управління на основі екстраполяції, або довгострокове планування, коли темп зміни у зовнішньому середовищі підприємства прискорюється, але майбутнє ще можна спрогнозувати на основі тенденцій минулого (із 1950 р.); управління на основі передбачення змін, або стратегічне планування, де ще більше прискорюється темп зміни зовнішнього середовища, однак передбачити безпеки й загрози його можливо із включенням до стратегічного плану розвитку підприємства (1970 р.); управління на основі гнучких екстрених рішень, або стратегічне управління, коли численні важливі завдання виникають дуже стрімко, тому їх неможливо вчасно передбачити (із 1900 р.). Як термін стратегічне управління виникло в 60-70-ті роки ХХ ст. в результаті подальшого розвитку систем управління, пов'язаних зі змінами проблем та умов виробництва, а із 90-х років його інструменти підприємства поступово починають застосовувати у своїй практичній діяльності. Використання лише довгострокового планування, яке передбачає подовження історично сформованих тенденцій розвитку підприємства на майбутній період та спирається на принципи екстраполяції, уже не відповідало змінам у ринковому середовищі. Перехід від довгострокового до стратегічного планування став життєво необхідним для багатьох підприємств, які функціонують у ринковому середовищі, а також на міжнародних ринках та в умовах глобалізації. Трансформації, які відбуваються як у світовій економічній системі, так і в економіці окремих країн, спонукали до зміщення уваги вищої ланки менеджменту підприємства до зовнішнього середовища з метою своєчасного й відповідного реагування на зміни, що в ньому відбуваються.

Класик сучасного стратегічного управління – Р. Акофф, розглядав феномен будь-якої організації як триєдину сутність: перша – підприємство уявляється як машина, функцією яких є обслуговування її творців, забезпечення їх адекватною віддачею на витрачені час і кошти; друга – як підприємство – це організм, а підрозділи його, як важливі органи організму, пов'язані між собою та виконують певні функції, основними цілями, як у будь-якого організму, є

виживання та ріст; підприємство – як організація, яка є ціленаправленою системою, частиною однієї або більше ціленаправлених систем, частинами, якої є люди, що мають власні цілі [1].

Зазначимо, що авторський підхід до розгляду об'єкта стратегічного управління бізнес-організації спирається на вищевикладений підхід Р. Акоффа та полягає в сприйнятті фірми у триєдиному нерозривному вигляді як економічної одиниці, системи процесів та організації людей. Такий вибір автора дисертаційного дослідження визначається необхідністю, з одного боку, багатоаспектного розгляду цього поняття, а з іншого – виділення напрямів його аналізу й оцінки.

Одним із перших на важливість обґрунтованих стратегічних рішень керівництва компанії як економічного інституту наголошував П. Друкер у праці «Практика менеджменту», опублікованій в 1954 р.[2]. У подальшому автор займався розробкою теорії стратегічного планування та визначив його як неперервний процес прийняття рішень, які супроводжується високим рівнем ризику із максимальним розумінням його можливого впливу в майбутньому [3]. При цьому дослідник виділив і ряд рис, за якими було б помилково характеризувати стратегічне планування, яке він уявляв як процес аналізу, а послідовне використання попередньо заготовлених прийомів і методик. Він підкреслював, що будь-які рішення повинні прийматися менеджментом на сьогодні із розрахунком на максимальну ефективність цього рішення за невідомих обставин завтрашнього дня. Обґрунтовував, що стратегічне планування не має за мету усунути можливі ризики або спрогнозувати можливий розвиток подій.

Ще одним провідним науковцем у питаннях стратегічного менеджменту вважають А. Чандлера, дослідження якого були направлені на розуміння стратегії, росту та структури великих промислових підприємств. Щодо визначення предмета дослідження стратегічного управління як наукового напрямку, то у фаховій літературі викладено різні підходи, що мають певні відмінності. Прийнято стверджувати, що одним із перших науковців, який запропонував наукове розуміння стратегії фірми, був саме А. Чандлер, у якому він зробив наголос на визначенні довгострокових цілей: «Стратегія є встановлення основних довгострокових цілей і задач підприємства й розробка програми дій та розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей [4, С.16]. Необхідно зазначити, що вищерозглянуті визначення є актуальними й на сьогодні, однак А. Чандлер дає класичне формулювання стратегії, яке підтримується автором дослідження та характеризується як визначення довгострокових цілей і завдань підприємства, передбачення та реалізація цілого ряду дій та виявлення необхідних ресурсів для досягнення поставлених цілей.

Теоретичну основу сучасного стратегічного управління як наукової дисципліни становлять десятки фундаментальних та прикладних наукових дисциплін, у розвитку яких виділено чотири етапи його розвитку [5]. Так, перший «доаналітичний» етап (1960-ті – перша половина 1970-х років) розвиток базується на таких науках, як теорія організації та дослідження операцій; другий етап еволюції стратегічного управління «становлення наукової

дисципліни» (середина 1970-х–1980-ті роки) пов'язаний із галузевою організацією, неортодоксальними економічними теоріями фірми, соціологією і психологією; третій етап – розвиток на власній основі (кінець 1980-х – 1990-ті роки) спирався на економічну теорію організацій та ранні концепції фірм; четвертий етап «формування динамічної теорії стратегічного управління» (початок 2000-х років) базується на теорії підприємництва Шумпетера, еволюційної економічної теорії, ресурсної теорії фірм і теорії лідерства.

Авторський підхід до аналізу основних концепцій стратегічного управління спирається на обґрунтування економічних, соціально-психологічних та організаційних засад цих концепцій, а також їх внесок до єдиної концепції стратегічного менеджменту. Результати узагальнення концепцій свідчать, що стратегічне управління як наукова дисципліна на сьогодні перебуває в допарадигмальному стані, для якого характерні часті та глибокі дискусії про правомірність методів, проблем і стандартних рішень [6]. Цей факт підтверджується постпозитивістськими концепціями Т. Куна та І. Лакатоса, які визначали основні вимоги наукової дисципліни, наявність деякої фіксованої центральної системи усіх визнаних наукових досягнень, що на сьогодні в явному вигляді відсутня в стратегічному управлінні. Зазначимо, що постмодерністська інтерпретація науки (праці Д. МакКлоскі, А. Кламера, П. Файерабенда та ін.) такою має ряд ідей, які співзвучні із теоріями стратегічного управління. Як наголошують дослідники, можна виділити п'ять важливих особливостей «постмодерністської» методології в стратегічному управлінні: системний характер передумов, неоднорідність основної одиниці аналізу, поєднання нормативного та позитивного підходів дослідження, нове трактування співвідношення універсалізму та методологічний комплементаризм [7].

Починаючи із моменту появи інтересу до вивчення стратегій у науці сформувалося декілька шкіл, кожна з яких обґрунтовує власний підхід до визначення стратегії та процесу її формування. Встановлено, що перша спроба систематизованого аналізу й узагальнення наукових шкіл стратегічного менеджменту належить Г. Мінцбергу.

Аналіз узагальненої інформації дає підстави для висновку, що у процесі розвитку теорії стратегічного управління сформувалися певні напрями, для яких характерні такі особливості: когнітивна – розробка стратегії розглядається з погляду психології, як ментальний, тобто розумовий, інтелектуальний, процес пізнання стратега; дизайну – формування стратегії – це визначення перспективи, концепції, продуманий процес, у якому підвищена увага приділяється оцінюванню зовнішніх і внутрішніх ситуацій. При цьому відповідальність за формування та якість стратегії покладається на керівника, який приймає рішення; планування – стратегія є закономірним результатом усвідомленого контрольованого процесу формалізованого планування, що базується на грамотному та всебічному дослідженні середовища та проведення стратегічного аналізу, необхідності передбачити майбутнє та готуватися до нього.

Список використаних джерел:

1. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпорации: Пер. с англ. М.: Сирин, 2002. 256 с.
2. Drucker P. The Practice of Management. New York: Harper&Row, 1954. 392p.
3. Drucker P. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. Fitzhery & Whiteside Ltd. Toronto, 1985. P. 92.
4. Chandler A. D., Jr. Strategy and Structure: Chapters in the History of American Enterprise. MIT Press: Cambridge, MA., 1962. P.16.
5. Шеленко Д. І., Смушак М. В. Стратегічне управління в системі економічних відносин. Економіка та управління АПК. 2012. Вип. 9. С. 154-158.
6. Кун Т. Структура научных революций: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1977. 300 с.
7. Гарафонова О. І. Стратегічне управління: принципи та підходи до класифікації стратегій розвитку. Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління №1 (4), 2013. С. 50-58.

УДК 336.226

*Вільчинська Є.
викладач методист облікових дисциплін,
ВСП «Золочівський фаховий коледж Львівського НУП», с. Новоселище*

ОПОДАТКУВАННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах воєнного стану в Україні дуже важливо створити оптимально можливі умови для розвитку аграрного бізнесу. Враховуючи обставини в яких опинилися аграрні підприємства було прийнято закони які полегшують ведення бізнесу під час військової агресії Росії.

Для платників податків згідно закону України № 2120-ІХ від 15.03.2022 року було зупинено перебіг податкових строків, передбачених ст. 102 ПК України. Встановлена законом пеня не нараховувалась, а нарахована підлягала списанню. На період воєнного стану було зупинено податкові перевірки. Вони не розпочиналися, а розпочаті – зупинялися згідно закону № 2142-ІХ від 24.03.2022 року. Виключенням з цієї заборони були фактичні перевірки та камеральні перевірки бюджетного відшкодування, а також перевірки декларацій платників єдиного податку 4 групи.

В травні минулого року було прийнято законопроект № 7360 від 12.05.2022 року згідно якого відновлено документальні перевірки податкової звітності (3, с.15). Податковій надано право під час воєнного стану здійснювати контроль і спостереження за дотриманням встановлених державою фіксованих цін, граничних цін і граничних рівнів торговельної надбавки за письмовими заявами споживачів та інформації від інших органів. На час воєнного стану дозволено подавати податкову звітність та іншу документацію у паперовій формі. Операції з добровільної передачі чи примусового відчуження майна на користь Збройних Сил України не оподатковуються. Військово-цивільним адміністраціям надано право звільняти майно з-під податкової застави у спрощеному порядку у випадку використання його для потреб оборони.

Якщо платник податків втрачає бухгалтерські документи через бойові дії чи окупацію він отримує звільнення від перевірок за даний період. Суми благодійної чи гуманітарної допомоги фізичним особам-підприємцям, які є учасниками бойових дій, чи воєнізованих формувань, не включаються до складу оподаткованого доходу (2, с.5).

Починаючи з 1-го квітня 2022 року, до припинення, або скасування воєнного стану внесено зміни щодо розмірів сплати податків для ФОП та платників єдиного податку. Платниками єдиного податку 3 групи можуть бути ФОП та юридичні особи, у яких розмір річного доходу складає до 10 мільярдів гривень. Крім цього, такі підприємці можуть використовувати необмежену кількість працівників (2, с.11). Ставка єдиного податку для них складає 2 % від доходу із звільненням від податку на прибуток і ПДВ. Податковим періодом є місяць, а строк сплати податку – 10 календарних днів після граничного строку подання декларації (2, с.11). Для переходу на спрощену систему оподаткування

необхідно подати заяву до останнього числа місяця, що передує переходу. Після припинення воєнного стану платники 3 групи автоматично втрачають право такого оподаткування і переходять на попередню систему (2, с.7).

Для ФОП 1 та 2 груп сплата єдиного податку є добровільною. ФОП та само зайняті особи мають право не нараховувати та не сплачувати за себе ЄСВ, а тільки за найманих співробітників.

В умовах воєнного стану зменшено ставку ПДВ до 7% та звільнено від акцизу з пального (2, с.2). При цьому податковий кредит з ПДВ не підлягає бюджетному відшкодуванню, а включається до податкового кредиту наступного періоду. Не застосовуються штрафні санкції за невчасно зареєстровані податкові накладні (вони мають бути зареєстровані протягом 6 місяців після закінчення режиму воєнного стану). Звільняється від оподаткування ПДФО благодійна допомога постраждалим від військової агресії в період дії воєнного стану.

З 1-го березня 2022 року до 31-го грудня року, наступного за роком скасування воєнного стану земельний податок і орендна плата за земельні ділянки які окуповані, або на яких ведуться воєнні дії, не нараховується (2, с.15).

У відповідності до норм законопроекту № 8401 від 27.01.2023 року «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів щодо оподаткування в період дії воєнного стану» окремі пільги припинять свою дію 1.07.2023 року. Буде припинена дія норми, яка дає можливість ФОПам та юридичним особам сплачувати 2% ставку від суми доходу, а також платниками єдиного податку 1 та 2 групи не сплачувати єдиного податку. Цей документ також передбачає відновлення документальних перевірок та скасовує зупинку перебігу строків у податкових взаємовідносинах. З 1.07.2023 року відновлять штрафні санкції за порушення податкового законодавства (4. с.7).

Українські сільгоспвиробники гостро потребують податкових пільг в умовах воєнного стану, адже збитки аграрного сектора сягають більше 34 мільярди доларів США. Скасування податкових пільг призведе до суттєвого зменшення можливостей аграріїв продовжувати свою господарську діяльність.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України із змінами і доповненнями від 21.11.2021 року.

2. Закон України № 2120-ІХ від 15.03.2022 року «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану».

3. Закон № 7360 від 12.05.2022 року «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії військового, надзвичайного стану».

4. Законопроект від 27.01.2023 року № 8401 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану».

УДК 330:10.15

Вініченко І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки,

Кобець Є.

к.е.н., доцент кафедри економіки,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Зміст, фактори та показники економічного зростання традиційно належать до найбільш актуальних питань економічної теорії. У політичній економії ця проблематика розглядалася в межах теорії розширеного відтворення. Однак існує певний дефіцит теоретичних досліджень з цієї тематики. Зокрема, немає чіткості в трактуванні вихідних понять. Багато важливих питань залишається недостатньо дослідженими. До них належить проблема якості економічного зростання, оскільки до цього моменту не стала предметом спеціального теоретичного аналізу в економічній теорії.

Наразі залишається ряд недостатньо досліджених і дискусійних питань щодо теорії і практики економічного зростання. Відсутня навіть єдина точка зору щодо цього поняття. Більшість авторів, говорячи про економічне зростання, включають у нього й економічний розвиток [2; 3]. Деякі вчені розуміють під економічним зростанням збільшення обсягу виробництва валової продукції, що більш справедливо при розгляді цієї категорії на рівні галузей, регіонів, окремих підприємств [1]. Економічне зростання на макрорівні – це збільшення ВВП (ВВП), а на рівні підприємств – це приріст чистого продукту, тобто валового доходу. Економічне зростання без економічного розвитку передбачає лише кількісне збільшення наведених вище показників. Разом з тим економічне зростання, здійснюване за екстенсивним типом, тобто без якісних змін виробництва, лише за рахунок збільшення кількості залучених у виробничий процес необхідних елементів (землі, капіталу, робочої сили), не приводить до підвищення продуктивності праці, зниження матеріало- і фондоємності, а значить, і до зниження собівартості виробництва продукції.

Проте економічне зростання без розвитку в сучасних умовах, як правило, має тенденцію до зниження норми прибутку, що пов'язано з використанням у промисловості просторово віддаленішої, глибшої й біднішої за вмістом природної сировини. У сільському господарстві це пов'язано із залученням в обіг усе менш родючих земель. Якщо врахувати постійне зростання вартості робочої сили, то економічне зростання без розвитку не забезпечує підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції за ціною. У кращому разі воно підтримує її на одному рівні, а частіше – знижує конкурентоспроможність, оскільки суспільно необхідні витрати праці мають тенденцію до зниження.

Сьогодні набувають особливої важливості питання особливостей економічного зростання. Якщо зводити економічне зростання до зростання обсягу випуску, тоді будь-який приріст ВВП або іншого показника порівняно з

попереднім роком можна визначити як перехід до економічного зростання. Але такий висновок є неправомірним, оскільки економічне зростання має як фінансовий, так і фізичний (натурально-речовинний) зміст. Незважаючи на їх єдність на практиці, необхідна спеціальна увага до обох сторін цього процесу. В іншому разі за сприятливими вартісними показниками можуть бути приховані негативні тенденції структурної деформації.

Вважаємо, що економічний розвиток аграрних підприємств – це якісні, прогресивні зміни виробничої системи і її інфраструктури, що підвищують економічну ефективність. У цьому визначенні ми хотіли підкреслити, що економічний розвиток – багатобічне, багатопланове явище, що визначається не тільки позитивними змінами виробничої системи, а й прогресивними змінами в демографічній ситуації, розвитку культури, освіти, охорони здоров'я та цілого ряду інших соціальних інститутів. Разом з тим економічний розвиток має зворотний зв'язок з усіма переліченими вище процесами і приводить не тільки до економічного, а й широкого соціального ефекту.

У країнах, де досягнутий дуже високий рівень добробуту, може застосовуватися економічний розвиток без зростання. Це тим більше можливо в сільському господарстві, якщо виробництво продукції здійснюється на рівні оптимальних норм харчування населення, але необхідно підвищувати якість продукції і її екологічну чистоту. Обсяг виробництва при цьому не буде збільшуватися, але продукція стане не тільки більш якісною за рахунок використання більш досконалих технологій та інших інноваційних елементів, але і знизяться витрати капіталу, трудових ресурсів і собівартість продукції.

Це найбільш реально при стабільній чисельності населення, що має місце в багатьох високорозвинутих країнах, а в деяких з них спостерігається невелике зменшення кількості жителів. При такому розвитку без економічного зростання відбувається підвищення якості харчування населення й конкурентоспроможності продукції сільського господарства. Тут здійснюється просте відтворення за інтенсивним типом за рахунок зростання продуктивності праці та збільшення фондів віддачі.

Концепції “економічного зростання без розвитку” і “економічного розвитку без зростання”, на наш погляд, необхідно доповнити концепцією “економічного зростання на основі розвитку”. Для більшості менш розвинутих країн (80% усього населення Землі) і деяких високорозвинутих країн найбільш бажане саме економічне зростання на основі розвитку. При цьому, наприклад, в аграрних підприємствах зростання виробництва продукції рослинництва і тваринництва буде здійснюватися на основі застосування більш досконалих технологій, систем машин, добрив, кормів, відновлення сортів рослин, порід тварин, що веде до підвищення врожайності рослин і продуктивності тварин.

З огляду на низьку ефективність виробництва сільськогосподарської продукції в Україні, можна зробити висновок, що зростання на основі розвитку дало б змогу не тільки одержати більше продукції, а й зробити аграрні підприємства більш конкурентоспроможними та прибутковими. Якщо “зростання без розвитку” характеризується зміною кількісних параметрів, а “розвиток без зростання” – якісних, то “зростання на основі розвитку” – зміною

обох параметрів. Разом з тим, розвиток за цими концепціями у чистому вигляді зустрічається рідко. Навіть “зростання на основі розвитку”, тобто тільки за рахунок інтенсивних факторів, не дуже часте явище в економічній практиці.

Найбільше поширення має “економічне зростання у поєднанні з розвитком”. Тут збільшення обсягу виробництва йде як за рахунок екстенсивних факторів (розширення сфери діяльності), так і за рахунок інтенсивних. Пропонований вид розвитку включає цілий ряд різноманітних варіантів залежно від співвідношення питомої ваги екстенсивних і інтенсивних факторів. Усі ці варіанти за своїми характеристиками знаходяться між трьома попередніми концепціями, узятими в чистому вигляді. Коли питома вага інтенсивних факторів низька, а економічне зростання аграрних підприємств здійснюється переважно за рахунок екстенсивних факторів, тоді варіанти наближаються до “зростання без розвитку”. Якщо зростання невелике, і у виробничій системі переважають прогресивні якісні зміни, то йде наближення до “розвитку без зростання”. При високих темпах економічного зростання аграрних підприємств з переважанням інтенсивних факторів ці варіанти наближаються до “зростання на основі розвитку”.

Отже, економічне зростання й розвиток сільськогосподарського виробництва важливі для процвітання будь-якої країни, але особливе значення вони мають для України. У ситуації, що склалася в її економіці на початку ХХІ ст., економічне зростання й розвиток – це шлях у високорозвинуті країни. З огляду на відставання аграрних підприємств у технічній і технологічній сферах для України, як і для більшості країн, найбільш бажане економічне зростання на основі розвитку або в поєднанні з розвитком, що забезпечує найбільш високі темпи економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва і швидке зростання матеріального добробуту населення.

Список використаних джерел:

1. Вініченко І.І. Формування умов інвестування економічного розвитку підприємства. *Економіка та держава*. №8. 2006. С.35-38.
2. Глуха Г.Я. Економічне зростання: еволюційно-змістовий аналіз. *Академічний огляд*. № 1 (38). 2013. С.32-38.
3. Червяков І.М. Економічний розвиток, економічне зростання і фактори, які стримують економічне зростання в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. № 6. 2015. С.99-102.

УДК 303.161

*Галинська А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
Жадан Я.
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНИМИ СИТУАЦІЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Педагогічний процес практично пронизаний різними протиріччями, що робить створення системи управління педагогічними конфліктами важливою частиною загальної системи управління освітньою організацією.

Необхідно зазначити, що з урахуванням особливостей педагогічного процесу стає очевидним, що сучасний педагог має володіти ефективними методами управління конфліктами, вибудовування взаємин із колегами.

Керівник закладу освіти як фахівець своєї справи в галузі професійних відносин типу «людина-людина» повинен мати високий рівень компетентності та інформованості з різних соціальних, психологічних і педагогічних питань [3, с. 408].

Усі причини організаційних конфліктів можна умовно поділити на дві групи: конфлікти, пов'язані безпосередньо з процесом виробництва, а саме з технологічною та економічною сферою всередині організації, тобто з головною метою функціонування організації, та конфлікти, пов'язані з соціально-психологічною або повністю психологічною сферою.

Організаційна культура – це система усвідомлених і неусвідомлених уявлень, цінностей, правил, заборон, традицій, що поділяються всіма членами організації. У організаціях з низьким рівнем організаційної культури низький рівень згуртованості, мотивація праці, відсутні позитивні традиції, які є додатковими нормами – регуляторами поведінки людей, і, як наслідок, високий рівень конфліктності [2, с. 304].

Поряд із такими чинниками, як згуртованість, характер взаємовідносин, загальний настрій, стиль керівництва, і навіть статевий склад і чисельність співробітників організації, організаційна культура впливає на психологічний клімат організації.

Розглянемо більш детально соціально-психологічні причини, оскільки вони, на відміну особистісних причин, притаманні не окремо взятій людині, а пов'язані зі специфікою психіки, психологією людини.

1. Низький авторитет чи псевдоавторитет керівника.

У психологічному плані авторитетна особистість завжди сприймається як така, що має незаперечні переваги, що сприяє формуванню вертикально спрямованих відносин. Такий авторитет має бути заснований на високому рівні професіоналізму керівника, наявності у нього програми випереджаючого

особистісно-професійного розвитку, моральних якостей, навичок безконфліктної взаємодії, умінь конструктивно вирішувати суперечності, що виникають.

Якщо ж у керівника немає цієї програми, керівник може створити навколо себе неприродний, хибний авторитет, так званий псевдоавторитет.

Псевдоавторитет – один із деструктивних стилів керівництва, що призводить до важкорозв'язних конфліктів в організації. Він формується, коли керівник не розвивається сам, обмежує особистісно-професійне зростання колективу, створюючи неприродну дистанцію за рахунок тиску, психологічних прийомів впливу, бар'єрів, псевдоефективного управління. Тому, щоб уникнути конфліктів в організації, керівник повинен завжди бути на крок попереду своїх співробітників [5, с. 80–83].

2. Низький престиж діяльності організації.

Керівникам таких організацій необхідно підвищувати їх престиж через збільшення рівня професіоналізму, власного та співробітників, через підвищення авторитету та цінності послуг для суспільства.

3. Необ'єктивність, несправедливість оцінки праці підлеглих.

Нерідко підлеглі не задоволені оцінкою своєї праці, оскільки вона не збігається з очікуваною. Це може бути викликано або низькою якістю виконання роботи, або реальними помилками у процесі оцінки з боку керівника, такими як:

- помилка, викликана гало-ефектом: оцінка ділових та професійних якостей за загальним зовнішнім виглядом та враженням від людини, узагальнення;

- помилка «близькості»: порівняння діяльності з оточуючими, а не з професійним стандартом;

- помилка, викликана відсутністю еталонів: відсутність еталона і, як наслідок, аргументованої обґрунтованої позиції з боку керівника;

- етична помилка: оцінка не тільки професійної діяльності, але і особистих і моральних якостей, для оцінки яких немає об'єктивних методів;

- помилка «центральної тенденції»: однакова оцінка всіх співробітників;

- помилка «контрасту»: перебільшене сприйняття своїх особистих та професійних якостей, яких припускаються авторитарні керівники, оцінюючи інших зі своєї позиції, занижуючи результати підлеглих;

- помилка «поблажливості»: поблажливість та завищена оцінка конкретних співробітників.

4. Погано вивірена кадрова політика.

Для зниження загальної конфліктності колективу в організації має функціонувати чітко налагоджений механізм відбору кадрів у двох напрямках:

- відбір кадрів прийому працювати через психодіагностику, облік анкетних показників;

- корекція внутрішніх (суб'єктивних) умов особистості в ході індивідуальної та групової роботи зі співробітниками, які вже прийняті на роботу.

5. Розбалансованість соціальних взаємодій.

Зауважимо, що на думку А.Я. Анцупова та А.І. Шипілова, існують п'ять видів балансів: баланс ролей, взаємозалежності, взаємних послуг, шкоди, зовнішньої оцінки та самооцінки, яких людині необхідно дотримуватися, щоб уникнути конфліктних ситуацій. Щоб соціальні взаємодії носили несуперечливий характер, людині необхідно виконувати ту роль, яка їй відведена, відповідати послугою на послугу, не обмежувати свободи іншої людини, не завдавати шкоди у відповідь, наводити свою самооцінку із зовнішньою оцінкою [1, с. 535].

Усі способи вирішення організаційних конфліктів, що мають психологічну основу, можна звести до двох груп методів, а саме до організаційно-управлінських та соціально-психологічних. Перший орієнтований на максимізацію прибутку, другий передбачає індивідуальний підхід, орієнтацію на конкретну особистість.

Водночас слід зазначити, що психологічні способи попередження конфліктів мають бути спрямовані на коригування думок, почуттів та настроїв людей.

Люди поведуться по-різному у конфліктах. Дослідники Кен Томас і Ральф Хіл-Лман розглянули два диференціальних параметри у своїй двовимірній моделі стратегії поведінки особистості: перший – це співпраця з урахуванням бажання та інтересів інших людей; другий – це впевненість у собі, тобто спрямованість на захист власних інтересів. Залежно від їх співвідношення можливі п'ять поведінкових стратегій у конфлікті: уникнення, адаптація, конкуренція, співпраця та компроміс [4, с. 320].

Отже, всі способи вирішення організаційних конфліктів, що мають психологічну основу, можна звести до двох груп методів, а саме до організаційно-управлінських та соціально-психологічних. Перші більше орієнтовані на максимізацію прибутку, другі припускають індивідуальний підхід, орієнтацію конкретну особистість.

Список використаних джерел:

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посібник для студентів ВНЗ. Київ. ЦУЛ. 2017. 535 с.
2. Долинська Л. В., Матяш-Заяц Л. П. Психологія конфлікту: навч. посіб. Київ. Каравела. 2017. 304 с.
3. Ніколаєнко С.М. Керівник закладу освіти (організаційно-педагогічні та правові основи управлінської діяльності): підручник. – 2-ге вид., перероб. І доп. Київ. НУБіП України. 2019. 408 с.
4. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія: підручник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2017. 320 с.
5. Слюсаренко О.В. Public relations у сфері вищої освіти України. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2018. Випуск 2-1(45). С. 80–83.

УДК 331.108.2.522

*Галянт Д.
здобувач вищої освіти,
Хмельницького університету управління та права імені
Леоніда Юзькова, м. Хмельницький*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ПІДБОРУ КАДРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

В даний час одним із актуальних питань для кожної організації є підвищення кадрового потенціалу. Створення ефективної системи управління персоналом стає пріоритетним завданням, спрямованим на задоволення кадрових потреб компанії: як у кількісному, і у якісному відношенні. Персонал компанії найчастіше розглядається як капітал, персоніфікований у менеджерах з персоналу, спеціалістах з кадрів. Ефективність будь-якої організації обумовлена якістю праці її співробітників, у якій важливу роль відіграє їхній професіоналізм. Рівень професіоналізму можна розглядати як сукупність особистісних та колективних знань співробітників, інтелектуального потенціалу організації. Отже, для розвитку інтелектуального потенціалу необхідні постійні та значні інвестиції у розвиток персоналу організації. Одним із ключових компонентів кадрової системи є політика підприємства з відбору персоналу, оскільки вона відіграє важливу роль у досягненні місії та цілей організації.

Слід зазначити, що підбір персоналу один із найважливіших елементів управління персоналом організації, викликає великий інтерес у зв'язку з постійно зростаючою значимістю людських ресурсів та інтелектуального капіталу підтримки конкурентоспроможності організації. Важливо те, що перевага однієї компанії над іншою змістила акцент з технічних переваг на конкурентні переваги високопрофесійного персоналу, що працює в цій організації [2]. Відбір персоналу – це окреме завдання, цілий процес, який починається з аналізу діяльності та закінчується прийомом на роботу фахівця. Успіх відбору значним чином залежить від знань, навичок, умінь спеціалістів, які займаються цими проблемами.

Щодо підбору слід зазначити, що це процес пошуку та вивчення психологічних та професійних якостей працівника з метою встановлення його придатності до виконання обов'язків на певному робочому місці з урахуванням його можливостей, здібностей, накопичених професійних умінь. При відборі персоналу роботодавці мають справу з людьми, які прагнуть реалізувати свої цілі, вибравши ту чи іншу організацію [1, с. 325].

Слід зазначити, що при організації цього процесу важливо чітко визначити цілі відбору, фактори, що впливають на ефективність його проведення, виділити суб'єктів, що беруть участь у процесі відбору, та об'єкти, на які спрямований вплив, вибудувати логічну послідовність дій щодо підбору персоналу, а також оцінити ефективність реалізації цієї функції управління персоналом.

Неефективний підбір персоналу призводить до багатьох небажаних наслідків, серед яких:

- висока плинність кадрів;
- поганий морально-психологічний клімат;
- низька трудова дисципліна.[4, с. 152]

Грамотно організований відбір кадрів може позитивно вплинути на продуктивність, прибуток та підвищити ступінь лояльності працівників до підприємства. Тому на підприємстві мають бути створені всі умови для ефективного процесу найму персоналу.

Досвід провідних підприємств дозволяє виділити низку заходів, що традиційно застосовуються при підборі персоналу:

- створення системи відбору, що включає співбесіди з працівниками представників відділу кадрів, начальників відділів, психологічні тести, ділові ігри, випробувальний термін на робочому місці;
- використання «портрета компетентностей» як основного інструменту визначення професійної придатності кандидата;
- усунення акценту при підборі співробітників з формальних моментів біографії кандидата (освіта, спеціальність, досвід роботи) на аналіз його компетентностей та життєвих цінностей;
- продовження процесу відбору після прийому на роботу співробітника: випробувальний термін тепер обов'язковий на більшості підприємств, оскільки жодні тести не дають такого уявлення про кандидата, як робота [3].

В сучасних умовах процесу відбору та найму персоналу надається особливе значення, оскільки змінюється соціальний статус працівника, характер його ставлення до праці, умови продажу робочої сили. Формування персоналу має бути комплексним і ґрунтуватися на концепції, згідно з якою працівники розглядаються як людські ресурси або людський капітал, а одним із важливих заходів, пов'язаних з управлінням людськими ресурсами, є підбір та прийом на роботу персоналу. Забезпечення компанії персоналом передбачає покриття потреби компанії у працівниках з погляду якості та кількості.

Тому для підвищення ефективності забезпечення підприємств якісними кадрами слід запропонувати такі заходи:

- розробка єдиного стандарту відбору. Єдиний стандарт відбору містить ключові характеристики кандидатів. Це передбачає складання портрета співробітника, що підходить для конкретної компанії з її реальною корпоративною культурою.
- доведення стандарту відбору до менеджерів. Цей захід включає навчання керівників підрозділів щодо відповідальності за прийняті ними рішення про найм того чи іншого співробітника.
- якісне інформування кандидатів. Кандидату має бути надана чітка, максимально коректна інформація на всіх етапах взаємодії – від фахівця з відбору персоналу до особи, яка приймає остаточне рішення [5, с. 56].

Отже, успішно підібрати та сформувати трудовий колектив – одне з основних завдань керівництва відділу кадрів підприємства. Це має бути команда однодумців та партнерів, здатних реалізувати, прийняти та реалізувати

спільні ідеї. Тільки вона є запорукою успіху підприємницької діяльності, самовираження та процвітання підприємства. Відбір персоналу – це вирішальний етап під час проведення його підбору, який включає у собі серію заходів і з вивчення професійних і психологічних якостей претендентів з метою встановлення їх придатності до виконання конкретних робочих обов'язків і вибір із сукупності заявників найбільш придатного. Рішення про найм співробітника має прийматися не лише з урахуванням відповідності його кваліфікації, особистих якостей та здібностей характеру роботи та інтересам підприємства, але й з урахуванням інтересів, схильностей та очікувань самого претендента.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 468 с.
2. Федоренко Н. І. Роботодавці на ринку праці України: сучасні методики відбору персоналу серед молодих фахівців. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197265076.pdf>
3. Федоренко Н. І. Молоді фахівці на ринку праці: особливості відбору персоналу. URL: <http://surl.li/fbjvv>
4. Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Виноградська А. М., Шкапова О. М. Управління персоналом: навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2016. 504 с
5. Савчук Т. О., Мороз В. В. Удосконалений алгоритм підбору персоналу. URL: <http://surl.li/fbkfx> с. 200.

УДК 339.138

*Герчанівська С.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і менеджменту,
Відокремлений підрозділ Національного університету
біоресурсів і природокористування України
«Бережанський агротехнічний інститут», м. Бережани*

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах важливим чинником успішного функціонування підприємств є підхід до підвищення ефективності їх управління на засадах маркетингу. Саме застосування маркетингу дає відповіді на ряд запитань: як найкраще задовольнити потреби споживачів; вибрати свою «нішу» на ринку чи сферу господарської діяльності; виявити слабкі та сильні сторони конкурентів; оцінити можливості підприємства; виробити загальну стратегію та ефективно працювати на ринку.

Управління маркетингом – це процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розвитку ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обміну, який задовольняє як окремих споживачів, так і виробників аграрної продукції та продовольства. Яке має за мету також розв'язання завдань впливу підприємства на рівень і структуру попиту у певний проміжок часу, визначення оптимального співвідношення попиту і пропозиції, щоб аграрне підприємство досягло поставленої мети [4].

Основне завдання управління маркетингом – синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу так, щоб кожен із них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергічний ефект [2].

Маркетингове управління включає великий комплекс заходів організаційно-економічного, інформаційного і виробничого характеру, спрямованих на досягнення цілей, шляхом застосування маркетингових принципів в усіх ланках підприємства. Практична реалізація принципів сучасного маркетингу буде ефективною при умові поєднання підприємницької, виробничої, господарської і збутової діяльності. Це можливо при цільовій орієнтації і комплексності всіх маркетингових дій, при використанні маркетингу як системи управління [1].

Здійснення маркетингової діяльності та формування маркетингового потенціалу визначає виконання певних етапів процесу. Основними з них є такі: структурний аналіз господарської діяльності поточного періоду та оцінка динаміки змін; визначення основних ринкових позицій, стратегічних векторів руху; збір, аналіз та обробка інформаційних потоків з метою формування системи інформаційного супроводу процесу формування маркетингового потенціалу підприємства; власне формування основних елементів маркетингового потенціалу та стратегії його реалізації [3, с. 261].

Для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств використовують маркетингові підходи, які передбачають проведення комплексного дослідження ринку; орієнтацію на реальні потреби споживачів та здійснення їх сегментації; вивчення запиту споживачів й активний вплив на них; своєчасне і якісне виконання маркетингових програм; створення служби маркетингу; контроль за діями конкурентів та відповідна реакція на них; формування і підтримку іміджу підприємства.

Маркетингова діяльність підприємств полягає у стимулюванні зростання виробництва сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки. Оскільки, однією з особливостей маркетингу в аграрній сфері є те, що один вид продукції виробляють багато виробників і кожен з них займає незначну частку ринку, то при здійсненні маркетингових заходів необхідно враховувати всі умови пов'язані з масштабом виробництва – можливістю впливу на ринок і здатністю покрити витрати, а також із функціонуванням – пристосованістю до ринку та зменшенням ризику при виробництві продукції; підвищенням ефективного виробництва і доходності підприємства, гарантуванням певного рівня доходу, розвитком інфраструктури ринків, організацією імпорту і стимулюванням експорту.

Отже, концепція маркетингового менеджменту є найбільш прийнятною при змінній ресурсній базі та ринковій діяльності, яка звужується під тиском конкурентів з високим рівнем продуктивності виробництва, переробки, розподілу і збуту сільськогосподарської продукції. Управління маркетинговою діяльністю визначає якісний склад комплексу маркетингу, через який підприємство здійснює маркетинговий вплив на споживача, створює сприятливе маркетингове середовище, забезпечує досягнення встановлених цілей.

Для ефективного управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств потрібно застосовувати комплексний підхід, який включає ситуаційний аналіз (вивчення стану підприємства, виявлення тенденцій і формування прогнозів); маркетинговий синтез (визначення цілей і завдань; розробка плану маркетингової діяльності); оцінку і контроль за отриманими результатами.

Список використаних джерел:

1. Балановська Т.І., Гоголюя О.П. Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип.154, Ч.1. С. 368-373.
2. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 227-234.
3. Ковбас І.М. Формування системи управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 3. С. 260–267.
4. Туболець К.Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. *Державне управління*. 2012. Вип. 174. Т. 186. С. 129-132.

УДК 658.5

Гіржева О.

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту бізнесу і адміністрування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ: МІСЦЕ ТА РОЛЬ

Сьогодні поняття кризи або кризових явищ є одним із ключових для сучасного бізнесу. Нестабільність економічного середовища призводить до неплатоспроможності підприємств, що веде до кризи та банкрутства, і як наслідок в більшості випадків, закінчується їх ліквідацією. З огляду на це виникає необхідність ефективного антикризового управління підприємством з метою запобігання та усунення фінансових загроз, швидкий вихід із кризових ситуацій для мінімізації негативних наслідків.

Розвиток адаптованої моделі антикризового управління підприємств із урахуванням світового досвіду диктує необхідність формування збалансованої системи формулювання управлінських рішень, диференційованих залежно від стадії кризи: запобігання - нівелювання - вихід. Протидіючі, адаптивні та наступальні важелі та інструменти повинні бути додані до цих етапів, які можуть не лише запобігти і подолати кризу, але також перетворять його на додаткові можливості та посткризові результати.

Виявлення симптомів та ознак кризових явищ з часом має стати основою антикризового управління сучасним бізнесом.

Процес розробки системи раннього попередження кризи на підприємствах має складатися з наступних етапів [1].

Перший етап. Визначення об'єктів ендогенного та екзогенного середовища, які обрані як зони спостереження.

Другий етап. Розпізнавання та розрізнення індикаторів раннього попередження, які можуть сприяти виникненню проблем у виробничо-організаційній сфері діяльності.

Третій етап. Оцінка оптимальних значень показників фінансового становища підприємства (платоспроможність, ліквідність, рентабельність, ділова активність тощо) та безпечні інтервали для їх зміни.

Четвертий етап. Розрізнення та формування каналів для збору та редагування інформації. Формування інформаційних каналів: забезпечення інформаційного зв'язку між джерелами інформації та системою раннього реагування, між системою та її користувачами керівниками всіх рівнів.

П'ятий етап. Підготовка та синтез, моніторинг результатів та створення пропозицій з профілактичних заходів на підприємстві. Система раннього попередження та реагування на кризу носить циклічний характер у зв'язку зі змінами в середовищі підприємства та мінливістю показників. Циклічний характер управлінського впливу допоможе ефективно спрогнозувати та запобігти надзвичайним ситуаціям для підприємства.

З практичного погляду система раннього виявлення та подолання криз є реальною через механізм її здійснення на підприємстві. Для цього створюється спеціальна група, яку очолює антикризовий менеджер. До цієї групи повинні входити внутрішні співробітники підприємства, які розуміють особливості діяльності в галузі та/або кваліфіковані фахівці, які знають методологію ефективного вирішення проблем у період кризи та особливості антикризового управління.

Метою антикризового управління є створення передумов подолання кризових явищ в операційній діяльності (виробництво та продаж продукції) через оперативне керівництво, застосування організаційних важелів управління, технічної політики та промислових антикризових стратегій управління.

Мотиваційна антикризова складова управління спрямована на раціональне функціонування підприємства з точки зору економії ресурсів, уникнення помилок, прийняття обґрунтованих рішень та глибокий аналіз антикризової ситуації [2].

На практиці не можна виділити єдиний підхід до запобігання кризі. Кожне підприємство унікальне і має різний потенціал протидії кризовим явищам та різні адаптаційні можливості для реалізації існуючих антикризових моделей.

При виборі моделі антикризового управління для підприємств необхідно враховувати такі особливості, як специфічні фактори, висока залежність від ринкових умов, що змінюються, складність завдань матеріально-технічного забезпечення виробничих потреб, обмеженість фінансових ресурсів і відсутність кваліфікованих управлінців і адміністраторів. Враховуючи різноманіття факторів, тільки професійне та ефективне антикризове управління може їх враховувати та оцінювати. Його основним завданням є організація та структурування інформації відповідно до конкретної комплексною моделлю, що включає типові заходи та обмеження.

Фактори, що діють у зовнішній системі моделі, порушують здатність підприємства фокусуватися на стратегічному управлінні період кризи. Тільки у разі їх усунення підприємство може перейти до стратегічного управління ситуацією.

У внутрішньої системи моделі розрізняють три процесу: ідентифікацію, протидію та реструктуризацію [6]. Ідентифікація передбачає формування цілей та аналіз зовнішньої середовища, по суті, ідентифікацію кризи. Процес протидії включає в себе розробку антикризової стратегії управління та її оцінку в умовах кризи підприємства. Зрештою, реструктуризація проводиться, коли об'єкт виходить з кризи і включає реалізацію стратегії і стратегічний контроль. Модель системного антикризового управління наочно демонструє, що нівелювання зовнішніх факторів та управління внутрішніми процесами роблять кризову ситуацію контрольованою.

Системне антикризове керування підприємствами спрямовано на всі без кризи», так і заздалегідь (превентивно).

Підсистеми та елементи внутрішнього середовища підприємства, у свою чергу, також системні, взаємодіють один з одним, а їхня ефективна

організаційна координація дозволяє підприємствам своєчасно попереджати та долати кризу.

Для обґрунтування змісту антикризової системи управління підприємству необхідно детально проаналізувати її компоненти з урахуванням основних виробничих функцій (бізнес-процесів) підприємства.

Антикризове управління у фінансовій сфері передбачає забезпечення платоспроможності на основі контролю та управління грошовими потоками та підвищення стійкості підприємства. Ці заходи покликані покращити умови для провадження господарської діяльності, забезпечити відновлення платоспроможності та стабільності, нормалізувати баланс підприємства через його відновлення.

Антикризовий маркетинг є одним із найбільш ефективних ланок у системі антикризового управління на етапі реструктуризації, що передбачає ефективне управління та вдосконалення цінової та асортиментної політики, продажів, логістики, бізнес-планування та ін.

Важливо здійснювати моніторинг зовнішньої середовища з метою пошуку нових сфер діяльності, а також виявлення тенденцій та ринкових зрушень та загроз конкурентоспроможності.

Антикризове управління персоналом направлено на вивчення поведінки персоналу підприємства у складній кризовій ситуації та підвищення ефективності його роботи.

Правильно організована антикризова інвестиційна політика та розробка інвестиційних стратегій та проектів можуть привести підприємство до сталого розвитку.

Антикризове організаційне управління підприємством базується на оптимальній моделі його організації з урахуванням галузевої специфіки, формування адекватної організаційної структури та системи управління, що є умовою виходу підприємства із кризи.

Отже, в даний час в умовах невизначеності та високої ймовірності виникнення кризових явищ антикризове управління підприємством вимагає конструктивного управління на основі стратегічних підходів та превентивних заходів.

Обґрунтовані системи та механізми антикризового управління визначають поле діяльності, яке має бути заповнене як інформативно, так і із зазначенням конкретних методів уникнення, розрівнювання та подолання кризи.

Список використаних джерел:

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : [навч. посібник] / Василенко В.О. – [2-е вид., виправл. і доп.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с

2. Ладунка І. С., Андрюшина О. І. Антикризове управління підприємством. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 8. С.278-281.

Романяк Г. М. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1. С. 235–239.

УДК 378:005.336.1-047.44

Горошанська О.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,

Кацена Н.

д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку, аудиту та оподаткування,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сьогодні діяльності закладів вищої освіти відбувається в умовах скорочення обсягу бюджетного фінансування, зменшення чисельності потенційних та діючих здобувачів вищої освіти, збільшення собівартості освітніх послуг внаслідок підвищення тарифів на комунальні послуги, цін на товари та роботи, незадовільного стану матеріально-технічної бази тощо. Можливості подальшого розвитку ЗВО, створення умов для якісного надання освітніх послуг на пряму залежать від ефективності управління його ресурсами.

В теорії менеджменту ефективність управління розглядається з точки зору існуючих концепцій, які відрізняються за критеріями та показниками, що лежать в їх основі. Так, відповідно до функціональної концепції ефективність управління визначається співставленням результатів і витрат самої системи управління у вартісному виразі під впливом дії різних чинників (наприклад, зміни чисельності працюючих, автоматизації процесів управління тощо).

Основним критерієм оцінки ефективності управління за концепцією досягнення «балансу інтересів» є задоволення очікувань і потреб усіх зацікавлених у результатах діяльності навчального закладу груп: держави, суспільства, власників, споживачів, працівників, контрагентів. Критерієм ефективності управління згідно з системною концепцією є показники, що характеризують ступінь адаптації навчального закладу до зовнішнього середовища. В межах композиційної концепції критерії ефективності управління фінансово-господарською діяльністю ВНЗ визначається впливом управлінської праці на результати діяльності [1, с. 99]. За концепцією збалансованої системи показників (Balanced Scorecard (BSC)) оцінка управління ефективністю діяльності охоплює такі напрями, як фінанси, ринок, внутрішні процеси й навчання та зростання. У даній системі фінансові й нефінансові індикатори інтегруються з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків між результатними показниками й ключовими чинниками, під впливом яких вони формуються [2].

Ефективність управління ЗВО – це багатогранна категорія, яка вимагає комплексного підходу до її визначення, розробки методики оцінки. Методологічним підґрунтям для визначення ефективності управління навчальним закладом має стати системний підхід, що об'єднує весь комплекс взаємодіючих елементів, і спирається на систему показників.

Враховуючи особливості діяльності та види отриманого ефекту, оцінку ефективності управління ЗВО пропонується здійснювати за блоками показників:

1) економічної ефективності (коефіцієнт співвідношення надходжень коштів зі спеціального фонду до суми надходжень із загального фонду державного бюджету; коефіцієнт співвідношення надходжень коштів від додаткової (господарської) діяльності до суми надходжень від основної діяльності; профіцит(дефіцит) на 1 грн. надходжень коштів);

2) соціальної ефективності (коефіцієнт плинності кадрів, частка здобувачів вищої освіти з особливими потребами; частка випускників, які були працевлаштовані за спеціальністю; коефіцієнт задоволеності працівників умовами праці; частка непогашеної заборгованості із заробітної плати в загальній величині зобов'язань за розрахунками з оплати праці);

3) академічної ефективності (частка здобувачів вищої освіти, яких було відраховано до закінчення терміну навчання; частка здобувачів вищої освіти, які брали участь у програмах міжнародної академічної мобільності (тривалістю не менше 1 місяця, за календарний рік); частка здобувачів вищої освіти, яких було залучено до виконання науково-дослідних тем та проектів, які виконувались у ЗВО);

4) організаційної ефективності; кількість ліжко-місць у гуртожитку на 1 здобувача вищої освіти; коефіцієнт оновлення основних засобів; частка майна, яке не використовується в навчальному процесі та в інших видах діяльності; частка навчальних аудиторій, які оснащені мультимедійним обладнанням або іншим спеціальним обладнанням, яке забезпечує виконання функцій мультимедійного обладнання).

Наведена система показників представлена відносними величинами, що робить її придатною для порівняльної оцінки ЗВО. Для отримання узагальнюючої характеристики ефективності управління, яка інтегрує часткові показники оцінки, може бути використано таксономічний аналіз. Даний метод дозволить звести сукупність ознак досліджуваного явища до однієї синтетичної ознаки, а також визначити ступінь віддаленості його фактичного рівня від певної визначеної у просторі точки що є еталоном ефективності.

Впровадження запропонованої системи показників в практику діяльності ЗВО дозволить їм значно підвищити рівень оцінки ефективності управління трудовими, матеріально-технічними та фінансовими ресурсами, стане основою для розроблення обґрунтованих стратегій розвитку для більш ефективного виконання своєї місії.

Список використаних джерел:

1. Рижа Т.В., Федорчук О.С. Оцінка ефективності управління фінансово-господарською діяльністю вищих навчальних закладів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2013. № 5. Т.1. С. 98–100.

2. Гуралюк А.Г. Концепції оцінки ефективності управління навчальним закладом. URL: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v_3/8.pdf

УДК 658.5-338.2-331.4

Городецький І.

к.т.н., доцент кафедри управління проектами та безпеки виробництва,

Мазур І.

к.с.-г.н., доцент кафедри управління проектами та безпеки виробництва,

Магац М.

к.т.н., доцент кафедри автомобілів та тракторів,

Львівський національний університет природокористування, м. Львів

АКТУАЛЬНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПРАЦІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА

Безпека праці є важливою складовою розвитку сучасного підприємства, особливо за наявності у підрозділах значної кількості небезпечних та шкідливих виробничих чинників, важких та напружених умов праці. Сучасні підприємства мають значні виробничі, обслуговчі, переробні, сервісні потужності, велику кількість працівників, складну структуру і відповідно більшу ймовірність виникнення ризиків аварій чи травмування. Аварії є небезпечними подіями техногенного характеру, у результаті яких на окремій території чи території суб'єкта господарювання виникає загроза життю або здоров'ю людей, руйнування будівель, споруд, обладнання і транспортних засобів, порушується виробничий або транспортний процеси, мають місце наднормативні, аварійні викиди забруднюючих речовин, інші шкідливі впливи на довкілля. Травмування (фізичне) це пошкодження тканин або органів тіла внаслідок удару, поранення, опіку тощо.

Причини аварій чи травмування умовно класифікують на технічні, організаційні, психофізіологічні і комбіновані. До групи технічних належать конструктивні недоліки машин та обладнання, відсутність або несправність захисних, блокувальних, запобіжних інших технічних засобів безпеки праці, вихід з ладу устаткування, будівель та споруд, їх елементів, зокрема доріг та ін. До групи організаційних причин належать незадовільна організація праці і відпочинку, відсутність нагляду за виробництвом, недоліки в організації робочих місць, недоліки навчання безпеки праці, допуск до роботи осіб, що не пройшли навчання і інструктажів з безпеки праці, незастосування засобів колективного чи індивідуального захисту, їх відсутність чи невідповідність умовам праці та ін. До психофізіологічних належать порушення трудової і виробничої дисципліни, як основні протиправні дії, особиста необережність, порушення правил руху та ін.

Недоліки безпеки праці у підприємстві можуть спричинити за збігу певних умов та обставин виникнення виробничого травматизму, захворювань, аварій тощо. Тобто за недостатнього рівня безпеки праці у підприємствах з різних причин можуть виникнути значні втрати - майна, грошових коштів, робочого часу і ін. [1-3].

Метою дослідження було проаналізувати стан виробничого травматизму за окремими видами економічної діяльності, що дає змогу планувати запобіжні заходи і відповідно зменшувати втрати підприємств.

Для оцінки стану травматизму у підприємствах України розглянемо основні галузі, які мають стосунок до аграрної сфери і поєднані за виконанням завдань (табл. 1): транспорт, переробка продукції, водопостачання, постачання електроенергії та науково-технічна діяльність та освіта. Динаміка травмування за галузями є змінною, але значним є зростання загальної кількості травмованих працівників з 4040 у 2018 р і 4394 у 2019 р. до 6646 2020 р. [4].

Таблиця 1.

Динаміка виробничого травматизму за окремими видами економічної діяльності

Галузь нагляду	12 місяців 2018 рік		12 місяців 2019 рік		12 місяців 2020 рік	
	Всього	Тимчасова непрацевд.,	Всього	Тимчасова непрацевд.,	Всього	Тимчас. непрацевд.,
		роб. днів		роб. днів		роб. днів
Транспорт	391	24755	404	23420	395	16300
Переробна промисловість	1112	61977	1014	59218	813	39151
Сільське господарство	272	15378	337	17398	243	11099
Постачання електроенергії	143	7182	162	7812	150	5700
Освіта	75	4658	184	11084	148	6845
Усього	4040	214753	4394	229701	6646	180789

Різке зростання кількості потерпілих від нещасних випадків (гострих професійних захворювань, отруень, аварій, та від нещасних випадків з летальним наслідком (у 2019-2020 рр. інформує Фонд соціального страхування України від нещасних випадків і професійних захворювань, що спричинили втрату працевдатності) пояснюється подальшим поширенням пандемії COVID-19. В загальному за 2020 р. порівняно з 2019 р. з врахуванням пандемії кількість страхових виробничих нещасних випадків зросла на 51,3 % (кількісно з 4394 до 6646 осіб), кількість травмованих осіб з летальними наслідками стала меншою на 4,1 % (з 410 до 393 осіб).

В загальному, щодо професій, то за 2020 рік найбільше було травмованих серед медичного персоналу – сестра (брат) медичні, сімейні лікарі, а також водії автотранспортних засобів. Щодо вікових категорій, то найвищий рівень травматизму на виробництві виявили серед працівників від 50 до 59 років (це зокрема 1809 осіб – 27,2 % від загальної кількості травмованих за 2020 рік).

Серед організаційних причин найбільше значення мають такі дії, як невиконання інструкцій з охорони праці (становлять за результатами розслідування 25,3 % загальної кількості травмованих в Україні (або 1680 осіб); інші організаційні причини, відповідно 6,6 % (438 осіб); невиконання посадових обов'язків відповідальними особами – 4,3 % (288 осіб); порушення

вимог безпеки експлуатації транспорту – 4,3 % (286 осіб); невикористання відповідальними особами засобів індивідуального захисту – 2,9 % (196 осіб); порушення під час технологічного процесу – 2,1 % (137 осіб) та ін.

Щодо психофізіологічних причин, то серед них найбільш актуальними є особиста необережність потерпілого, що становить 7,5 % загальної кількості травмованих в Україні (або близько 500 осіб); інші психофізіологічні причини – 4,6 % (307 осіб); протиправні дії інших осіб – 3,3 % (218 осіб).

Технічні причини мають значний вплив, це зокрема незадовільний технічний стан будинків, споруд, інженерних комунікацій, технічних об'єктів, території (120 травмованих); невідповідність засобів колективного або індивідуального захисту вимогам безпеки, недостатність у кількісному відношенні (115 травмованих); вихід з ладу машин та інші технічні причини (72 особи); незадовільний технічний стан машин, які є засобами виробництва (54 травмованих) та ін.

Для зниження ймовірності ризиків травматизму до допустимого рівня і розвитку підприємств пропонується низка організаційних і технічних заходів безпеки праці [5]: зменшення кількості або відмова від робіт з високим ступенем небезпеки; удосконалення технічних систем безпеки об'єктів; впровадження спеціальних сучасних технічних засобів захисту (системи блокування, запобіжники, дистанційне управління, електронний захист тощо); до організаційних належать: інформування щодо безпеки процесів, навчання, інструктажі і перевірка знань вимог безпеки, реалізація програм аналізу процесів формування травмонебезпечних ситуацій, документування схем безпеки виробничих процесів та операцій тощо.

Список використаних джерел:

1. Tymochko, V., Horodetskyi, I., Berezovetskyi A. Оцінка ризику під час роботи на металообробних верстатах токарної групи. *Вісник Львівського НАУ: агроінженерні дослідження*. 2018. № 22. С. 187–195.

2. Городецький І. М., Мазур І.Б., Городецька Н. Г., Березовецький А.П. Вплив обставин на формування небезпечних ситуацій аграрного виробництва. *Вісник Львівського НАУ: агроінженерні дослідження*. 2017. № 21. С. 162–166.

3. Городецький І.М., Тимочко В.О., Мазур І.Б., Городецький І.І., Березовецький А.П. Аналіз динаміки причин дорожньо-транспортних пригод і прогнозування небезпечних подій. *Вісник Львівського національного аграрного університету: агроінженерні дослідження*. Львів, 2021. № 25. С.182-188.

4. Травматизм на виробництві в Україні. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/oz_rik/oz_u/arch_travm_na_vyrob.htm (дата звернення 22.02.2023).

5. Городецький І. М., Мазур І.Б., Городецька Н. Г. Використання методів менеджменту безпеки процесів в аграрному виробництві. *Вісник Львівського НАУ: агроінженерні дослідження*. 2013. № 17. С. 35–39.

УДК 330.34-047.27:637.1

*Гринчук Ю.
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту,
Шевченко А.
магістр*

Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква

ІДЕНТИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ринкові процеси мають великий вплив на обсяг виробництва, реалізацію кінцевого продукту, структуру та розмір витрат, суттєво впливають на визначення собівартість реалізованої продукції. На даний час актуальною є потреба товаровиробників в інформаційно-аналітичному забезпеченні, щодо співвідношення обсягу виробництва, витратами та рентабельністю.

Суттєвими є вибір напрямів та резервів зниження зазначених вище витрат з метою ефективного управління формування собівартості. Незалежно від виду та сфери діяльності підприємств, головною їх метою є отримання незбиткового фінансового результату, досягти такого можливо тільки тоді, коли виручка від реалізації продукції перевищуватиме витрати на їх виробництво, а бо ж іншими словами - собівартість.

Собівартість, як якісний показник відображає основні аспекти виробничо-господарської діяльності суб'єкта підприємницької діяльності [1, С.85].

Слід відмітити, що деякі економісти при визначенні найменування аналізованої системи свідчать про необхідність управління собівартістю [2, С.54].

Дослідження свідчать, що в практичній діяльності суб'єктів господарювання всі функції управління витратами в нинішніх умовах мають суттєві недоліки.

Автоматизація процесу обліково-аналітичного забезпечення на основі застосування сучасних інформаційних систем дозволяє з метою зниження основних витрат використовувати комплекси економіко-математичних моделей [3].

Основні першопричини, які впливають на зміну собівартості продукції, передбачає, окрім оцінки досягнутих результатів, ще й порівняльний аналіз альтернативних варіантів та вибір із них оптимального, що найбільше відповідає цілям розвитку суб'єкта господарювання. Для цього на інформаційній базі даних, яку формує інтегрована система фінансового, управлінського обліку слід вирішувати такі завдання: оцінка економічного ланцюга «витрати-обсяг виробництва-прибуток», визначення точки беззбитковості господарської діяльності; планування асортименту виробництва продукції; визначення структури випуску продукції з урахуванням обмежуючих ресурсів; вирішення проблем з ціноутворення; розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності.

Ключовим етапом розробки заходів щодо зниження комплексних витрат є

оцінка маржинальної рентабельності, що умовах багатоасортиментного виробництва сприяє визначення оптимального асортименту, що забезпечення прибутковості виробничої діяльності.

При прийнятті управлінських рішень на рахунок асортименту потрібно брати до уваги, що маржинальна рентабельність біо-кефіру в упаковці 1 л (49,1%) є нижчою, ніж біо-кефіру 2,5% жирності в упаковці 0,5 л (58,2 %). Значною також є загальна рентабельність продукту (24% 1 літру проти 34,2% 0,5 літрів). Щодо виробництва фасованої сметани 25% жирності виходить, що при досить низькій загальній рентабельності (1,5%) маржинальна рентабельність (6,1%) є достатньою, щоб продовжувати виробляти цей продукт.

Важливу роль у підвищенні ефективності діяльності по реалізації продукції молокопереробних підприємств відіграє вдосконалення управління витратами.

Молоко та молочна продукція є товарами широкого вжитку, тому вони повинні бути легко доступними для споживачів. Одними зі шляхів оптимізації витрат на канали збуту молокопереробних підприємств є такі:

- впровадження в його діяльність концепції логістики, що забезпечить покращення збуту молочної продукції. Формування оптимальних маршрутів руху автотранспорту за методом розрахунку найменшої різниці відстаней вимагає чіткої послідовності дій та передбачає розробку схеми розміщення пунктів постачальників, побудову «мінімального дерева» та визначення раціонального порядку об'їзду пунктів кожного маршруту.

Розробка схеми розміщення пунктів постачальників молокопереробних підприємств передбачає побудову карти-схеми логістичного полігону з метою формування можливих маршрутів руху й охоплення окремих постачальників. Вихідними даними для розробки схеми є відомості про відстані між пунктами-постачальниками, що відображені у додатку К. Згідно з одержаною інформацією побудовано карту-схему логістичного полігону розташування пунктів заготівлі молока;

- формування власної сировинної зони. Підприємства молочної галузі як і інші, зацікавлені у просуванні своєї продукції на нові регіональні ринки, тому однією з головних цілей є оптимізування власну сировинну зону для підвищення якості продукції, не витрачаючи «зайвих» коштів.

- удосконалення маркетингової політики. Формування ефективних каналів збуту продукції молокопереробних підприємств є одним з найсуттєвіших резервів підвищення ефективності збутової діяльності та функціонування підприємств загалом. Реалізація продукції, що випускається молокопереробними заводами, неможлива без розроблення системи міроприємств, спрямованих на удосконалення маркетингової політики. Використання індивідуального підходу дозволить молокопереробному підприємству сформувати свою сировинну зону, а кращих постачальників за підсумками року заохотити (наприклад, передбачити для них наступного року обов'язкову надбавку в розмірі 3-5% до ціни молока першого сорту, своєчасно оплатити поставлене молоко, надати допомогу при купівлі устаткування і кормів).

Список використаних джерел:

1. Косовська В. В. Вплив трансферу сировинних ресурсів на собівартість продукції підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 9. С. 84-87.
2. Бондаренко Н. М., Устименко А. К. Собівартість продукції: економічна сутність та її види. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2015. Вип. 11(2). С. 51-54.
3. Левицька С. О., Андреева А. О. Автоматизація господарського обліку як чинник прискорення процесу діяльності підприємств. Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Економіка. 2011. Вип. 16. С. 608-614.

УДК 361.115

Дранус Л.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Кірушов Ю.

*студентка факультету економічних наук спеціальності 073 «Менеджмент»,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління конкурентоспроможністю підприємства є дуже важливим, оскільки у сучасному бізнес-середовищі конкуренція між підприємствами зростає, і тільки ті, хто здатний ефективно конкурувати, можуть зберегти своє місце на ринку та забезпечити стабільний прибуток.

Конкурентоспроможність є важливим показником для підприємства, адже є демонстрацією якості товару або послуги, символом лояльності споживачів тощо. Розвиток конкурентоспроможності продукції та в цілому підприємства забезпечує конкурента політика.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність створювати, виробляти та продавати товари або послуги кращі за якісними або кількісними характеристиками ніж у конкурентів. Це поняття може бути розглянуто у площині конкурентних переваг підприємства перед іншими підприємства галузі, суміжних сфер, національної або міжнародної економіки.

Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою, що визначається комплексно та показує ступінь переваги групи показників оцінки діяльності підприємства.

Рівень конкурентоспроможності визначається такими чинниками: споживчі властивості товарів, маркетинговою політикою, характеристикою ринків збуту товарів або послуг. Більшість чинників не піддаються кількісній або відносній оцінці, що робить показник конкурентоспроможності вразливим до змін.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства передбачає вивченні факторів впливу на її рівень.

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства поділяють на внутрішні та зовнішні.

Зовнішні фактори – це сукупність суб'єктів господарювання, економічних, політичних, соціальних, культурних, природніх умов національного або міжнародного значення. Можна зробити висновок, що це глобальне оточення підприємства, що може вплинути на його рівень конкурентоспроможності.

Для аналізу зовнішнього середовища та його факторів впливу використовують PEST або SWOT-аналіз.

Внутрішніми факторами є чинники, що контролюються підприємством, зокрема:

- управлінська діяльність (організаційна структура, кваліфікація керівного складу тощо);

- технології та обладнання (оновлення, що дозволяє збільшити конкурентоспроможність);
- сировина, матеріали та напівфабрикати (якість, достатність, обсяг відходів тощо);
- збут продукції (обсяг збуту, витрати на реалізацію товарів або послуг тощо).

Оцінка рівня конкурентоспроможності є важливою частиною процесу управління конкурентоспроможністю, що впливає на якісне ведення господарської діяльності підприємства. Під час оцінки можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства та використати для отримання конкурентної переваги.

Науковці використовують різні методи та підходи для оцінки конкурентоспроможності. У таблиці представлена класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Ознака	Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства
За способом оцінки	Якісні
	Кількісні
За формою представлення інформації	Матричні
	Графічні
	Індексні
За ступенем врахування аспектів функціонування підприємства	Спеціальні
	Комплексні
За можливістю прийняття стратегічних рішень	Поточні
	Стратегічні
За напрямом формування інформаційної бази	Критеріальні
	Експертні
Залежно від об'єкта оцінки	Методи оцінки конкурентоспроможності персоналу
	Методи оцінки конкурентоспроможності продукції
	Методи оцінки конкурентоспроможності організації
Залежно від конкретизованої мети оцінки	Позиціонування у групі
	Визначення динаміки позицій у групі
	Визначення конкурентних переваг

Джерело: [1].

Алгоритм оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є наступним:

1. Вибір мети оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.
2. Вибір конкурентів для оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.
3. Визначення груп показників, що підлягають оцінюванню.
4. Розрахунок одиничних, групових та інтегрального показників конкурентоспроможності підприємства.
5. Висновок про рівень конкурентоспроможності підприємства.

Внаслідок отриманих висновків підприємство може прийняти рішення про впровадження стратегій з мінімізації впливу слабких сторін та посиленню сильних або утриманню та посиленню позицій.

Заходами з підвищення конкурентоспроможності є:

- узгодження якості продукції з потребами споживачів;
- виявлення та реалізація переваг перед товарами-замінниками;
- визначення переваг та недоліків товарів-субститутів та використання їх позитивного досвіду;
- модифікація продукту;
- зміна цінової політики;
- диверсифікація продукції підприємства;
- посилення маркетингової політики.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства є важливим процесом, що дозволяє підприємству зберігати та зміцнювати свої позиції на ринку. Для досягнення успіху в конкурентному середовищі підприємство повинне мати ефективну стратегію, яка базується на аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища, врахуванні потреб та очікувань клієнтів, визначенні конкурентних переваг та ризиків.

Список використаних джерел:

1. Шапурова О. О. Методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. *Вісник ХДУ Серія Економічні науки*. 2018. №31. URL: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/390/387>
2. Кравчук Б., Лазоренко Т. Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2020. №6. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/34210>

УДК 659

Дранус Л.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Максимчук К.

*студентка факультету економічних наук спеціальності 073 «Менеджмент»,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЮТЮНОВОЇ ІНДУСТРІЇ

Ринок тютюнових виробів – специфічний ринок, адже, з одного боку, продукти діяльності таких підприємств завдають шкоди здоров'ю населення, а, з іншого боку, його ліквідація може призвести до суттєвих втрат надходження до державного бюджету, зростанню рівня безробіття і сприятиме посиленню рис тіньової економіки в цій індустрії.

Задля зменшення їх споживання Уряд застосовує низку обмежень, які постійно змінюються і стають жорсткішими, зокрема це стосується і маркетингової політики. Про існування тютюнових виробів знають навіть діти, на нашу думку, слід спрямовувати державну політику на ініціативи по профілактиці захворювань, пов'язаних з тютюнопалінням, цього дійсно потребує населення. Або поширенню інформування про менш шкідливі альтернативи цигаркам, що буде спонукати людей поступово позбавлятися від залежності, а тютюнові компанії розвиватись і виводити на ринок все більш безпечні для здоров'я споживачів продукти, залишаючись одним з найбільших платників податків.

Після набуття чинності Закону України № 3778 - IV «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів» у 2012, повністю заборонена будь-яка реклама та постери із зображенням торгових марок та сигарет, забороняється проводити акції та події за підтримки тютюнових корпорацій [2]. З того часу тютюнові компанії не можуть брати участь у багатьох традиційних формах маркетингу, зокрема прямо впливати на споживачів.

Незважаючи на попит, який попри заборони законодавства залишається сталим, тютюнові компанії вдосконалюють свою продукцію, розробляючи менш шкідливі альтернативи цигаркам. Вони, застосовуючи всі канали, просувають їх у маси, для того, щоб населення знало про такі заміники і поступово позбавлялося від шкідливих наслідків, які наносить організму горіння тютюну та пасивне паління. Але держава і у цьому застосувала жорстке регулювання, прирівнявши, з 1 липня 2022 року Законом України № 1019-IX, електронні сигарети (ТВЕНи, glo, IQOS) до «тютюнових виробів». Їх заборонено рекламувати, а упаковки таких сигарет мають містити медичні попередження про шкоду для здоров'я. [3]

Незважаючи на такі жорсткі обмеження майже по всьому світу, щорічно тютюнові компанії витрачають мільярди доларів на маркетингову діяльність.

Тютюнові компанії вдало використовують тактику прихованого маркетингу, роблячи таке просування формально законним. В першу чергу необхідно розглядати особливості маркетингових кампаній тютюнових виробів. Вони дуже персоналізовані та націлені на різні цільові аудиторії, зокрема їх розрізняють за віком та статтю. Рекламу для молоді націлена на те, щоб зробити із своєї продукції “модний тренд”, для жінок – домінують теми соціальної бажаності та розширення можливостей, для чоловіків розроблені спеціальні кампанії та дизайни упаковок, які підкреслюють їх брутальність та незалежність.

В цілому на ринок свою продукцію тютюнові компанії просувають, застосовуючи дуже багато шляхів і дієвих методів, зокрема це рекламні акції, маркетинг у точках продажу, дизайн пакування та розтяжка бренду, інтернет-маркетинг та розробка корпоративних сайтів, рекламні текстові повідомлення та програми для мобільних телефонів, інфлюенс-маркетинг, благодійність, статті в журналах, просування через лобістів.

Окрім жорстких обмежень з боку держави, щорічно проводяться десятки антитютюнових медійних кампаній, що включають у себе: розповсюдження соціальної реклами у вигляді відеороликів на телебаченні та аудіороликів на радіоканалах; зовнішню рекламу у вигляді сітілайтів та білбордів; розповсюдження постерів, наклеювання листівок у закладах охорони здоров'я та інших громадських місцях; поширення соціальних роликів в Інтернеті. [1]

Проте не завжди на меті такої антиреклами є зменшення тютюнопаління, іноді у такий шлях намагаються перешкодити саме діяльності тютюнових компаній, у такому випадку фінансується діяльність антитютюнових лобістів.

Незважаючи на таку велику кількість пропаганди про шкоду тютюнопаління, кількість курців продовжує зростати, адже палити чи ні – особистий вибір кожної людини. Населення не дізнається про існування цигарок з реклами, натомість воно може дізнатись звідти про існування легальних виробників тютюнових виробів. На жаль, через погану освіченість у цьому питанні та зависокі ціни на цигарки, населення не кидає палити, а переходить на контрабандну або контрафактну продукцію, що є ще більшою загрозою для їх здоров'я, через незрозумілий склад та походження. Проте, це не єдина загроза, яку чинить перехід на нелегальну продукцію, це також спричиняє високу тінізацію тютюнового ринку, яка зростає в Україні з кожним роком, внаслідок чого бюджет втрачає мільярди гривень.

За даними останнього опитування населення про споживання тютюну, 90% опитуваних було високо проінформовано про негативні наслідки куріння для здоров'я, але готовність кинути шкідливу звичку становила близько 10%. За результатами дослідження, майже дві третини дорослих курців потребують допомоги, щоб відмовитися від куріння (60%), а отримати саме медичну допомогу в цьому питанні хоче отримати кожен третій (34%) із них [5].

Тому найдієвішою політикою держави щодо зменшення тютюнопаління буде допомога населенню у боротьбі із залежністю шляхом безкоштовної медичної та психологічної допомоги. А тих, хто не готовий боротись із шкідливою звичкою, інформувати про менш шкідливі альтернативи цигаркам.

Доповненням основних антитютюнових заходів повинен бути підхід, пов'язаний із зменшенням шкоди, який може відіграти додаткову роль у зниженні захворюваності та смертності від тютюнопаління.

Отже, маркетинг у тютюновій індустрії безсумнівно відіграє важливу роль. У такий спосіб виробники мають змогу інформувати споживачів про свій бренд та виводити на ринок нові види продукції, які приносять менше шкоди для здоров'я курців. Через заборону законодавством щодо проведення рекламних кампаній, гравці тютюнового ринку не мають можливості застосовувати відкритий маркетинг і тому надають перевагу прихованому, основною метою якого є підвищення лояльності до бренду. На противагу цьому наразі існує достатня кількість і антитютюнових маркетингових кампаній, яка повинна наносити шкоду діяльності виробників, проте населення перестало брати її до уваги, адже вже достатньо обізнане у питаннях шкоди цієї звички і свідомо від неї не відмовляється.

Для того, щоб давати можливість виробникам розвиватись, випускати нові, менш шкідливі альтернативи та продовжувати сплачувати податки, а населенню зменшувати вплив, який горіння чинить на організм, державі потрібно передивитись свій погляд на цю проблему. Маркетинг для тютюнових компаній є джерелом інформування населення про менш шкідливу продукцію, збільшувати на неї попит, зменшуючи у свою чергу попит на цигарки, а отже мати змогу розширювати свою діяльність, зводячи виробництво цигарок до мінімуму, а також не втрачати прибутки, через перехід споживачів на більш дешеву, нелегальну продукцію.

Список використаних джерел:

1. Левицька О., Римаренко К. 10 причин писати про контроль над тютюном. Прості поради для МЕДІА. К. 2020. 121 с.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів» від 22.09.2011 № 3778 - IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3778-17#Text>
3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження обігу підакцизних товарів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та посилення контролю за продажем таких товарів» від 02.12.2020 № 1019-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1019-20#Text>
4. Federal trade commision. URL: <https://www.ftc.gov/>
5. Глобальне опитування дорослих щодо вживання тютюну (Global Adult Tobacco Survey – GATS). Київ. 2017 р. 240 с.

УДК 336

Дроботя Я.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Дорошенко О.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА БАНКІВСЬКОЇ БЕЗПЕКИ

Масштабна віртуалізація – конкурентна перевага, це невід’ємний, зручний атрибут сучасності. Однак, це не лише зручний атрибут без якого ми вже не уявляємо функціонування держави, її економіки, банківської системи, а це ще й додаткові можливості забезпечення безпеки. Однією із таких сучасних віртуальних систем забезпечення безпеки в державі є використання хмарних технологій. Важливість банківської системи у забезпеченні фінансово-економічної безпеки держави вимагає застосування даної технології і в банківському бізнесі. Особливої актуальності ця технологія в банківництві набуває в реаліях військового стану.

Хмарні технології дозволяють банківському бізнесу набутися додаткових переваг розвитку шляхом формування гнучкої інфраструктури ведення бізнесу та гнучкості взаємодії.

Варто відзначити базові переваги хмарного бізнесу в банківництві: комплексність надання послуг, врахування потреб індивідуального клієнта, раціоналізація витрат, швидке масштабування, безпека зберігання інформації про клієнтів та інформації банківської таємниці, можливість зберігання значного масиву інформації пов’язаного із функціонуванням банків, скорочення фізичної інфраструктури, додатковий захист від кібератак, можливість онлайн управління, можливість здійснення керування банком через звичайний смартфон, надійність віртуальних інструментів, самостійність обслуговування для банків без залучення представників постачальника послуг [2].

Поряд із перевагами стосовно застосування хмарних технологій для формування додаткової безпеки банківництва є і певні недоліки, зокрема: перехоплення банківського трафіку, атака на банківський гіпервізор, залежність від розвитку хмарних технологій, їх досконалості та умов, нестабільність інтернет мережі, відсутність світла, DOS-атаки [2].

Проте, звісно, маючи недоліки, переваг все таки від застосування даної технології як технології безпеки банківського бізнесу більше. Дані переваги оцінив і Національний банк України.

Саме з цією метою Національний банк України наголосив на доцільності використання хмарних технологій в банківництві. Зокрема в постанові Правління Національного банку України від 08 березня 2022 року № 42 «Про використання банками хмарних послуг в умовах воєнного стану в Україні» окреслено основні аспекти банківництва з використанням хмарних технологій [1].

В межах табл. нами узагальнено базові тези даної постанови.

Таблиця

Хмарні технології як основа безпеки банківського бізнесу

Складові банківської безпеки з використанням хмарних технологій	Характеристика даних складових
Інформація про клієнтів	Надання комерційним банкам права на обробку та зберігання даних клієнтів в хмарі. Надання права на використання для даних цілей обладнання котре розташоване в країнах Європи, Великої Британії, Америки, Канади
Інформація, що є банківською таємницею	Надання комерційним банкам права на обробку та зберігання інформації, що належить до комерційної таємниці в хмарі. Надання права на використання для даних цілей обладнання котре розташоване в країнах Європи, Великої Британії, Америки, Канади
Процесинг за операціями	Можливість здійснення процесингу процесинговими установами резидентами та нерезидентами з використанням хмарних сервісів та обладнання інших країн
Криптографічний захист	Відповідність криптографічного захисту вимогам законодавства України та вимогам країн в межах яких сформовано обладнання щодо хмарних сервісів
Доступ до інформації НБУ та Фонду гарантування вкладів фізичних осіб з метою виконання покладених на них функцій	З ціллю контролю діяльності за комерційними банками їх зобов'язали надати доступ до інформації, котра розміщена в надавача хмарних послуг, а також відомостей стосовно умов оброблення цієї інформації

Джерело: узагальнено на основі [1]

Варто акцентувати, що дана Постанова НБУ формує як додаткові конкурентні позиції банківського бізнесу, так і його безпеку в реаліях воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Про використання банками хмарних послуг в умовах воєнного стану в Україні: Постанова Правління Національного банку України від 08 березня 2022 року № 42 / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/law/Resolution_08032022_42_kp.pdf (дата звернення: 2.03.2023).

2. Рубцова М. Ю. Хмарні технології як інструмент поглиблення віртуалізації фінансового сектору. *Ефективна економіка*. 2020. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2020/112.pdf (дата звернення: 2.03.2023).

УДК 657

*Єрмолаєва М.
к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,
Абакумова В.
здобувач вищої освіти освітнього рівня «Магістр»,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ

Дохідна частина державного бюджету формується за рахунок податкових надходжень від юридичних та фізичних осіб. За даними Міністерства фінансів України станом на 01.01.2023 р. загальна сума доходів зведеного бюджету України за 2022 рік склала 2196273,3 млн. грн., в тому числі податкові надходження становили 1343225,0 млн. грн. або 61,16 %. На долю Податку з доходів фізичних осіб припадало 420672,6 млн. грн. або 19,15 % [1]. При формуванні місцевих бюджетів роль ПДФО зростає. Його питома вага у структурі доходів загального фонду за 9 місяців 2022 р. склала 66,7 % [2].

Ставка Податку з доходів фізичних осіб визначена Податковим кодексом України і на теперішній час становить 18 %. Крім того ПКУ визначає інші ставки залежно від характеру доходів і джерел їх отримання громадянами. Слід зазначити, що доходи громадян оподатковувались завжди. Історія оподаткування громадян бере своє коріння зі стародавнього світу. Вважається, що у сучасному вигляді податок з доходів фізичних осіб було запроваджено у Великій Британії у 1799 р. як джерело фінансування її війни із Францією [3].

На території сучасної України існування оподаткування доходів громадян підтверджується ще в «Повісті минулих літ». Протягом історії оподаткування громадян змінювалось залежно від економічної ситуації, що складалася на території тодішніх держав.

На території колишнього СРСР в різні періоди історичного розвитку оподаткування доходів громадян змінювалось. Існувало багато форм оподаткування залежно від категорії отриманих доходів і статусу громадян. Так в сільській місцевості в різні часи справлялися подушні податки, податки на плоді дерева, на свійську худобу та птицю тощо. Робітники та службовці сплачували прибутковий податок та інші податки. За Радянського Союзу доходи громадян оподатковувались прибутковим податком розмір якого залежав від величини доходу. Максимальна ставка прибуткового податку становила 13 %.

Крім того з 1941 року було запроваджено Податок на неодружених, самотніх та бездітних громадян, який сплачували чоловіки віком від 20 до 50 років та жінки, що перебували у шлюбі та не мали дітей, віком від 20 до 45 років. Ставка податку становила 6%. Наприкінці 80-х років минулого сторіччя від сплати цього податку звільнялися молодята протягом одного року після укладання шлюбу. Якщо у подружжя за цей період не народжувалися діти, то справляння податку поновлювалось. З розпадом Радянського Союзу податок на бездітність було скасовано.

За часи незалежності України оподаткування доходів громадян неодноразово змінювалось. Так, згідно ЗУ «Про прибутковий податок з громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства» від 1.07.1991 р. № 1307-ХІІ, оподаткування доходів громадян здійснювалось за прогресуючою шкалою. Доходи, що не перевищували 186 крб. не оподатковувалися, доходи в розмірі від 186 крб. до 1500 крб. оподатковувалися за ставкою 12%; від 1501 крб. до 2000 крб. – в сумі 157,8 крб. плюс 15% із суми, що перевищує 1500 крб.; від 2001 крб. до 3000 крб. – в сумі 232,8 крб. плюс 20% від суми, що перевищує 2000 крб.; від 3001 крб. і вище – в сумі 432,8 крб. плюс 30% суми, що перевищує 3000 крб.

Застосування прогресивної шкали оподаткування призвело до масового ухиляння від сплати податку і переведення заробітної плати в бізнесі в тінь. Широкого розповсюдження набуло явище так званої «заробітної плати в конверті» і державний бюджет втратив значну суму надходжень.

З 1 січня 2004 р. введено в дію Закон України «Про податок з доходів фізичних осіб» від 22.05.2003 р. № 889-IV. Згідно із зазначеним Законом запроваджено єдину ставку оподаткування доходів громадян – 15%. Крім того, громадяни сплачували внески на обов'язкове пенсійне та соціальне страхування. На сьогодні справляння податку на доходи фізичних осіб регулюється податковим кодексом України. Загальна ставка податку затверджена п. 167.1. ПКУ на рівні 18%. Крім того, ПКУ передбачає інші ставки податку залежно від типу отриманих доходів.

З початком проведення антитерористичної операції в Україні було запроваджено справляння військового збору в розмірі 1,5% від суми одержаних доходів. Кошти, які акумулюються за рахунок сплати військового збору, спрямовуються на потреби збройних сил України та інших інституцій, які здійснюють захист кордонів та незалежності держави. Слід зазначити, що військовий збір як тимчасовий захід наповнення державного бюджету, застосовується в історичному контексті не вперше. Так, з 1 січня 1942 р. в СРСР було запроваджено військовий податок, який мали сплачувати всі громадяни, які досягли 18-річного віку. У період з 1942 по 1945 рр. за рахунок цього податку було сформовано 7,4% надходжень державного бюджету країни [4].

Згідно даних Держказначейства України за 2021 рік до державного бюджету надійшло 28,6 млрд. грн. військового збору, а в цілому за період з 2014 по 2021 рр. загальна сума надходжень до загального фонду державного бюджету від сплати військового збору склала 131,9 млрд. грн. [5].

Отже, податки, що сплачують громадяни з отриманих доходів формують значну частку державного бюджету України. Задача держави полягає у створенні прозорих та зрозумілих умов оподаткування громадян, сприяння становленню культури сплати податків та контроль за цільовим використанням коштів державного бюджету.

Список використаних джерел:

1. Доходи зведеного бюджету України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income/>
2. Оніщук І. Аналіз виконання державного та місцевих бюджетів за 9 місяців 2022 року. *Децентралізація*. URL: <https://decentralization.gov.ua/en/news/15748>
3. Верига Ю. А., Прохар Н. В. Проблемні аспекти та напрями оптимізації оподаткування доходів фізичних осіб в умовах децентралізації влади. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2017. № 4 (82). С. 94-99.
4. Маркова Л. Г., Алексеєва Р. О. Військовий збір: теоретичний аспект. *Міжнародний науковий журнал*. 2015. № 3. С. 31-36.
5. До бюджету надійшло 130 мільярдів військового збору за 8 років. *Українська правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/02/4/682076/>

УДК 338.48 : 336.22

Калайтан Т.

доцент, кандидат економічних наук,

доцент кафедри історії України, економічної теорії та туризму,

Гримак О.

доцент, кандидат економічних наук,

декан факультету економіки та менеджменту,

Кушнір Л.

доцент, кандидат економічних наук,

завідувачка кафедри історії України, економічної теорії та туризму,

Львівський національний університет ветеринарної медицини та

біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів

ФІСКАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТУРИЗМУ

Туризм є важливою галуззю, яка забезпечує суттєвий внесок як у світову економіку, так і в економіку країн ЄС. У 2019р. внесок туризму до світового ВВП склав 10,3%. Незважаючи на значні втрати внаслідок кризи COVID-2019 туризм продовжує відігравати важливу роль і його внесок залишається значним. У 2021р. частка туризму у світовому ВВП склала 6,1%.

Досягнення успіхів на міжнародному ринку із зростаючою конкуренцією потребує сприятливого регуляторного середовища. Оподаткування є одним з його компонентів. Сфера туризму достатньо чутлива до змін в оподаткуванні та демонструє швидку реакцію на зниження ставок податків. Так, у липні 2011р. в Ірландії з метою зниження рівня безробіття було зменшено стандартні ставки податку на додану вартість (ПДВ) до 9% для деяких галузей. У результаті з другої половини 2011 року у секторі тимчасового розміщування та організації харчування спостерігався другий за величиною середній темп роста зайнятості, поступаючись лише будівництву [2].

Оскільки сектор туризму включає широкий спектр економічної діяльності, деякі податки впливають на окремі елементи сектора. У табл. наведено найбільш значні загальні та специфічні для туризму ЄС податки.

Пільговий податковий режим для туризму може включати знижені ставки ПДВ на розміщування, харчування та перевезення пасажирів, а також відсутність податків на розміщування та податків на виїзд. Кіпр, Естонія, Фінляндія, Естонія, Ірландія, Латвія, Люксембург та Швеція використовують всі ці інструменти. На іншому кінці спектру такі країни, як Австрія, Франція, Німеччина, Італія, Франція, Німеччина та Великобританія, які стягують кілька податків на послуги, пов'язані з туризмом. При цьому в жодній з цих країн не поєднують високі ставки ПДВ на проживання з податком на розміщування та податком на виїзд [3]. Основні дискусії науковців і практиків сфери туризму, зокрема його оподаткування, зосереджені на ставках ПДВ, розмірі податків (зборів) за проживання та авіапасажирських зборах.

Податки на туристичний сектор в ЄС*

Групи податків	Характеристика
Корпоративні прибуткові податки	Корпоративні прибуткові податки (КПП) значно різняться за ставками і базами, але загальні ставки КПП варіюються від 9% (в Угорщині) до 35,53% (у Бельгії), в середньому близько 21%. Багато найнижчих ставок застосовуються в країнах Східної Європи, де ставки становлять від 9% до 21%.
Податки на доходи фізичних осіб	Граничні ставки податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) для середнього заробітку в країнах ЄС варіюються від 10% у Болгарії до 54,5% у Бельгії, а в середньому по всіх країнах ЄС трохи нижче 30%. По всьому ЄС спостерігається тенденція до того, що вищий КПП асоціюється з вищим ПДФО. Існує дуже мало звільнень чи спеціальних схем для туризму щодо будь-якого з цих податків.
Податки на нерухомість	Ставки податку на нерухомість можуть значно змінюватись у межах країни і зазвичай встановлюються місцевими муніципалітетами, або як відсоток від вартості нерухомості, за квадратний метр землі або будівлі, або на основі передбачуваного доходу від оренди. Єдине значне звільнення чи спеціальна схема для туризму – це часткове звільнення у Франції.
ПДВ	ПДВ часто використовується як важіль для зниження податкового навантаження на певні частини сектора, при цьому в більшості держав ЄС застосовується та чи інша форма зниженої ставки до основних товарів та послуг, пов'язаних з туризмом. Тільки дві держави (Данія та Словаччина) застосовують ПДВ за стандартною ставкою для всіх товарів та послуг, пов'язаних з туризмом. Великобританія надає знижену ставку лише для пасажирських перевезень.
Податок на проживання	Податок на проживання стягується за короткострокове перебування в 18-ти країнах ЄС. Він стягується переважно з особи за ніч, при цьому муніципалітет має значну свободу дій щодо ставок, які застосовуються. Ставка, як правило, залежить від стандарту проживання (наприклад, від зірковості готелю чи курорту), місцезнаходження та місцевої влади. Для дітей часто діють пільгові ставки або повне звільнення від сплати. Порівняно низькі ставки стягуються у країнах Східної Європи, а в деяких країнах податкові надходження спрямовуються на розвиток туризму.
Авіапасажирський збір/податок на виліт	Хоча майже кожен член ЄС застосовує ті чи інші збори, за виліт, відносно небагато з них можна вважати податками, і більшість з них краще визначити як збори, пов'язані з конкретними послугами. В ЄС лише 7 країн застосовують податок на виліт. Ставки можуть значно відрізнятися залежно від аеропорту і часто різняться за тривалістю подорожі та за тим, чи є рейс всередині ЄС чи за його межами. Ставки можуть відрізнятися також залежно від типу повітряного судна і класу рейсу.
Інші специфічні для туризму податки та збори	Крім податків на розміщування і виїзд, дуже мало податків стягуються безпосередньо з туристичного сектора. У Франції два різних податки застосовуються до гірськолижної промисловості - місцевий державний податок на валовий дохід від експлуатації лижних витягів і податок на доступ до трас для бігових лиж. В Кіпрі запроваджено податок на гральний бізнес у рамках сприяння розвитку грального туризму.

*Джерело: [4, 3]

Специфічним туристичним податком є податок на проживання. Варіанти визначення суми податку: фіксована ставка на людину за добу, фіксована ставка на людину за добу у залежності від типу розміщування та зірковості, відсоток від вартості номера. Лише 9 країн ЄС-28 не стягують податок на проживання.

Погляди фахівців щодо цього податку варіюються від заперечення доцільності його існування до дискусій щодо його розміру та об'єкту оподаткування. Прихильники незастосування у туризмі податку на проживання мотивують це тим, що туристична діяльність сама по собі і без додаткових податків вже вносить значний внесок в податкові надходження. Крім того витрати туристів в магазинах, ресторанах, автозаправних станціях і т.д. безпосередньо формують додаткові податкові надходження. Податки в сфері туризму можуть впливати на конкурентне становище дестинацій за рахунок збільшення вартості перебування. Високі податки в цілому, а також додаткові туристичні податки можуть ставити під загрозу конкурентоздатність дестинації [1].

В Україні у якості податку на проживання виступає туристичний збір. Проблема полягає у тому, що кошти від цього збору надходять до місцевого бюджету і можуть витрачатись на різні цілі, у тому числі непов'язані з туризмом. На нашу думку туристичний збір має право на існування, але за умови спрямування коштів від його надходження виключно на цілі розвитку туризму, сприяючи підвищенню його конкурентоздатності [4]. Це необхідно зробити в Україні шляхом внесення необхідних змін у законодавстві та створення туристичних регіональних фондів.

Список використаних джерел:

1. HOTREC position paper on the emergence of different tourism taxes, especially bed taxes across Europe. 3 May 2012.
2. Khandanian, M. and Acheson, Je. Department of Finance, Ireland. REVIEW OF THE 9% VAT RATE ANALYSIS OF ECONOMIC AND SECTORAL DEVELOPMENTS. JULY 2018.
3. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. *PricewaterhouseCoopers LLP*: веб-сайт. URL: <https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/130660/The%20Impact%20of%20Taxes%20on%20the%20Competitiveness%20of%20European%20tourism.pdf>
4. Калайтан Т.В., Гримак О.Я., Кушнір Л.П. Фіскальне стимулювання конкурентоздатності українського туризму в умовах Євроінтеграції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2022. Вип. 44. С.41-49. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/44_2022ua/9.pdf

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

З приходом агресора в нашу країну суспільство потребує безпечного життя, і не тільки суспільство, а й підприємства. Тому більшість підприємств локалізували свої виробничі потужності та здійснюють функціонування в складних умовах. Соціальна відповідальність бізнесу має стати гострою необхідністю та елементом підтримки іміджу, бути складовою концепції підприємства стратегічної діяльності, в якій мають враховуватися інтереси співробітників, які працюють у компанії та суспільства загалом [1, с. 64].

Соціальна відповідальність бізнесу – категорія моральна, добровільна та тяжко впроваджується в нашому суспільстві. Визначається вона рівнем культури представників великого бізнесу, готовністю брати участь у розподілу проблем суспільства.

Виділяють кілька груп мотивів, які спонукають бізнес бути соціально відповідальним перед суспільством: економічні, соціальні та мотиви інтелектуально-ментального характеру [21, с. 79].

Економічні мотиви: використання ресурсів держави; витрати держави на охорону та безпеку країни; збитки, які завдаються виробничою діяльністю - екології, здоров'ю працюючих, населенню; своєчасне та чесне виконання податкових зобов'язань як головного джерела вирішення соціальних завдань.

Соціальні мотиви: турбота про персонал, який створює матеріальні цінності, репутацію та імідж як товару так і фірми; підтримка органів місцевого самоврядування, участь у охороні навколишнього середовища, благодійність; відповідальність засобів масової інформації за чесне інформування суспільства про події внутрішньоекономічного та політичного життя країни.

Мотиви інтелектуально-ментального характеру:

соціальна відповідальність у культурі світового бізнесу займає домінуюче становище;

вплив національної ментальності народу;

високоінтелектуальний бізнес за своєю суттю не може не бути соціально відповідальним, оскільки його інтелектуальність виростає на ґрунті багатства, створеного суспільством та природою.

У світовій практиці накопичено цікавий, а часом просто унікальний досвід поведінки соціально відповідального бізнесу, що дало підставу виділити американську та європейську моделі поведінки, хоча сьогодні можна говорити і про третю модель – інтегровану. Своє поширення вона набуває в Україні.

Американська модель соціальної відповідальності наголошує на філантропію – компанія частину прибутку інвестує у суспільно корисну

діяльність. Ця модель знаходить широку підтримку з боку населення, громадських організацій та персоналу компанії, оскільки дозволяє побачити поведінку компанії в людському (гуманному) світлі, тобто компанія ідентифікує себе з навколишнім середовищем. Цієї схеми дотримуються, наприклад, промислові компанії. Вони дбають про екологію у регіоні розташування компанії, інвестують у благодійність, освіту, науку, культуру, формують поведінку компанії як «хороших сусідів».

Зрозуміло, не всі приймають піарівські посили компаній щодо «людяності бізнесу» за чисту монету. Багато хто, і небезпідставно, вважає, що так компанії розплачуються за нечесно придбані капітали, майно, відмивання грошей тощо.

Європейська модель соціальної відповідальності пов'язана з досягненням її бізнес-цілей та є частиною стратегії створення додаткової вартості компанії. До об'єктів інвестицій відносять розвиток персоналу компанії, природоохоронну діяльність, розвиток науки, освіти, технологій тощо. Європейська модель більше орієнтується на соціально відповідальне, довгострокове ведення бізнесу, а не лише на благодійність, а також на дотримання таких установок, як: прозорість – поінформованість персоналу компанії та населення регіону; керованість та стабільність – передбачає, що соціально відповідальна поведінка закладається у стратегії компанії як складовий елемент її життєдіяльності та активізації функціонування; турбота про персонал – передбачає залучення співробітників до участі у соціальних проектах, що сприяє підвищенню їхнього статусу; сприяння надійності підприємства – вважається, що надійність зростає тоді, коли соціальні інвестиції зробили її частиною своєї стратегії розвитку.

Інтегрована модель передбачає використання в конкретних умовах найбільш прийнятних елементів, підходів та форм американської чи європейської моделі, доповнюючи елементами, що відображають національні традиції, ментальність, а також інновації, що формуються під впливом особливостей соціально-економічної ситуації.

Отже, бути соціально відповідальним перед суспільством, бізнес спонукає також усвідомлення ним того, що своєю виробничою діяльністю він часто завдає шкоди екології та здоров'ю людей, використовуючи природні та суспільні ресурси.

Список використаних джерел:

1. Каліна І.І., Палій С.А., Шуляр Н.М., Визначення основних пріоритетів реалізації стратегії цифровізації підприємств в умовах воєнного стану. : Наукові праці МАУП. Економічні науки № 3 (66) (2022)

2. Каліна І.І., Єременко Ю.О. Соціальна відповідальність рекламного бізнесу України в нових реаліях соціально-підприємницького сприйняття трансформаційних процесів. Функціонування українських ЗМІ в умовах воєнного стану в Україні: Наукова монографія. Рига, Латвія : «Baltija Publishing», 2022. 172 с.

УДК 332.455

*Квасній З.
к.е.н., докторант,
Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ
Науковий керівник: Квасній О.
к.е.н., викладач,
Дрогобицький фаховий механіко-технологічний коледж, м. Дрогобич*

ДО ПИТАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

«Розвиток підприємницької діяльності та ефективність його функціонування відіграє важливу роль у здійсненні економічних реформ і є головною рушійною силою, яка забезпечує формування стабільної економіки, зростання рівня життя населення та вирішення соціально-економічних потреб громади» [1].

Дата 24 лютого 2022 року стала переломним моментом для розвитку України, що зумовило формування нової реальності для територіальних громад. В нинішніх складних умовах щоденної роботи громад над проблемами поточного життєзабезпечення під часті звуки сирен «Повітряна тривога» вкрай важливо зуміти мобілізувати зусилля громад та переорієнтувати їх роботу на активізацію місцевого економічного розвитку[2].

Насправді проблеми, викликані модернізацією, є проблемами імміграції в усьому світі. Чим більше розвиваються наука і технологія, тим швидше ліквідовуються старі галузі, і тим важче перекваліфіковуватись і працевлаштовуватися. З метою отримання прибутку підприємства будуть звільняти працівників, перекладаючи соціальну відповідальність на державу, і ринок сам по собі не може вирішити проблему зайнятості.

Важливою проблемою також є порівняно висока вартість навчання. Зарубіжна практика показує, що жінки з вищим рівнем освіти менше бажають мати дітей і старіють швидше. Пенсії, медицина, освіта, житло – це проблеми, які не може вирішити лише ринок, і це призводить до виникнення низки соціальних проблем. Тому для кожної країни необхідно знайти новий шлях розвитку, який відповідає індивідуальним національним умовам.

Крім цього в нинішню епоху трансформаційних змін економічна істина полягає в тому, що економічні вигоди не дорівнюють соціальним вигодам, а також не дорівнюють екологічним вигодам. В опублікованій на початку лютого 2023 року Європейською комісією (Урядом ЄС) оцінці здатності України адаптувати власне законодавство до норм Європейського Союзу соціальна політика й зайнятість оцінена на одиницю [3]. Це вказує на один із найнижчих показників з багатьох напрямів, в якому Україна має запровадити європейські норми. Ідеться не про гроші, а про організацію роботи в регіонах і територіальних громадах.

Геополітична конкуренція в окремих регіонах і відповідно, в територіальних громадах, стає все більш інтенсивною, традиційні та

нетрадиційні загрози їх економічній безпеці переплітаються на фоні впливу чинника війни в Україні. Нестабільні та невизначені чинники зовнішнього середовища, пов'язані військовими діями росії в Україні, значно зросли, а ризики та виклики, з якими стикаються територіальні громади України, зросли і надалі зростають.

У відповідності до затвердженого Типового положення про агенцію регіонального розвитку (Постанова Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 2022 р. № 1203 «Деякі питання діяльності агенцій регіонального розвитку») вважаємо за доцільне розвивати створення в територіальних громадах агенцій місцевого економічного розвитку, які можуть охоплювати, як широке коло компетенцій, так і бути вузькоспеціалізованими (наприклад, агенції зі стратегічного планування, центри залучення інвестицій).

Науковцями вже визначено потенційні переваги для тих територіальних громад, в яких функціонуватимуть АМЕР: підвищення інвестиційної привабливості територіальної громади; функціонування агенції як посередника між владою, бізнесом і населенням; зростання якості проектного та програмного менеджменту; залучення додаткового фінансового ресурсу у громаду; формування середовища довіри між стейкхолдерами місцевого економічного розвитку; формування актуальної повної детальної інформаційної бази про територіальну громаду; формування бізнес-кейсів для інвестування; розвиток місцевого бізнес-середовища.

Таким чином, підтримуємо наукові позиції І.Сторонянської, Х.Патицької, А.Дуба, що «в контексті сьогоденної ситуації метою діяльності органів місцевого самоврядування повинно стати відновлення місцевої економіки і сприяння плавному переходу від екстреного реагування до досягнення визначених стратегічних цілей соціально-економічного розвитку громади, зокрема через впровадження антикризових інструментів місцевого економічного розвитку» [2, с. 5]. Необхідно також розвивати механізми стимулювання економічної активності в територіальних громадах у таких сферах, як планування, забезпечення зайнятості, ефективне управління власністю територіальних громад, використання природо-ресурсного потенціалу та максимального вирішення проблем організації функціонування соціальної сфери в територіальних громадах.

Список використаних джерел:

1. Програма розвитку підприємництва на 2023-2024 роки... URL: <https://kalushcity.golos.net.ua>
2. Сторонянська І., Патицька Х., Дуб А. Місцевий економічний розвиток у територіальних громадах: антикризові інструменти у воєнний і післявоєнний період / І.Сторонянської, Х.Патицької, А.Дуб // URL:
3. Чому Європейська комісія поставила Україні одиницю... URL: <https://texty.org.ua › articles › chomu-yeuropejska-ko...>

УДК 334.711:65.012

*Кобець Є.
к.е.н., доцент кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Суттєвим резервом підвищення ефективності організаційних систем управління є всебічне впровадження інноваційних пропозицій щодо концепції та методології логістики на підприємстві. Це організаційна інновація, яка може бути застосована для трансформації та адаптації економічних систем різного рівня. Саме логістика має стати надійним механізмом політики реформування економіки підприємства та враховує його соціальні, економічні, природні, демографічні особливості. На основі загальної методології формування систем необхідно розробити методологічні аспекти формування логістичної системи підприємства, проаналізувати логістичні зв'язки регіонального ринку з метою розробки логістичної системи підприємства, спрямованої на розвиток споживчих ринків.

Незважаючи на значний теоретичний науковий доробок, спостерігається неоднозначність розуміння категорії «система». Але всі досліджені теорії єдині в тому, що поняття «система» володіє двома протилежними властивостями: обмеженістю та цілісністю. Перша – це зовнішня властивість системи, друга – внутрішня, що формується в процесі розвитку.

Якщо розглядати можливість застосування теорії систем для формування логістичної системи підприємства, то перш за все необхідно проаналізувати існуючі спроби створення загальної теорії систем, що охоплюють всі наукові дисципліни та галузі дослідження. Безумовно, загальна теорія систем є визначальною для всіх наукових шкіл, в межах яких можуть виконуватися спеціалізовані дослідження. Ця теорія дозволяє встановлювати взаємозв'язки між аналогічними відкриттями та порівнювати аналогічні поняття різних наукових дисциплін. Таким чином, можна впевнено констатувати, що загальна теорія систем являє теоретичну основу для вивчення систем будь-якого рівня і, в тому числі, логістичних.

З поняттям системи пов'язані також і підходи до аналізу й синтезу різних організаційних утворень, в тому числі логістичних. Тобто, мова йде про системний, комплексний та аспектний підходи. Поняття «логістика» і є системою, в якій одні підрозділи визначають необхідний обсяг продукції для безперебійної роботи підприємства – постачання, інші займаються розподілом продукції – збут, треті – здійснюють просування продукції від постачальників до споживачів, четверті – акумулюють інформацію про постачальників, споживачів продукції, транспортні послуги тощо. В такому трактуванні логістична система досліджується з точки зору мікроекономіки. Поняття логістичної системи є найважливішим з усіх понять логістики. Вважаємо, що це поняття слід розглядати з двох точок зору: теоретичної та економічної. Як

показало дослідження, досить поширеним визначенням логістичної системи, побудованої на основі загальної теорії систем і кібернетики, є наступне: «логістична система – це адаптивна система зі зворотним зв'язком, що виконує ті чи інші логістичні функції й операції, і складається, як правило, з декількох підсистем та має розвинені зв'язки з зовнішнім середовищем» [3]. У цьому визначенні на першому плані є така важлива властивість логістичної системи, як адаптивність. У науковій літературі автори намагаються привести загальне визначення логістичної системи підприємства саме з економічної точки зору: «логістична система – це складна організаційно завершена економічна система, що складається з взаємозв'язаних в єдиному процесі управління матеріальними та відповідними їм потоками елементів-ланок, де сукупність (елементів-ланок), межі і завдання функціонування об'єднані внутрішніми та зовнішніми цілями організації підприємства» [1].

Аналіз визначень логістичної системи дає підставу для власного трактування цього поняття. Пропонуємо під логістичною системою підприємства розуміти складну організаційно завершену економічну систему зі зворотним зв'язком, що складається із взаємопов'язаних елементів, які мають внутрішні та зовнішні зв'язки, здатність змінювати свою структуру та визначати варіанти поведінки відповідно до нових цілей під впливом зовнішнього середовища. В такому трактуванні враховуються важливі властивості системи – складність, ієрархічність, цілісність, структурованість, рухливість, адаптивність, наявність зв'язків, організація, інтеграційні властивості.

Логістичною системою підприємства, як і будь-якою іншою, необхідно ефективно керувати за допомогою відповідних функцій управління. У загальному вигляді функція – це сукупність дій, спрямованих на досягнення окремої цілі, яка підпорядкована загальній меті управління [2]. Будь-яка логістична система здатна поділятися на кілька структур, які можна представити у вигляді горизонтальних функціональних підсистем в сфері закупівлі, виробництва й збуту. У свою чергу, в межах кожної з субсистем знаходяться структури функціонального характеру: складське господарство, транспортування, виробництво, надання послуг, пошук та обробка інформації. Кожен з цих елементів є обов'язковим для будь-якої логістичної системи, і тільки логістика об'єднує їх в систему з єдиними цілями і завданнями, які знаходяться і сфері мінімізації витрат всієї системи, а не її окремого елемента.

Пропонуємо виділяти два підходи до аналізу логістичної системи підприємства: комплексний і системний. *Комплексний аналіз* логістики дозволяє визначити пропорції логістичної системи та ефективність вартісних характеристик цих пропорцій, визначити управлінську політику. *Системний аналіз* допомагає функціонуванню та підвищенню ефективності логістичної системи підприємства, так як його результатом є нові концепції впровадження технологій і обладнання. Докорінна перебудова, реорганізація та реконструкція веде до суттєвих витрат. У той же час прийняття концепції логістики дає можливість заздалегідь визначити межі розвитку системи і досягти його еволюційним шляхом. Необхідно також враховувати, що системи логістики

підприємства різні за структурою, принципами вибору розмірів, функціями, а також стратегією їх функціонування й розвитку.

Власне логістична система підприємства – це еталон, на який повинні орієнтуватися суб'єкти, які прагнуть вижити в конкурентній боротьбі. Їх бажання сформувавши «ідеальну», по можливості найбільш досконалу систему, вимагає саме логістичного мислення, наявності її загальної методології. В економіці України логістика тільки формується і приймається за концепцію розвитку фрагментарно. Ми ще не дійшли до відповідного якісного рівня ринкових відносин, коли логістика стає вкрай необхідним напрямом розвитку того чи іншого суб'єкта господарювання. В різних моделях економічних систем (в залежності від ступеня монополізації, умов конкуренції, частки державного сектора) формуються різні об'єктивні передумови (фактори) доцільності (необхідності) і ефективності застосування логістичного підходу як методу організаційно-аналітичної оптимізації виробничо-комерційної діяльності суб'єктів господарювання.

Отже, досліджені теоретичні аспекти формування логістичних систем підприємства вимагають підкріплення конкретними методологічними рішеннями. Тому необхідно сформувавши специфічні риси системного підходу до проектування логістичних систем, які доповнять і уточнять існуючі методологічні принципи їх аналізу і синтезу.

Список використаних джерел:

1. Вініченко І.І., Городко М.В. Логістичний підхід в управлінні сільськогосподарськими підприємствами. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 24. С. 11-15.
2. Електронний ресурс «Вікіпедія». Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>
3. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Логістична система підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 41.С. 108-111.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ SMM ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

SMM (маркетинг у соціальних мережах) – це процес, у якому компанії використовують соціальні медіа для реклами та просування своїх продуктів або послуг, дозволяючи їм більш органічно спілкуватися з потенційними клієнтами; це ключова стратегія цифрового маркетингу, яка забезпечує унікальні переваги для функціонування бізнесу (Варто пам'ятати, що завдання бізнесу формують маркетинг-завдання). Використовуючи соціальні мережі, компанії можуть привернути увагу та інтерес споживачів без значних витрат. SMM є популярним серед різних видів бізнесу та представляє чимало варіантів взаємодії з аудиторією через текстові повідомлення, зображення, відео, посилання на вебсайти та ін. Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, YouTube та ін. соціальні мережі – це ті майданички, де бізнес може комунікувати зі своєю аудиторією через власний контент. Без сумніву, сьогодні SMM – один з ключових методів реклами, оскільки соціальні платформи на піку використання серед більшості людей у світі. Соціальні мережі дають можливість створити зацікавлену спільноту людей та з'ясувати їх думку про функціонування бізнесу. Варто навести приклади кількох соціальних мереж та їх важливість для діяльності певної компанії:

- Facebook – місце, яке об'єднує спільноти практично з усіх галузей життєдіяльності. SMM-фахівці у цій соціальній мережі мають можливість поділитися знаннями, підвищити впізнаваність бренду серед цільової аудиторії, і, зокрема, ознайомити їх із вебсайтом компанії. Важливо пам'ятати про методику публікацій: цікавий та привабливий контент.

- Instagram – вважається досить дієвою соціальною мережею для розвитку та функціонування бізнесу, при просуванні якого важливо пам'ятати про ефективну візуалізацію. Адміністратори Instagram часто впроваджують нові функції для рекламодавців, що дозволяє позитивно популяризувати серед потенційних клієнтів продукцію.

- LinkedIn – соціальна мережа, популярність якої з кожним роком серед української аудиторії зростає. Представники різних галузей можуть ділитися знаннями в LinkedIn, рекомендувати один одному співробітників і певні продукти, а також надавати поради та обмінюватися досвідом.

Ефективна співпраця власників бізнесу зі своєю спільнотою може бути результативною, як і традиційна рекламна кампанія. Маркетингова діяльність в соціальних мережах сформувала поняття «brand communities». Група споживачів при встановленні відносин один з одним на основі бренду, який їх об'єднує, формулюють т. зв. спільноту. Також це група вже наявних або потенційних клієнтів бізнесу, які поділяють певні інтереси та погляди, що часто відображаються як оцінювальний компонент. За приналежністю до бренд-

спільнот, учасники формують зв'язок із бізнесом та можуть обмінюватися інформацією з іншими учасниками групи.

Спектр рекламних можливостей у маркетингу стає все більш результативним. У минулому основною метою маркетингу в соціальних мережах було використання широкого охоплення та направлення на вебсайт. Основною перевагою SMM сьогодні вважається можливість налагодити зв'язки з потенційними клієнтами (Важливим для маркетологів є те, що SMM дозволяє охопити представників практично всіх вікових груп). До слова, реклама стає загальнодоступною та «видимою» у порівнянні з іншими методами її реалізації, а ще дозволяє бізнесу вести діалог та взаємодіяти з аудиторією.

На відміну від традиційних форм реклами, маркетинг в соціальних мережах демонструє взаємодію аудиторії з бізнесом: спілкування, публічні коментування (до слова, можливість «поспілкуватися з компанією» має не лише позитивні, а й негативні сторони). Окрім того, SMM як і у сфері інтернет-маркетингу, сприяє використанню розширених аналітичних можливостей, завдяки яким компаніям легше зрозуміти аудиторію та оптимізувати рекламну діяльність з точки зору ефективності та повернення інвестицій. Сьогодні чимало маркетологів у світі вважають, що SMM більше не є питанням вибору для ведення бізнесу, а представляється як елемент стратегії будь-якої компанії.

Успіх маркетингу в соціальних мережах для бізнесу полягає в його унікальних перевагах, у яких інші форми реклами не можуть з ним конкурувати: необмежена група потенційних реципієнтів; довгострокові відносини з клієнтом; можливість прямого контакту; миттєве поширення рекламних повідомлень; не значні фінансові витрати.

Як бачимо, SMM характеризується необмеженістю засобів представлення контенту. Окрім тексту, рекламна кампанія може базуватися на візуальних, відео- та аудіоматеріалах. Це впливає на більш широку взаємодію з потенційним споживачем, формуючи аналіз клієнтських уподобань та побажань.

Отож, головним чинником, що сприятиме розвитку бізнесу залишається вміння спілкуватися з клієнтом, якісний контент, використання можливостей нових технологій, а не лише популярність певної соціальної мережі. Окрім того, вважаємо, що результативність використання соціальних платформ залежна від певного виду бізнесу. Маркетинг в соціальних мережах не потребує значних фінансових вкладень і не завжди його використання означає успіх для бізнесу. Як висновок, головними завданнями SMM, зокрема, у бізнесі назвемо «бути майданчиком для комунікації з кінцевим споживачем, бути інструментом для формування довіри та утримання клієнтів, створювати віртуальну вітрину продуктів [...]» [1].

Список використаних джерел:

1. Кнорр І. Посібник з цифрової трансформації бізнесу. Миколаїв: Центр інформаційної підтримки бізнесу, 2021. С. 10.

УДК 658

*Котил Є.
магістрант спеціальності «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник: Бричко А.
кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління
та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Останнім часом актуальним є питання забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств. У зв'язку з посиленням впливу промисловості на навколишнє середовище актуальною є зміна економічної системи, виходячи з пріоритетів економічного розвитку та принципів сталого розвитку. Для досягнення стійкого розвитку підприємства важливо забезпечити збалансований розвиток економічних, соціальних та екологічних аспектів системи управління на всіх рівнях і в довгостроковій перспективі. Сучасне турбулентне середовище викликає нестабільність у суспільстві, що вимагає вивчення ситуації та розробки заходів щодо стабілізації внутрішніх процесів на підприємстві. Забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств не є управлінською проблемою, а процедури її досягнення недостатньо вивчені.

Сталий розвиток бізнесу – це здатність здійснювати підприємницьку діяльність з використанням трудових, соціальних, фінансових, матеріальних ресурсів і методів управління для забезпечення прибутковості та стійкого зростання бізнесу в невизначеному зовнішньому середовищі. Турбулентність зовнішнього середовища - зміни зовнішнього середовища на високому рівні, невизначені і непередбачувані, що характеризуються складністю кількісних співвідношень [1].

Т. Гринько і Т. Гвініашвілі визначили поняття «управління змінами» корпоративної стійкості з точки зору системного підходу, кожен з яких як механізм створення сукупності елементів (внутрішніх і зовнішніх), які впливають на бізнес і безпосереднє управління [2]. Щоб досягти стійкого розвитку, важливо мати систему управління у поєднанні з амбіціями підприємства. Системний метод дає змогу визначити показники взаємодії, які поділяються на групи.

- показники управління, що визначають здатність системи справлятися з впливом зовнішніх факторів;

- вхідні показники впливу людини на системи та параметри сталого розвитку;

- індикатори стану оцінюють поточні параметри системи для зміни рівня стійкості [1, с. 85–89].

Концепція стійкого розвитку базується на трьох основних принципах:

- забезпечення економічного та екологічного балансу;

- забезпечення рівності в людській сфері економічної та соціальної сфери, що означає максимальне використання ресурсів, наданих економічним розвитком, в інтересах населення;

- вирішення завдань розвитку в інтересах не тільки нинішнього покоління, а й усіх майбутніх поколінь з рівними правами на ресурси [3, с. 28–30].

Основні напрями стійкого розвитку підприємства наведено на рисунку 1.

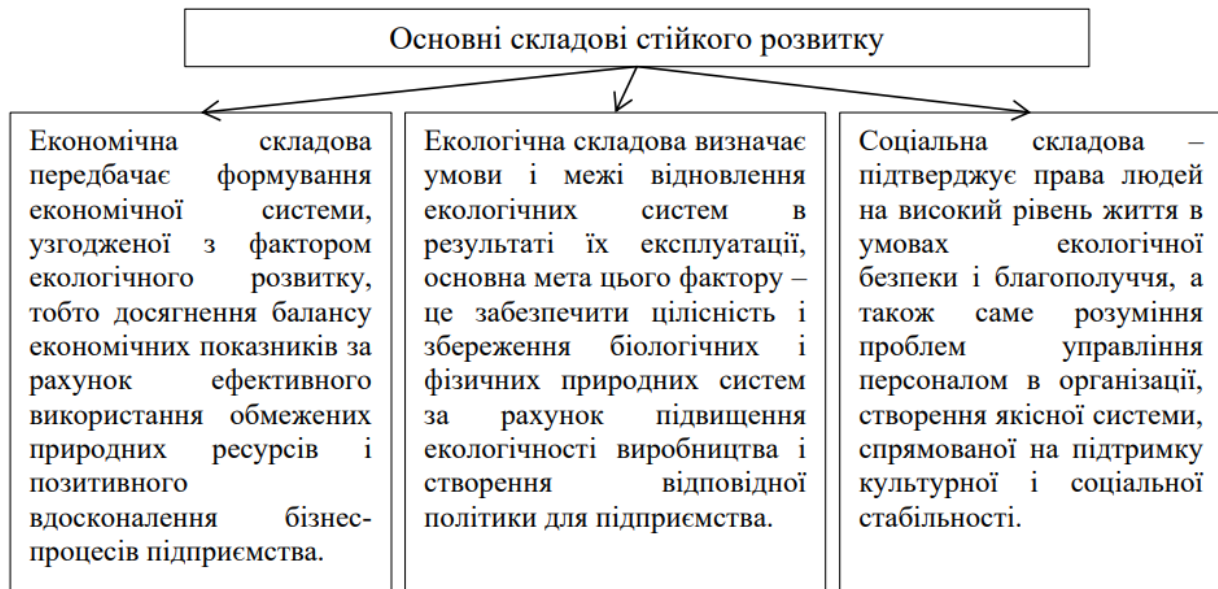


Рисунок 1 - Основні складові стійкого розвитку підприємства

Створення систем стійкого розвитку є постійним процесом, який відбувається в контексті постійно мінливих факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Елементи цієї процедури мають бути мобільними та контрольованими, але ступінь їхньої гнучкості залежить від чинних правових положень, організаційно-правової форми компанії, внутрішньої структури організації, кваліфікації та мотивації працівників, економічна конкуренція та фінансові ресурси. Основними етапами процесу розробки системи управління стійким розвитком є:

1) визначити стратегію розвитку підприємства:

- проаналізувати поточний стан організації;
- розробити стратегії стійкого розвитку організації;

2) визнання можливості загального розвитку;

3) модель стійкого розвитку:

- оцінка показників ефективності проекту для стійкого розвитку;
- створити систему об'єктивних показників та інструментів стійкого розвитку;

- виділення та реалізація стратегії з використанням об'єктивних показників та інструментів, визначених відділом (моніторинг, аналіз, оцінка, вдосконалення процесу реалізації).

Інструменти управління - це сукупність спеціальних методів, засобів і способів, які використовуються для збору, аналізу та прив'язки інформації до

кращих управлінських рішень, спрямованих на визначення стану системи управління, вирішення конкретних завдань і визначення найкращих шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства. Використовується для оцінки результатів управлінських рішень щодо розвитку господарської діяльності, моніторингу рівня досягнення цілей розвитку та запобігання помилковим рішенням у майбутньому.

На макроекономічному та мікроекономічному рівні концепція стійкого розвитку – це використання найкращих технологій для економії ресурсів для захисту навколишнього середовища та подальшого розвитку. Також видно, що для створення концепції управління конкретною бізнес-організацією необхідний системний підхід, оскільки зміна одного елемента не дасть бажаних результатів.

Для ефективної реалізації процесу стійкого розвитку бізнесу в турбулентному середовищі важливо визначити ключові інструменти. Для досягнення стійкого розвитку інструменти слід розглядати на основі трьох важливих аспектів: економічного, соціального та екологічного. Слід зазначити, що чим ширший перелік використовуваних інструментів, тим більше можливостей для детального аналізу тенденції розвитку та оцінки ефективності використання ресурсів підприємства.

Таким чином можна точніше визначити, чи потрібно покращувати ефективність заходів стійкого розвитку. За допомогою таких інструментів для навчання та вдосконалення бізнес-операцій можна спостерігати зміни та вчасно приймати рішення для підвищення ефективності використання ресурсів. Аналіз та оцінка ефективності інструментів управління бізнесом є важливою частиною вдосконалення системи управління бізнесом і є важливою передумовою фінансового успіху. Запропоновані інструменти управління повинні використовуватися на основі системного підходу для забезпечення стійкого розвитку кожної підсистеми. Це дозволить детально та всебічно проаналізувати діяльність підприємства та розробити низку заходів для забезпечення стійкого розвитку в турбулентному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1. С. 85–89. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vsed_2013_1_14.pdf.
2. Литнева Н. А. Механізм управління сталим розвитком промисловий. Сучасні технології управління. 2016. С. 64. URL: <http://sovman.ru/article/6403/>
3. Пакулін С. Л., Пакуліна А. А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства. Траєкторія науки. 2016. № 3 (8). URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50>.

УДК 631.11 -047.64

*Крушельницький М.
к.е.н., старший науковий співробітник відділу організації
менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ АГРОВИРОБНИЦТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Військова агресія РФ порушила темпи агровиробництва в Україні, що призвело до загострення питання продовольчої безпеки як в середині країни, так і в усьому світі.

За даними KSE Агроцентр і Міністерства аграрної політики та продовольства України, станом на 15 вересня 2022 року непрямі втрати в сільському господарстві України внаслідок агресії РФ становлять 34,25 млрд доларів США [1]. Цей розрахунок базується на врахуванні недоотриманого аграрним бізнесом доходу від зменшення кількості виробленої продукції та зниження внутрішніх цін, а також – додаткових витрат, спричинених війною (підвищена вартість пального, витрати на евакуацію (релокацію) оборотних активів та ін.).

Зниження виробництва с/г культур спричинило збитки у розмірі 14,2 млрд дол. США. Зменшення виробництва продукції тваринництва спричинили 348,7 млн дол. США збитків. Йдеться про скорочення виробництва у живій вазі, а також річне зменшення виробництва молока, яєць та продукції бджільництва – очікуваний спад на рівні 10%. Через збільшення витрат на виробництво сільське господарство України втратило 862 млн дол. США (збільшення вартості добрив та пального). Скорочення виробництва багаторічних культур спричинило збитки у розмірі 322 млн дол. США [1].

Зважаючи на те, що експорт сільськогосподарської продукції, передусім збіжжя, забезпечує надходження лівової частки валютних доходів держбюджету через механізм оподаткування, критично важливо зберегти позитивну динаміку як виробництва, так і експорту. На фоні значного скорочення доступних для посівів сільськогосподарських культур земель внаслідок мінування, окупації частини територій, важко знайти альтернативні способи підтримки агровиробництва. Однак, вже зрозуміло, що має бути змінено сам підхід до управління аграрним бізнесом в умовах пост воєнного відновлення. Це стосується як інформаційного забезпечення управління, податкового регулювання, державної підтримки [2, 3], так і надання підприємствам більшої свободи в управлінні активами і, передусім, потенціалом сільськогосподарських земель.

Зауважимо, що загальноекономічні підходи і принципи організації виробництва, бізнесу, торгівлі є незмінними навіть попри технологічно-інноваційні зміни в економічних процесах. В цьому аспекті доцільно аналізувати досвід проходження попередніх глобальних економічних і

продовольчих криз, зокрема досвід політики сільськогосподарського агровиробництва в період другої світової війни.

В 1942 році Американське товариство фермерів і сільських оцінювачів (ASFMRA) підготувало для публічного обговорення документ під назвою «Сільськогосподарська політика воєнного часу для фермерів і сільських оцінювачів» [4] в якому виклало концептуальні засади підтримки агровиробництва з метою забезпечення продовольчої безпеки.

На самому початку документа сказано, що сільськогосподарська земля є головним джерелом перемоги над проблемою нестачі продовольства. Відтак, саме зміни в підходах до її використання можуть потенціально вирішити кризу агровиробництва.

Як зазначили фахівці ASFMRA, при організації сільського господарства країни з ціллю максимізації агровиробництва, відповідно до прогнозованих потреб на етапі воєнних дій, слід дотримуватися таких принципів і політики у використанні земель [4]:

А. Має бути забезпечена свобода виробництва харчових продуктів і кормів для задоволення національних потреб без обмежень і покарань. Вимоги ООН вимагають докладання «всеосяжних» зусиль в цьому напрямі. Кожен придатний для обробки акр землі повинен бути залучений у виробництво або готуватися до швидкого залучення у виробництво сільськогосподарської продукції.

В. Максимальне використання резервів родючості землі, навіть у межах тимчасової зміни стану ґрунту в деяких випадках. Тимчасова «жертва» родючості ґрунту має невелике значення в порівнянні з людськими жертвами, необхідними для перемоги у війні.

С. Зберігати площі під багаторічними травами і лісом, щоб запобігти розбалансуванню структури земель країни. Змінювати цільове призначення земель задля їх відновлення. В той же час, робоча сила та обладнання, необхідні для агровиробництва, дадуть більші обсяги продукції при інтенсивних зусиллях на більш продуктивних землях.

Д. Займатися збереженням ґрунтів і поліпшенням тільки тоді, коли це можна зробити без використання праці та матеріалів, необхідних для воєнного виробництва. Заохочення практик, які швидко призведуть до збільшення результату.

Е. Культури слід вирощувати там, де вони дадуть найбільш економічну врожайність, враховуючи вимоги до праці, землі та обладнання. Нинішній стан і здатність землі, а не її історичне використання, повинні диктувати її поточне використання.

Ф. Інтенсифікація виробничих зусиль на більш продуктивних землях і ґрунті, найкраще пристосованому до певних культур, зазвичай призведе до більших обсягів отриманої продукції за тих самих зусиль, ніж як це можна отримати від розширення земельних площ, що потребують освоєння, або використання земель, які не є добре пристосованою до виробництва сільськогосподарських культур.

Г. Максимальне виробництво будь-якої необхідної сільськогосподарської продукції можна найкращим чином забезпечити в зонах звичайного виробництва, де добре зрозумілі методи та доступне обладнання та засоби обробки.

Таким чином, основою активізації і стимулювання аграрного виробництва в будь-який період історії є зміна підходів до використання головного активу – сільськогосподарських земель. Відтак досвід американських фермерів може бути орієнтиром для розробки сучасної політики управління аграрним виробництвом в Україні в умовах війни і післявоєнного відновлення.

Поряд з цим, другим важливим інструментом підтримки агровиробництва та експорту збіжжя є оптимізації оподаткування, яке все ще потребує змін. Адже як свідчить практика, вітчизняні підприємства не поспішають скористатися правом переходу на спрощену систему оподаткування. Адже оподаткування доходу зумовлює сплату податку навіть підприємствами, діяльність яких є збитковою. Економічна ситуація в країні зумовлює значне зростання обсягів витрат господарської діяльності та зростання ризиків зниження її ефективності. Підприємства зазнають збитків, і фактично сплата податку у розмірі 2% від доходу є значним податковим тягарем [2].

Отже, питання забезпечення позитивної динаміки виробництва і експорту сільськогосподарської продукції може бути вирішене в тісній взаємодії аграрного бізнесу і державних регуляторів, орієнтуючись на потреби воєнного часу і післявоєнного відновлення.

Список використаних джерел:

1. Непрямі втрати у сільському господарстві України внаслідок війни перевищують \$34 мільярди. *Укрінформ*, 11.11.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3612369-nepرامي-vtrati-u-sil'skomu-gospodarstvi-ukraini-vnaslidok-vijni-perevisuut-34-milardi.html>.
2. Ishchenko, Y., Semenyshena, N., Yevdokymova, N., Stepaniuk, O., & Tsaruk, V. (2022). Management of agricultural business in war conditions: features of accounting and taxation. *Independent Journal of Management & Production*, 13(4), s602-s624.
3. Жук В., Попко Є., Остапчук С. Фіксація завданої війною прямої шкоди аграрному бізнесу, на основі професійного судження бухгалтера. *Облік і фінанси*. 2022. № 2(96). С. 15-21. DOI [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-2\(96\)-15-21](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-2(96)-15-21).
4. An Agricultural War Policy for Farm Managers and Rural Appraisers. *Journal of ASFMRA*. Vol. 6, No. 2 (October 1942), pp. 109-114. URL: <https://www.jstor.org/stable/43755503>.

УДК 657

Кулик В.

*д.е.н., професор, науковий співробітник,
Південночеський університет в Чеських Будейовіцах, Чеська Республіка*

ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОВИХ РЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

За даними ООН, повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну призвело до найбільшої міграційної кризи з часів Другої світової війни – лише в Європі станом на сьогоднішній день перебуває близько 7,4 млн біженців, за межами України перебувають 9 млн осіб [4]. Більшість переміщених осіб – це жінки із дітьми, близько 70 % дорослих мають вищу освіту, дві третини були працевлаштовані.

Найбільше біженців з України прийняла Польща – там зареєстровано майже 1,5 млн людей. Трохи більше мільйона українців із початку війни прийняла Німеччина. На третьому місці за кількістю українських біженців Чехія – там зареєстровано трохи більше ніж 455 тисяч наших громадян. До десятки країн, в які від війни поїхали найбільше українців, також увійшли: Італія (171,5 тисяч), Іспанія (150,4 тисяч), Туреччина (145 тисяч), Британія (141,5 тисяч), Франція (118, 9 тисяч), Словаччина (99,3 тисяч) та Молдова (95,4 тисяч). Менше 10 тисяч українських біженців зареєструвалися у Словенії, Люксембурзі, Північній Македонії, Азербайджані, Албанії, Ісландії та Мальті [1].

Вимушено перебуваючи поза межами України, переселенці можуть отримувати доходи у вигляді: соціальних виплат від країни-реципієнта; заробітної плати від українського роботодавця; ведення підприємницької діяльності, будучи зареєстрованими як суб'єкт підприємницької діяльності в Україні; заробітної плати від роботодавця, який працює у країні-перебування; ведення підприємницької діяльності із її реєстрацією у країні перебування. Частина із перерахованих видів доходу може бути оподаткована у двох країнах одночасно, і в Україні, і в країні перебування.

Метою дослідження є узагальнення особливостей оподаткування доходів українців, які були вимушені переміститися за кордон через військову агресію Російської Федерації, а також визначення ризиків для української економіки, пов'язаних із набуттям її громадянами статусу «податкових резидентів» інших країн.

У випадку із українцями, які у зв'язку із бойовими діями виїхали за межі України, на них поширює свою дію тимчасовий захист, тривалість якого відповідно до Директиви 2001/55/ЄС та Імплементативного рішення Ради ЄС від 04.03.2022 має становити 1 рік та який згодом може бути продовжений на шестимісячні періоди впродовж не більше 1 року. Відповідно до зазначеної Директиви «тимчасовий захист» – процедура виняткового характеру для забезпечення у разі масового або неминучого масового напливу переміщених осіб із третіх країн, які не можуть повернутися до країни свого походження.

Податкове резидентство – статус, який передбачає обов'язок сплачувати податки з усіх доходів саме в цій країні. Згідно з законодавством більшості європейських країн після 183 днів перебування у країні-реципієнті, українці набувають статус «податкового резидента» цієї країни. Однак, деякі країни вважають українців податковими резидентами з 1 дня (Естонія) або після двох місяців перебування у країні (Кіпр).

Податковий резидент – особа, яка за законодавством певної держави підлягає оподаткуванню у ній на підставі місця проживання, постійного місця перебування, місця реєстрації або іншого аналогічного критерію. Податкове резидентство – це ознака, що вказує на максимально тісний контакт людини з країною, якій вона сплачує податки. Критерії визначення статусу податкового резидентства багато, і всі вони зазначені в ст. 14 Податкового кодексу України, податковому законодавстві інших країн та конвенціях про уникнення подвійного оподаткування [2]. Зазвичай основним критерієм залишається тривалість перебування в країні, крім місця проживання, важливим критерієм є присутність у країні центру життєвих інтересів.

Вартим уваги є той факт, що отримуючи статус «податкового резидента» у країні перебування, українці автоматично не втрачають статус «податкового резидентства» в Україні. Такий підхід є логічним, оскільки Україна не зацікавлена у зменшенні кількості платників податків, а зважаючи на те, що виїзд значної кількості громадян на такі тривалі терміни відбувається вперше за історію незалежної України, то на законодавчому рівні просто відсутня достатня кількість нормативно-правових актів, які б регламентували цей процес. Статуси «податковий резидент певної країни» і «резидент певної країни» також відрізняються. Перебуваючи, за межами України більше 183 днів українці не набувають статусу «резидента країни перебування», тому вони повинні продовжувати сплачувати податки і в Україні, якщо немає ознак того, що особа не є «податковим резидентом» в Україні.

Кожна країна має свої особливості визнання осіб податковими резидентами, які треба вивчати виходячи із вимог законодавства країни-реципієнта та життєвих обставин переміщених осіб. Крім того, Україна має чинні конвенції та договори про уникнення подвійного оподаткування зі 72 державами світу. Серед них – майже всі країни Європи, а також Мексика, Саудівська Аравія, Марокко, США, Канада, Сінгапур тощо.

Якщо між державами підписано та ратифіковано угоду про уникнення подвійного оподаткування, то основними моделями оподаткування можуть бути такі: 1) дохід оподатковується лише в одній країні; 2) дохід оподатковується в обох країнах, але в другій країні розмір податку зменшується на суму податку, сплаченого в першій країні. При цьому, яка країна є першою, а яка другою, визначається у відповідній статті угоди між країнами; 3) дохід оподатковується в обох країнах, але в другій країні розмір податку не може перевищувати певну ставку; 4) дохід оподатковується в обох країнах.

Фізична особа-суб'єкт підприємницької діяльності (ФОП) – поширена організаційно-правова форма ведення бізнесу в Україні. Перебуваючи за межами України багато підприємців продовжили свою підприємницьку

діяльність, отримуючи дохід на рахунки українських банків. У цьому випадку вони є податковими резидентами України і зобов'язані подавати звітність та сплачувати податки у встановлені чинним законодавством терміни. Якщо після переміщення за межі України підприємницька діяльність не велася, то треба припинити реєстрацію або продовжити подавати звітність та нараховувати і сплачувати податки. Зареєстрований ФОП, діяльність якого не припинена у порядку, визначеному законодавством, є ознакою податкового резидентства України. Зареєстрований в Україні ФОП може бути причиною відмови у виплатах соціальної допомоги або наданні житла на пільгових умовах у країні-перебування. Якщо ФОП сплачує податки від ведення підприємницької діяльності у країні перебування, сплачені суми не зараховуються в рахунок сплати єдиного податку в Україні [3].

Щодо юридичних осіб – законодавство інших держав часто містить вимогу щодо обов'язкової реєстрації та сплати податків для компанії, якщо в такій окремій країні розташований її офіс, або з території цієї країни фактично здійснюється контроль та керівництво підприємницькою діяльністю або сама така діяльність. Також, зазвичай, наявні вимоги щодо реєстрації окремої компанії або її постійного представництва – як передумови провадження діяльності. Наприклад, такі вимоги можуть виникнути до компанії, яка тимчасово переїхала до однієї з країн ЄС, орендувала офіс та розмістила в ній працівників. У такому разі вимога щодо перереєстрації у країні ЄС може надійти як від податкової служби відповідної країни.

Вищезазначене підтверджує, що кожна країна зацікавлена у збільшенні кількості податкових резидентів. Країни, які надали допомогу українським переселенцям, не є виключенням. Щоб зберегти своїх податкових резидентів українська влада здійснює ряд заходів, спрямованих на повернення українців в Україну та збереження статусу податкових резидентів України у країнах їх тимчасового перебування.

Список використаних джерел:

1. В яких країнах Європи найбільше українських біженців. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/yakux-krayinax-uevropy-najbilshe-ukrayinskyx-bizhencziv>
2. Плаксієнко В. Я., Верига Ю. А., Кулик В. А., Карпенко Є. А. Облік, оподаткування та аудит: навч. посіб. / За ред. В. Я. Плаксієнка., 2019. 509 с.
3. Kulyk V. Financial instruments as a tool to support the economy: Ukrainian and international experience. Креативний простір України та світу: кол. моногр. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. 264 с.
4. Ukraine refugees: Eager to work but need greater support. URL: <https://news.un.org/en/story/2022/09/1127661>

УДК 331.52:631.11

*Ланченко Є.
д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
Овдієнко І., Романенко О.
студенти магістратури,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м. Київ*

ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В Україні використання людських ресурсів у сільськогосподарських підприємствах потребує проведення наукових досліджень, оскільки в галузі простежуються високий рівень неформальної зайнятості населення, велика плінність кадрів і поступове скорочення персоналу. У період воєнного стану й очікуваного наступного періоду після завершення російсько-української війни простежуються та продовжуватимуться постійні й часом різкі зміни кон'юнктури на ринку праці, зокрема в аграрному секторі економіки України, через вимушену міграцію населення, порушення логістичних механізмів руху сільськогосподарської і харчової продукції на експорт за кордон тощо.

З початком російсько-української війни в лютому 2022 р. перед державою, суспільством, бізнесом постали проблеми з питань використання людських ресурсів у сільському господарстві. Адже різкі демографічні зміни, пов'язані з переміщенням більшості населення зі східних і південних областей в інші області держави та за кордон вимагають обґрунтованих розрахунків наявного населення й стану зайнятості в галузі на перспективу.

В Україні на початок 2022 р. проживало близько 41 млн осіб, у тому числі 12,5 млн осіб становили мешканці сільських населених пунктів, або 30,6 %. На селі простежується тенденція до поступового зменшення економічно активної частини населення. Натомість збільшується кількість безробітних в сільській місцевості – до 579,4 тис. осіб у 2021 р., а рівень безробіття за методологією МОП вже досяг 10,7 % серед сільського населення та 9,9 % – у цілому в державі у 2021 р. Тоді як у ЄС такий показник на третину менший – 7 % [1].

Головними людськими ресурсами для виробництва сільськогосподарської продукції традиційно є працездатна частина сільського населення. Серед галузей економіки України, у сільському господарстві зафіксовано найбільший показник тіньової (неформальної) зайнятості. Адже лише близько третини (30,3-33,1 % у 2019-2021 рр.) зайнятого населення в галузі працюють на формальній основі у суб'єктах господарювання [1]. Особливо таке явище поширено серед сільського населення, тоді як для міського населення – це виступає як захід активного відпочинку й/або хобі займатися огородинством і садівництвом у заміських дачних об'єктах.

У неформальному секторі аграрної економіки у 2021 р. працювали 1801,9 тис. осіб, з них лише 160,4 тис. осіб становить міське населення (переважно зайняті на присадибних, дачних ділянках), а 1641,5 тис. осіб – сільське

населення. Саме за останню категорію сільського населення разом із безробітним сільським населенням, яке раніше працювало в галузі (140,3 тис. осіб), слід потурбуватися органам влади при формуванні державної і місцевої (на рівні областей, районів, громад) політики зайнятості населення (при розробці програмних документів, відповідних заходів і механізмів їх впровадження, зокрема матеріальне, фінансове й земельне забезпечення), зокрема в аграрній сфері.

Потребу в кількості додаткових робочих місць у формальному секторі сільського господарства станом на 2023 р. і найближчі роки слід розраховувати як суму чисельності зайнятого населення в неформальному секторі сільського господарства та третини безробітного населення, що співпадає з кількістю безробітних осіб, які раніше працювали в цій галузі, із поправкою на темп зменшення всього населення держави за 2022 р. (1641,5 тис. осіб + 140,3 тис. осіб = 1781,8 тис. осіб; $1781,8 \text{ тис. осіб} * 90 \% = 1603,6 \text{ тис. осіб}$). Подібним чином сформовано прогноз для міського населення.

За різними даними [2-4] та враховуючи позитивні оптимістичні очікування завершення російсько-української війни, повернення українських біженців із-за кордону, таке зменшення можна оцінювати орієнтовно в обсязі 4-5 млн осіб. Для наших розрахунків візьмемо показник – близько 10 % зменшення населення України на початок 2023 р., що використано при розрахунку потреби створення робочих місць в аграрному секторі економіки.

Негативною залишається вже довгий період в Україні тенденція до зменшення кількості найманих працівників у сільськогосподарських підприємствах. Проте, враховуючи перевищення пропозиції робочої сили на ринку праці в сільському господарстві над її попитом, простежується позитивна динаміка збільшення кількості фермерських господарств. Адже тут якнайкраще проявляється мотивація праці (власник бізнесу – господар – працівник).

Згідно з даними Держстату України [1], більшість малих аграрних формувань (особисті селянські господарства, більшість фермерських господарств) в Україні традиційно займаються виробництвом трудомісткої і менш капіталомісткої продукції. Тому виходом із складної ситуації, коли очікується брак інвестиційних ресурсів у складний повоєнний час, є активізація всебічна підтримка фермерських і інших малих форм агробізнесу з виробництва агропродовольчої продукції. Адже для національної і продовольчої безпеки на локальному рівні ближче до споживачів у логістичних ланцюжках на рівні територіальних громад знаходяться саме малі форми агрогосподарювання.

Тренд збільшення кількості фермерських господарств слід підтримувати з боку держави (через збільшення обсягів фінансової підтримки кредитування, розвитку тваринництва й плідівництва, первинних переробних виробничих ділень тощо в рамках бюджетних програм Мінагрополітики України), територіальних громад (через надання земельних ділянок в обробіток, вільних виробничих площ комунальної власності, при можливості – фінансової допомоги, організацію обслуговуючої кооперації тощо), міжнародних грантових фондів, щоб стимулювати до переходу ефективних сільських

домогосподарств у сімейні чи звичайні фермерські господарства, інші малі форми агропідприємництва.

Продуктивність праці в малих і середніх сільськогосподарських підприємствах слід підвищувати завдяки диверсифікації виробництва продукції, зокрема нарощувати обсяги трудомістких видів продукції на інтенсивній основі. Малі форми господарювання в аграрному секторі економіки України є менш капіталомісткими, що актуально на сьогодні в умовах ризикованості ведення агробізнесу у воєнний і наступний повоєнний періоди, дефіцит інвестиційних ресурсів.

Розвиток малих форм господарювання в аграрному секторі економіки, зокрема фермерських господарств, обслуговуючої кооперації зі спеціалізацією на розвитку тваринництва, плідівництва мають бути стратегічними, пріоритетними й перспективними напрямками раціонального використання наявних людських ресурсів у сільському господарстві. Це дозволить забезпечити формальну зайнятість і продовольчу безпеку країни, збільшити трудові доходи, а також податкові надходження в державний і місцеві бюджети територіальних громад. Це дозволить отримати мультиплікативний ефект – при збільшенні кількості працівників сільського господарства збільшиться кількість працівників харчової промисловості й інших видів економічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Статистична інформація, публікації. Вебсторінка Держстату України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
2. В яких країнах українці шукають притулок від війни? Розбираємо детально. Голос Америки – Українською: незалежні новини. URL: <https://ukrainian.voanews.com/a/de-ukrainci-shukaiut-prytulok-vid-viiny-za-kodonom/6615534.html>.
3. Ситуація з біженцями в Україні. Портал оперативних даних. URL: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>.
4. Через війну з України назавжди може емігрувати до 5 мільйонів людей, – Елла Лібанова. Еспресо – український погляд на світ. <https://espresso.tv/cherez-viynu-z-ukraini-nazavzhdi-mozhe-emigruvati-do-5-milyoniv-lyudey-ella-libanova>.

УДК 657

Лега О.

*к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,
Яловега Л.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Прийдак Т.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

МІНІМАЛЬНЕ ПОДАТКОВЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ: СУТНІСТЬ ТА ПОРЯДОК ВИЗНАЧЕННЯ

З 1 січня 2022 року набули чинності положення Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень». Значна частина їх присвячена питанням оподаткування виробників сільськогосподарської продукції, зокрема, впровадження мінімального податкового зобов'язання.

Мінімальне податкове зобов'язання – це «мінімальна величина податкового зобов'язання із сплати податків, зборів, платежів, контроль за справлянням яких покладено на контролюючі органи, пов'язаних з виробництвом та реалізацією власної сільськогосподарської продукції та/або з власністю та/або користуванням (орендою, суборендою, емфітевзисом, постійним користуванням) земельними ділянками, віднесеними до сільськогосподарських угідь, розрахована відповідно до цього Кодексу» (пп. 14.1.1142 ПКУ) [1].

Першим роком, за який визначається мінімальне податкове зобов'язання, є 2022 рік.

Розмір МПЗ залежить від нормативної грошової оцінки (НГО) земельної ділянки, віднесеної до сільськогосподарських угідь (у середньому близько 28 тис. грн). Нормами ПКУ передбачено, що до 2024 року НГО не індексується, відповідно, сума МПЗ за 2022–2023 рр. буде незмінною.

Коефіцієнт, що застосовують у розрахунку МПЗ, становить 0,05; натомість для платників єдиного податку (ЄП) 4-ї групи ФОП передбачено застосування коефіцієнта 0,025. З огляду на середнє значення НГО сільгоспугідь по Україні розмір МПЗ становитиме близько 1400 грн/га у середньому в загальному випадку, близько 700 грн/га - для ФОП - платників ЄП 4-ї групи [2].

МПЗ визначатиметься для будь-яких земельних ділянок сільгосппризначення незалежно від їхнього розміру та приналежності, за винятком ділянок, розміщених у межах населених пунктів, використовуваних дачними/садівничими кооперативами (товариствами); у вигляді невитребуваних земельних часток (паїв), розпорядниками яких є органи місцевого самоврядування (крім переданих в оренду).

Порядок розрахунку МПЗ узагальнено у табл. 1.

Таблиця 1

Порядок розрахунку мінімального податкового зобов'язання*

Ознаки земельних ділянок	Формула	Умовні позначення
земельної ділянки, нормативна грошова оцінка якої проведена	$\text{МПЗ} = \frac{\text{НГО}_d \times K \times M}{12}$	МПЗ - мінімальне податкове зобов'язання; НГО _д – НГО відповідної земельної ділянки з урахуванням коефіцієнта індексації НГО для справляння плати за землю; К – коефіцієнт, який становить 0,05 (для 2022 та 2023 років – 0,04); М – кількість календарних місяців, протягом яких земельна ділянка перебуває у власності, оренді, користуванні на інших умовах (в тому числі на умовах емфітевзису) платника податків.
земельної ділянки, нормативна грошова оцінка якої не проведена	$\text{МПЗ} = \frac{\text{НГО} \times S \times K \times M}{12}$	МПЗ - мінімальне податкове зобов'язання; НГО – нормативна грошова оцінка НГО 1 гектара ріллі по області з урахуванням коефіцієнта індексації; S – площа земельної ділянки в гектарах; К – коефіцієнт, що становить 0,05 (у 2022 та 2023 роках – 0,04); М – кількість календарних місяців, протягом яких земельна ділянка перебуває у власності, оренді, користуванні на інших умовах (в тому числі на умовах емфітевзису) платника податків.

*узагальнено на підставі [4]

Обчислення суми, яка підлягає сплаті до бюджету:

$$P = \text{ЗагМПЗ} - \Sigma(\text{П\&В}),$$

де: P - різниця між сумою загального ПМЗ та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок;

Заг МПЗ - сума загального МПЗ щодо всіх ділянок сільськогосподарського призначення;

$\Sigma(\text{П\&В})$ - загальна сума сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок (таблиця 2).

Законодавчі зміни у частині МПЗ мало за мету – боротьбу з аграрною «тінню» (малі аграрні підприємства активно застосовуючи схеми нелегальної оренди земельних паїв, уникають належної сплати податку на доходи фізичних осіб, який вони повинні утримувати, сплачуючи орендну плату своїм орендодавцям) [2]. Та попри зовнішню привабливість ідеї боротьби з аграрною «тінню», не обійшлося без недоліків, зокрема, недосконалість самої конструкції «мінімального податкового зобов'язання»; відсутність урахування форс-мажорних обставин, що супроводжують сільськогосподарську діяльність; відсутність урахування специфіки та неврахування різної дохідності окремих видів діяльності тощо.

Таблиця 2

Особливості визначення показника Σ (П&В)

Склад суми сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок, які включаються до показника Σ (П&В)	Юрособи – платники податку на прибуток	Юрособи – платники ЄП 3 групи, якщо частка с. – г. виробництва $\geq 75\%$	Юрособи - платники ЄП 4 групи	ФОП – платники ЄП 4 групи	ФОП – платники ЄП 2 та 3 групи, якщо частка с. – г. виробництва $\geq 75\%$
<u>податок на прибуток</u> (*у разі переходу в податковому (звітному) році на спрощену систему із загальної)	+	+*	+*		
<u>ПДФО та ВЗ</u>					
- з доходів фізосіб, які перебувають з платником податку у трудових або цивільно-правових відносинах (крім доходів, які сплачені за придбання товарів у фізосіб);	+	+	+	+	+
- з доходів за договорами оренди, суборенди, емфітевізису земельних ділянок с. – г. призначення;	+	+	+	+	+
- з доходів (чистого оподаткованого доходу) від продажу (реалізації) власної сільгосппродукції (передбачено виключно для випадків, якщо ФОП протягом звітного року перейшов із загальної системи на сплату ЄП);					+
<u>єдиний податок</u> (*у разі переходу у податковому (звітному) році із спрощеної системи на загальну)	*+	+	+		+
<u>земельний податок</u> за земельні ділянки: віднесені до с. – г. угідь; *віднесені до с. – г. угідь які використуються ФОП для здійснення підприємницької діяльності (передбачено виключно для випадків, якщо ФОП протягом звітного року перейшов із загальної системи на сплату ЄП); ** у разі переходу в податковому (звітному) році на спрощену систему із загальної	+	**+	**+	*+	*+
<u>рентна плата за спеціальне використання води</u> (*у разі її сплати);	+	*+	*+	*+	*+
20 % витрат на сплату орендної плати за віднесені до сільськогосподарських угідь земельні ділянки, орендодавцями яких є юридичні особи, та/або які перебувають у державній чи комунальній власності.	+	+	+	+	+

*узагальнено на підставі [2-4]

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення 05.03.2023).
2. Тулуш Л. Новації оподаткування. 2022. URL: <https://agrotimes.ua/article/novacziyi-opodatkuвання-silgospvvyrobnykiv/> (дата звернення 05.03.2023).
3. Найда А.В., Д'якова А.І. Оподаткування сільськогосподарських товаровиробників: проблеми та перспективи. URL: http://lib.osau.edu.ua/jspui/handle/123456789/1696?mode=full&submit_simple=Показать+полное+описание+ресурса (дата звернення 05.03.2023).
4. Бухгалтерська агро-енциклопедія. Мінімальне податкове зобов'язання для юросіб і ФОП: розрахунки та зразки. URL: https://storage.7eminar.ua/content/record/4270/MPZ_dlia_yurosib_i_FOP.pdf (дата звернення 05.03.2023).

УДК 334.7:004.7

Литвиненко С.

магістрант спеціальності «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник: Бричко А.М., кандидат економічних наук, доцент
кафедри публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Організаційна культура - це система цінностей і принципів, включаючи символи, традиції, правила і події, які використовуються для організації поведінки членів команди, вирішення проблем і підвищення можливостей підприємства. Це визначення містить багато ключових слів і містить змістовне пояснення їх важливості для компанії.

Для кращого розуміння організаційної культури та її динамічних і мінливих елементів важливо розуміти її основні елементи, показані на рис. 1.



Рис. 1. Компоненти організаційної культури

Джерело: узагальнено автором на основі [1]

З розвитком ринкових відносин, започаткуванням процесу глобалізації та переходом до інформаційного суспільства знання, навички та мотивація працівників набули великого значення в процесі управління підприємством, оскільки без них неможливо реалізувати знання, ідеї та плани співробітників. Саме тому організаційна культура сьогодні визнана потужним мотиватором, регулятором та індикатором діяльності організаційних працівників. Знання особливостей організаційної культури дає можливість оцінити стабільність і конкурентоспроможність організації, можливу спрямованість управлінських рішень і здатність досягати запланованих результатів.

Питання створення організаційної культури, пов'язаної зі стратегічним управлінням, стає все більш актуальним, особливо коли розвиваються технології (комунікаційні та інформаційні), зростає рівень виробництва та

створюються нові групи продуктів. Все це сприяє зміні стратегії компанії і, таким чином, розподілу цінностей і роботи, що безпосередньо впливає на культуру організації.

Ці процеси природно суперечливі, оскільки різні типи організаційної культури підтримують різні способи досягнення цілей і прийняття рішень. Враховуючи важливість культури як об'єднуючого та стимулюючого чинника, її слід враховувати при здійсненні стратегічного управління. Тому необхідно визначити, який тип культури допоможе організації досягти стратегічних цілей. Крім того, важливо знати вплив культурних факторів на реалізацію стратегії. Розглядаючи роль сучасного суспільства та особистісні цінності, можна зробити висновок, що в компаніях, які враховують важливість впливу корпоративної культури та людського фактору в цілому, процес реалізації стратегій у компаніях проходить краще. Крім того, це допомагає створити продуктивне середовище для працівників ланцюжка управління, що сприятиме реалізації більш продуктивної стратегії.

Організаційна культура має значний вплив на організаційні рішення, тому слід враховувати внутрішні фактори. Культура є основою стратегії та впливає на комунікаційні процеси та елементи стратегічної комунікації. Якщо компанія має намір реалізувати стратегію, важливо враховувати її сильні сторони, і в цьому випадку потрібна сильна організаційна культура, завдяки якій можливі зміни впроваджуються поступово і спокійно. Однак цілком імовірно, що організаційна культура буде чинити опір новій стратегії, що призведе до внутрішнього опору та негативних наслідків для компанії.

Є положення, які показують вплив організаційної культури на стратегічне управління підприємством. Завдяки їм склалися наступні відносини: організаційна культура вважається важливим елементом стратегії, що спрямовує всі підрозділи компанії на досягнення спільних цілей; вплив на організаційну культуру залежить від характеристик; сучасне розуміння елементів системи управління компанією; залежить від опосередкованого зв'язку з культурою організації; На формування організаційної культури впливають дві групи факторів – внутрішні та зовнішні; створення корпоративної культури повинно здійснюватися відповідно до стратегії компанії; для створення організаційної культури, заснованої на стратегічному управлінні, необхідно створити можливий перехідний ланцюг від одного типу організаційної культури до іншого; послідовність створення організаційної культури стратегічного управління бізнесом має чотири етапи: поверхнева оцінка, глибинна оцінка, зрілість і контроль.

Таким чином, культура визначає межі організації та створює відчуття ідентичності серед членів компанії. Крім того, це допомагає створити унікальну прихильність команди для досягнення цілей організації.

Список використаних джерел:

1. What are the key components of organizational culture? Eagles's Flight.
URL: <https://www.eaglesflight.com/blog/what-are-the-key-components-of-corporate-culture>

УДК 658.3.07

*Ліщук Д.О.
магістр Національний Університет «Львівська Політехніка», м. Львів
Сай Л.П.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та міжнародного підприємництва,
Національний Університет «Львівська Політехніка», м. Львів*

HR-БРЕНДИНГ: СУТНІСТЬ І ПРОЦЕС РЕАЛІЗАЦІЇ

У сучасному світі, який характеризується стрімкими змінами, жорсткою конкурентною боротьбою і активною діджиталізацією процесів, особливої цінності для компаній мають висококваліфіковані фахівці. Якість залучених людських ресурсів визначає потенціал та конкурентоздатність компанії.

Для залучення працівників компанії використовують цінові методи такі, як: висока заробітна плата, система премій та винагород. Проте, варто звернути увагу на сучасні нецінові методи. Одним з таких методів є використання бренду роботодавця (HR-бренду).

Авторами теоритичних засад HR-брендингу вважають Саймона Берроу та Тіма Амблера. У 1996 році у своїй статті для «Journal of Brand Management» вони дають таке йому визначення: «Бренд роботодавця – це пакет функціональних, економічних і психологічних переваг, що надаються роботою, і ототожнюються з компанією-роботодавцем» [2].

У 2005 році Бретт Мінчінгтон директор консалтингової компанії «Australian Training Alliance» зазначив, що бренд роботодавця – це образ організації як найкращого місця для роботи у свідомості співробітників, клієнтів і потенційних кандидатів на ринку праці [1].

Досить нестандартне визначення цьому поняттю дав президент Recruiting Daily Вільям Тінкап: «.....бренд роботодавця - це яке враження від вашого бренду у кандидатів на посади.це унікальний запах компанії» [3].

HR-брендинг – це поняття, яке є складовою як маркетингу, так і управління персоналом, бо має на меті як створення позитивного образу компанії в уяві дійсних та потенційних працівників, так і представлення компанії на ринку, як сильного та конкурентоздатного лідера.

«За своєю суттю, брендинг роботодавця – це те, як ви рекламуєте свою компанію на ринку робочої сили та, що працівники говорять про вашу компанію як про місце праці» - цю думку висловила автор порталу HubSpot's Керолайн Форсі [4].

Досить цікавим є визначення С. Мокіної - брендинг роботодавця – це процес позиціонування образу компанії як найкращого місця для праці, в думках цільової групи кандидатів [5].

Це далеко не всі хто досліджував тему брендингу роботодавця, низку цікавих визначень можна знайти у працях: О. Гетьмана, А. Цибулько, М. Татаревської, О. Сороки, О. Лосікова, І. Гонтарева, К. Тимошенка та Р. Мансурова.

Тодд Рафаель, головний редактор ERE, вважав, що кожна компанія має мати певне ядро, головну місію, якою вона буде приваблювати до себе. Цим ядром є так звана ціннісна пропозиція роботодавця або EVP (Employee Value Proposition) навколо якої будуть формуватися усі ті чинники, які в майбутньому будуть створювати HR - бренд компанії (рис.1).

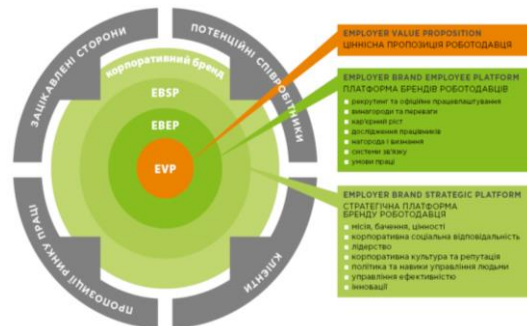


Рис. 1. Модель формування досконалого HR-бренду роботодавця [6]

Для формування міцного HR-бренду компанія має визначити свою ціннісну пропозицію, що включає не просто перелік привілеїв, які отримає потенційний співробітник, а є головною метою, місією роботи організації, де важливими є цінності та культура поведінки, яких повинен дотримуватися кожен працівник фірми відповідно до займаної посади.

Умовно можна виділити шість етапів формування HR-бренду:

1. На першому етапі проводиться загальний огляд компанії, визначаються її місія і цілі, аналізується галузь діяльності.

2. На другому етапі проводиться дослідження діяльності фірми. Розглядається процес виробництва товару чи послуги, аналізується робота усіх відділ та департаментів. В результаті аналізу можна чітко сформулювати усі переваги та недоліки організації.

3. На основі висновків зроблених на другому етапі формується ціннісна пропозиція роботодавця, яка представляє усі переваги праці саме в даній організації.

4. Після визначення EVP, слід розробити вдалу стратегію просування цих цінностей. Цим може зайнятися відділ маркетингу чи комунікацій, якщо ж фірма не має власних фахівців, то їй слід звернутися до відповідного агентства. Фахівці у сфері маркетингу визначають як краще представити вашу цінність на ринку та спрямують її на цільову аудиторію.

Для посилення уже сформованого HR-бренду застосовується п'ятий та шостий етапи процесу брендингу роботодавця.

5. Залучення співробітників до посилення бренду роботодавця. Працівники – це одне з найкращих джерел представлення компанії. Як правило саме думці працівників приділяють найбільшу увагу потенційні кандидати. Умови та обсяги роботи, відносини всередині колективу та субординація між працівниками, це неповний перелік усіх тих нюансів, які точно знає співробітник компанії. Саме тому слід використовувати їхні думки, щодо роботи в фірмі, для привернення уваги потенційних кандидатів. Важливою

складовою є не лише залучення нових співробітників, а й їх утримання та успішна інтеграція в колектив. Останньою складовою цього етапу є можливість навчання та підвищення кваліфікації для працівників. Даний метод дозволить утримати найбільш обізнані та мотивовані кадри в організації.

6. Формування чітких та коректних посадових інструкцій. Права та обов'язки працівників повинні бути чітко визначені заздалегіть, це усуне низку протиріч та проблем під час роботи організації.

Хоча HR-брендинг це досить нове поняття, усі аспекти якого ще недостатньо вивчені та розкриті (активні дослідження бренду роботодавця розпочалися лише в середині 1900-х років), проте його впровадження в організаціях вже зараз дає помітні результати. Так, за результатами опитування LinkedIn's 2020 Global Talent Trends Report 75 % респондентів зазначили, що якщо вибір стоятиме між компанією з позитивним брендом роботодавця і компанією без нього, найімовірніше вибір припаде на першу з них [7].

Отже, можна зробити висновок, що HR-бренд - це не просто напрямок маркетингу, який покликаний популяризувати компанію, це самостійне поняття, яке включає в себе процес залучення і утримання найкращих фахівців, через створення та просування на ринку позитивного іміджу компанії як роботодавця.

Список використаних джерел:

1. Збрицька Т. HR-брендинг як інструмент управління організацією. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє, випуск 14-15. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26587/1/Збрицька%20Т..pdf>
2. Ambler T., Barrow S. The employer brand. The Journal of Brand Management URL: https://www.researchgate.net/publication/263326597_The_employer_brand
3. Ben Slater Employer Branding: Definition, Process, Strategy, Measurement and Resources. URL: <https://beamery.com/resources/blogs/employer-branding-definition-process-strategy-and-resources>
4. Caroline Forsey. Employer Branding: What It Is and How To Build It for Your Business. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/employer-branding>
5. Мокіна С. М. Концепція бренду роботодавця: сутність, функції, класифікація, інструменти формування. Вісник Хмельницького національного університету, економічні науки, 2014. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_6\(1\)_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_6(1)_38)
6. Побудова HR-бренда. URL: <http://freshpr.ua/pr/hr-pr/>
7. Sam Daly Understanding Employer Branding. URL: <https://builtin.com/employer-branding>

УДК 331.522.4:338.1(477)

Майборода М.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

Семенякін С.

*аспірант першого року навчання факультету менеджменту,
адміністрування та права,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Цей рік поставив значні виклики аграріям, вони мали багато втрат своїх ресурсів, деякі здійснили релокейт свого бізнесу. Але найбільші і найважливіші втрати сталися саме відносно спеціалістів, які в умовах вторгнення РФ на територію України, переїхали і інші країни або регіони України. Людські ресурси – як найважливіший капітал будь-якого підприємства, має бути в достатній якості та кількості на підприємстві для виконання поставлених завдань ефективно з максимальним результатом [1]. Але сьогоднішні умови праці диктують аграріям нові тенденції в управлінні людськими ресурсами і на які варто звернути увагу в 2023 році (рис. 1).



Рис. 1 Ключові тенденції в управлінні людськими ресурсами на 2023 рік[2]

Поговоримо про ключові тенденції управління людськими ресурсами в аграрній сфері на 2023 рік. І почнемо ми з тенденції дистанційної роботи. Деяку роботу навіть в аграрній сфері можна виконувати дистанційно або використовувати гібридний графік, адже багатьом комфортніше та безпечніше

працювати з дому, в найбільш зручний час – не по графіку, не витратити час на дорогу[3].

Залученість та благополуччя команди – наступна тенденція, яка ще почала розвиватись з пандемією COVID-19. Уникнення стресу та вигорання на робочому місці займає все більше уваги, оскільки працівники все більше усвідомлюють важливість підтримки здоров'я на робочому місці. Вони все чіткіше розуміють, що ці питання є не тимчасовими проблемами, а можуть призвести до більш складних проблем зі здоров'ям та зниженням якості життя. Отже в 2023 році HR-відділи аграрних підприємств мають розглянути способи створення культури на робочому місці, яка сприятиме підвищенню рівня добробуту працівників. Ініціативи, які спрямовані на розвиток усвідомленості, контролю за психічним здоров'ям, сприятимуть відчуттю себе здоровою та продуктивною командою. Що ж стосується підвищення благополуччя або well-being працівників потрібно звернути увагу на психологічну підтримку, розширення можливостей для навчання та підвищення кваліфікації, а також серйозне ставлення до зворотного зв'язку співробітників — все це надійні методи, які аграрні підприємства можуть використовувати для підвищення почуття залученості їх працівників.

Різноманітність та мультикультурні команди – потрібно розвивати цей напрямок в аграрній сфері, так як ми плануємо все більше виходити на інші ринки збуту продукції і потрібно наймати в команду працівників з інших країн, створюючи мультикультурні команди. Команді з українських працівників доведеться навчитися тому, що ментальність та звички учасників цих команд можуть різко відрізнятись від наших. Тому потрібно бути готовими сприймати їх відкрито та конструктивно.

Більше діджиталізації. Підприємства в аграрній галузі розуміють важливість цифровізації, але поки що не впроваджують її в повному обсязі [4]. Це помилка, оскільки цей процес є надзвичайно важливим. Агробізнеси мають продовжувати інвестувати в цифрові технології та якісні рішення, доступні для співробітників. На сьогодні, підприємства обирають прості, але не особливо ефективні та надійні діджитал інструменти, що безпосередньо впливає на рівень діджиталізації. Рівень діджиталізації безпосередньо впливає на HR-відділи у двох випадках: по-перше, викликає незадоволеність співробітників серед молодших вікових груп з відповідним зростанням стресу. По-друге, на продуктивність праці впливає час, витрачений на налаштування та виправлення не дуже надійних інструментів, а також на впровадження навчальних програм по них. Отже діджиталізація вимагає більшої уваги до кращого функціоналу. Не погано використовувати в аграрній сфері системи управління персоналом та співробітниками, які об'єднують всі ключові функції в одній системі. Так підприємства можуть вкласти кошти в ґрунтовні методи діджиталізації, які принесуть швидкі результати.

Покращення менеджменту середньої ланки – до працівників середньої ланки належать спеціалісти у віці 30-40 років, які не отримуючи достатнього задоволення від виконуваної роботи, звільняються, тим самим в аграрній сфері з'явилася прогалина серед цих спеціалістів, особливо в останні роки, яке

пов'язано з навколишньою ситуацією. Підприємства намагаються закрити цю недостачу – наймаючи працівників, які не мають достатньої кваліфікації. Це означає, що аграріям доведеться більше інвестувати в адаптацію, навчання на робочому місці та освітні програми для подолання розриву в навичках та досвіді. Для того, щоб підтримати працівників, які вступають на керівні посади середньої ланки, до яких вони не звикли, HR-відділи повинні забезпечити створення чітких каналів зворотного зв'язку та комунікації. Таке поєднання підвищення кваліфікації та наставницької підтримки має допомогти більшій кількості підприємств вирішити цю проблему.

Збільшення використання штучного інтелекту. Зі звільненнями працівників, керівники підприємств намагаються замінити виконувані працівником окремі функції штучним інтелектом, який може автоматизувати значну частину роботи колишніх працівників і зменшити втрати від раптового звільнення певних кадрів. Штучний інтелект починає використовуватись в великих агропідприємствах для прийняття рішень на основі аналізу даних і часто застосовується HR-відділами для моніторингу таких питань, як плинність кадрів, автоматизація процесів, аналітичні дашборди тощо. Що допомагає підприємствам оптимізувати наявну робочу силу, а працівникам зосередити свою увагу на важливих стратегічних питаннях. Застосування штучного інтелекту, звісно веде до скорочення кількості працівників, але з іншого боку сприятиме залученості персоналу та підвищенню рівня якості виконуваної роботи.

Звісно аграрні підприємства не мають зразу реагувати на всі тенденції HR сфери, але аналізувати та застосовувати хоч якісь тенденції варто.

Список використаних джерел:

1. Розвиток людського капіталу URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu>
2. 6 ключових тенденцій HR-сфери, на які варто звернути увагу в 2023 році. PeopleForce Ltd. URL: <https://peopleforce.io/uk/blog/shist-klychovyh-tendenchiy-hr-sphery>
3. Dudnyk O., Maiboroda M., Mینenko S., Bogomolova K. Formation of strategically oriented system of motivation of personnel work in management of the modern enterprise. The III International Science Conference «*Interaction of society and science: problems and prospects*», October 05 – 08, 2021, London, England. p. 147-152.
4. Україна 4.0. Форсайт соціально-економічних змін та розробка методики для прогнозування професійних кваліфікацій з цифровими навичками. URL: <https://bashtanskaotg.gov.ua/news/ukraina-4-0-forsat-sotsialno-ekonomichnih-zmin-ta-rozrobka-metodiki-dlya-prognozuvannya-profesinih-kvalifikatsi-z-tsifrovimi-navichkami-2021-11-05>

Мала С.

к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів та обліку,

Клименко О.

к. з держ. упр., доцент, доцент кафедри фінансів та обліку,

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, м. Київ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із результативних показників діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, в тому числі й промислового підприємства, є прибуток. Цей показник характеризує діяльність підприємства з різних аспектів, а саме:

1) відображаючи основну діяльність підприємства, свідчить про потенційні можливості розширення виробництва і забезпечення інших потреб підприємства;

2) фінансова діяльність характеризує стан фінансової стабільності і ліквідності підприємства;

3) інвестиційна діяльність свідчить про потенційні можливості підприємства з точки зору інвестора щодо його інвестиційної привабливості для подальшого розвитку.

Зростання прибутку означає збільшення потенційних можливостей розвитку підприємства, підвищення ступеня його ділової активності. Виходячи з розміру прибутку визначається частка доходів власників підприємств, розміри дивідендів акціонерів та інших доходів. Прибуток визначає також рентабельність капіталу, впливає на вартість усього підприємства загалом.

Переосмислення значення категорії «прибуток» відбувається у ринкових умовах господарювання. Підприємства недержавної форми власності, отримавши фінансову самостійність і незалежність, мають право самостійно визначати напрями використання прибутку після сплати обов'язкових платежів та внесків. Прибуток є джерелом забезпечення як внутрішньогосподарських потреб підприємств, так і джерелом формування бюджетних ресурсів держави. Тому успішна та прибуткова діяльність підприємств є основою сталого економічного розвитку держави. Провівши аналіз визначення «прибуток підприємства», його ознак, факторів впливу, методів та інструментів управління ним, дійшли до необхідності класифікувати прибуток підприємства за такими економічними ознаками (табл. 1).

Така класифікація фінансових результатів діяльності підприємства відіграє важливу роль при розрахунку показників прибутковості (рентабельності) підприємства. Враховуючи різноманітні підходи та методи до визначення поняття прибутку, можна виділити такі його основні риси: прибуток є результатом діяльності підприємства за певну дату від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; прибуток (чистий прибуток) підприємства – це та частина, яка залишається у підприємства після всіх відрахувань; прибуток є вартісним показником, вираженим у грошовій формі.

Таблиця 1

Види прибутку підприємства залежно від класифікаційних ознак

Ознака класифікації	Вид прибутку	Роз'яснення змісту
За джерелами формування	прибуток від реалізації продукції	від основного виду діяльності підприємства, безпосередньо пов'язаний з галузевою специфікою його діяльності
	прибуток від реалізації майна	дохід від продажу зношених або невикористовуваних видів ОФ і НМА
	прибуток від позареалізаційних операцій	доходи від пайової участі даного підприємства в інших підприємствах, доходи від облігацій, акцій та інших цінних паперів (у вигляді суми відсотків і дивідендів), доходи за депозитними вкладками підприємства в банках, отримані штрафи, пені, неустойки
За складом елементів, що формують прибуток	фінансовий результат від звичайної діяльності	визначається як різниця між сумою прибутку від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків на прибуток
	валовий прибуток	чистий дохід від операційної діяльності за винятком всіх операційних витрат
	маржинальний дохід	характеризує суму коштів, необхідну для покриття постійних витрат, ПДВ, акцій і отримання достатньої суми чистого прибутку
	чистий прибуток	характеризує суму прибутку від звичайної діяльності, зменшену на суму податкових платежів за рахунок прибутку
	нерозподілений прибуток	залишається в розпорядженні підприємства невикористана частина прибутку, яка призначена для капіталізації, тобто для реінвестування у виробництво (резерв власних фінансових ресурсів)
За характером оподаткування	оподатковуваний прибуток	визначається шляхом зменшення суми скоригованого валового доходу на суму валових витрат та амортизаційних відхилень
	неоподатковуваний податком прибуток	частина прибутку, що не підлягає оподаткуванню, яка регулюється законом
За характером інфляційного впливу на прибуток	номінальний прибуток	формується підприємством постійно
	реальний прибуток	скоригований на темп інфляції
За обставинами формування	регулярний прибуток	формується підприємством постійно
	надзвичайний прибуток	характеризує незвичайний або дуже рідкісний для даного підприємства джерело формування (продаж філії), від форс-мажорних обставин
За характером використання чистого прибутку	капіталізований прибуток	спрямований на фінансування приросту активів підприємства або на здійснення будь-якої діяльності, проведення господарських операцій, випуску конкретних видів продукції
	спожитий	та частина прибутку, яка витрачена на соціальні виплати, виплати дивідендів або відсотків, преміювання та інші виплати персоналу підприємства

Аналіз прибутку являє собою процес дослідження умов і результатів його формування та використання з метою виявлення резервів подальшого підвищення ефективності управління ним на підприємстві (рис. 1).

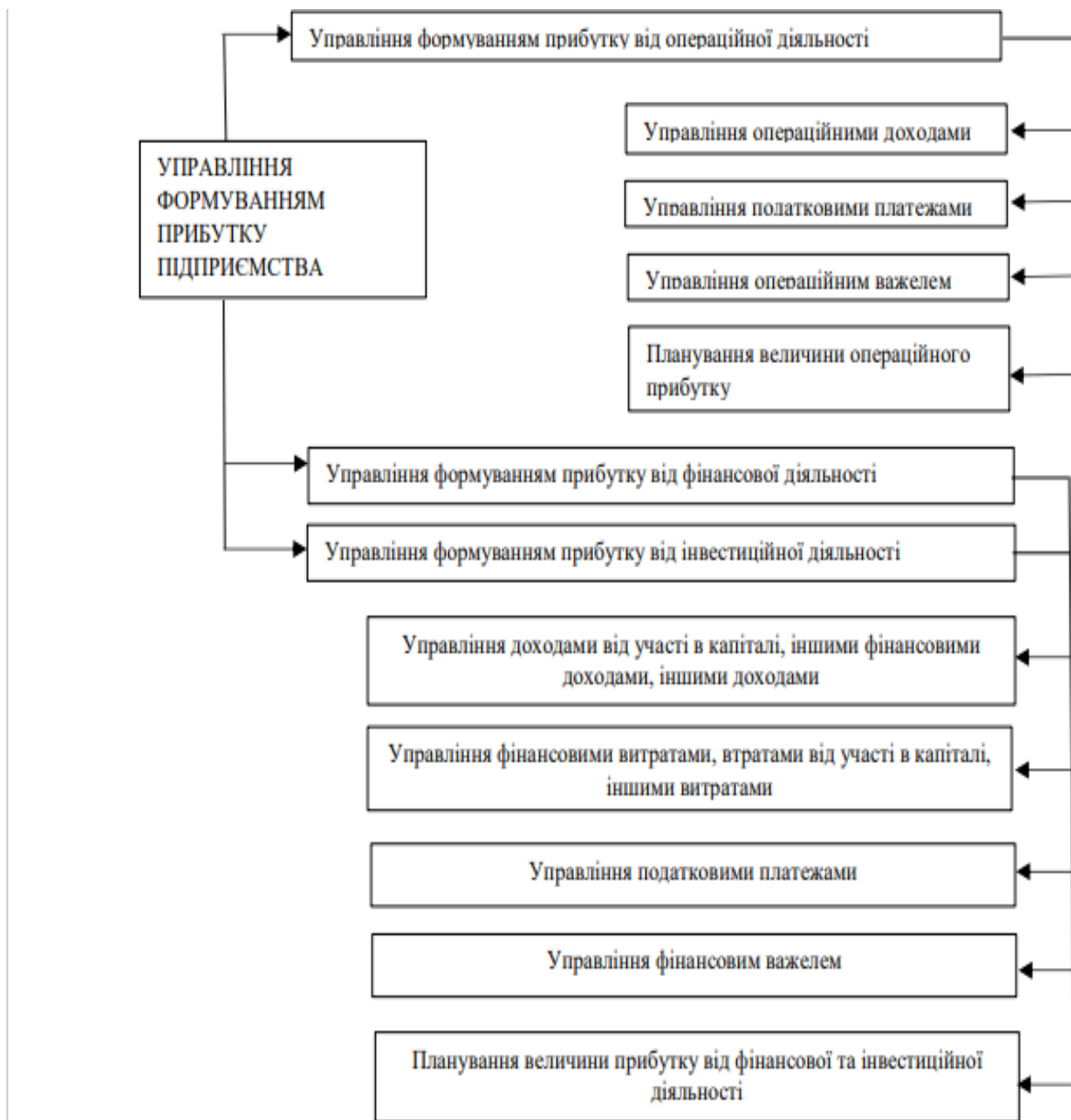


Рис. 1. Схема управління формуванням прибутку підприємства

Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратам [5]. Таким чином, управління формуванням прибутку підприємства являє собою безперервний процес, що містить у собі комплекс відповідних дій стосовно забезпечення взаємоузгодженості між доходами та витратами підприємства задля одержання позитивного сальдо за рахунок використання різноманітних технологій та ресурсів та застосування методів, способів і прийомів управління ними [6].

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Мардус Н.Ю. Теоретичні і методичні підходи до визначення фінансового результату в обліку і аудиті / Н.Ю. Мардус, К.Ю. Корсунова // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 8. С. 873–875.
4. Кудренко Н. В. Формування і розподіл прибутку / Н. В. Кудренко, Д. І. Маслюченко. // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2017. №20. С. 983.
5. Іванюк Т.Ю. Теоретичні засади управління прибутком підприємства/ Т.Ю. Іванюк, Г.Ю. Ткачук. 2014. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/7793/1/Іванюк.pdf>.
6. Кривицька О.Р. Формування прибутку підприємств у ринкових умовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / О.Р. Кривицька. Тернопіль, 2010. 20 с.

УДК 361.115

*Марутяк Г.
викладач, завідувач економічного відділення,
Томашівська М.
викладач Відокремленого структурного підрозділу
«Вишнянський фаховий коледж
Львівського національного університету природокористування», с. Вишня*

СПРОЩЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК МЕТОД ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Одним з основних завдань економіки України є стимулювання підприємницької діяльності через створення сприятливих умов її оподаткування. У зв'язку з цим, та з метою реалізації державної політики з питань розвитку та підтримки малого підприємництва, ефективного використання його можливостей у розвитку національної економіки було прийнято Указ Президента України від 3 липня 1998 р. "Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва", яким запроваджено справляння єдиного податку суб'єктами малого підприємництва [4].

З 1 січня 2011 набрав чинності Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями)— кодифікований закон України, який регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів. В Податковому кодексі вперше в Україні здійснено об'єднання в одному нормативно-правовому акті норм права, якими врегульовано відносини в сфері оподаткування. [3].

При цьому, слід зазначити, що в Україні вже не один рік точаться гострі дискусії щодо шляхів реформування спрощеної системи оподаткування малого підприємництва. Деякі фахівці пропонують взагалі скасувати спрощену систему оподаткування, інші ж, навпаки, пропонують зберегти існуючий порядок спрощеного оподаткування та значно розширити перелік суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється дія спрощеної системи оподаткування. Істина ж полягає в збереженні та значному вдосконаленні спрощеної системи оподаткування малого підприємництва.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності (далі - спрощена система оподаткування) - особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених пунктом 297.1 статті 297 Податкового кодексу України, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених главою I Розділу XIV ПКУ, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності.[3]

Єдиний податок – це встановлений державою консолідований податок для визначеної частини суб'єктів малого підприємництва, який замінює справляння певної сукупності передбачених законодавством обов'язкових платежів та зараховується до бюджетів і державних цільових фондів у відповідних пропорціях, характеризується добровільністю обрання платниками його сплати та має на меті спрощення оподаткування доходів цих суб'єктів.

Єдиному податку властиві фіскальна та стимулююча функції. Фіскальна функція проявляється у розподільчих відносинах між державою та суб'єктами малого підприємництва. Стимулююча функція визначається метою введення єдиного податку, якою є стимулювання розвитку малого підприємництва шляхом створення сприятливих умов його оподаткування, що є своєрідним проявом захисту прав суб'єктів малого підприємництва з боку держави. [4].

Практичний досвід застосування спрощеної системи оподаткування в Україні дає достатньо підстав говорити про позитивний вплив цього режиму оподаткування на сектор малого підприємництва, що дозволяє максимально спростити облік і контроль за діяльністю суб'єктів підприємництва і забезпечує стабільні надходження в бюджет.

Підтвердженням вказаного є те, що з кожним роком спостерігається тенденція зростання основних показників діяльності суб'єктів спрощеної системи оподаткування. Так, сьогодні понад 40 % від загальної кількості суб'єктів малого підприємництва обрали спрощену систему, надходження до бюджету від сплати єдиного податку зросли у 29 разів, а суб'єкти – «спрощенці» забезпечили роботою 1,5 млн. громадян. [2]

Головний позитив спрощеної системи оподаткування полягає в тому, що вона створює найбільш сприятливі умови податкового режиму для малого бізнесу. Чимала кількість підприємців і малих підприємств не ховається в «тінь» і декларує свої реальні прибутки і сплачує податки. Спрощена система зменшує тяганину в контролюючих органах із здаванням звітних документів.

Проте навряд чи можна виміряти грошима наслідки впровадження пільгового оподаткування, що допомогло економіці подолати перші шоки війни і врятувати тисячі підприємств та мільйони робочих місць. Зважати на це необхідно, й оцінюючи економічний та політичний ефекти ймовірного скасування режиму податкових преференцій.

Рішення про часткове зниження податкового навантаження на бізнес під час війни Верховна Рада ухвалила у березні 2022 року. Йшлося про зменшення ПДВ на паливо з 20% до 7%, скасування акцизів на пальне, звільнення на час дії воєнного стану підприємців від сплати Єдиного соціального внеску, а також про добровільність сплати Єдиного податку для суб'єктів підприємницької діяльності, що належать до 1-ої та 2-ої груп спрощеної системи оподаткування. Одне з ключових рішень - можливість для малого й середнього бізнесу сплачувати Єдиний податок за ставкою 2% від доходів. Норма стосується і ФОПів, і юридичних осіб з 3-ої групи оподаткування, якщо їхній річний оборот не перевищує 10 мільярдів гривень (до того ж, пізніше парламент узагалі прибрав такі обмеження). Натомість цей бізнес звільняють від сплати податку на прибуток, ПДВ та земельного податку. Тоді як за «нормальних» умов підприємці з 3-ої групи сплачували податки за ставкою 3% від обороту плюс ПДВ або 5% (із включеним ПДВ). [1]

Стосовно економічної доцільності існування пільгового податку, є різні оцінки. Але він, безумовно, відіграв позитивну роль для утримання на плаву багатьох підприємств у перші місяці російської агресії, цей інструмент допоміг їм «вижити».

Також неодноразово експерти кажуть, що послаблення впроваджували не зовсім коректно, адже виникало багато непорозумінь з обрахуванням прибутку та звітністю, з переходом з однієї звітності на іншу, з обчисленням накопичених витрати, навіть з конкурентноспроможністю. Існує думка, що перехід на 2% є надмірною пільгою в умовах, коли ці кошти йдуть на фінансування армії, бо у держави немає інших джерел таких надходжень, ніж власні податки.

Головний аргумент авторів нинішньої законодавчої ініціативи, з яким як-то кажуть, особливо й не посперечаєшся: скасування податкової пільги - одна з ключових умов продовження співпраці України з Міжнародним валютним фондом. Такий крок, на думку МВФ, має бодай частково зменшити дефіцит українського бюджету й поліпшити можливості держави фінансувати свої Збройні сили. Адже, за законом, інші країни та міжнародні організації робити цього не можуть. Бізнес же, мовляв, у переважній більшості вже давно оговтався від перших шоків війни, адаптувався, навчився заробляти навіть у таких жахливих умовах. А тому спроможний платити податки повністю. [1]

На сьогодні потреби держави у фінансуванні оборони лише зростають. А інших джерел надходження відповідних коштів, окрім як справляння справедливих податків, держава наразі не має. Тому підготовлений Мінфіном законопроект і передбачає скасування з 1 липня 2023 року дії низки податкових пільг. Зокрема:

- можливість для ФОПів та юридичних осіб бути платниками єдиного податку 3-ої групи із застосуванням ставки у 2% від доходу;
- можливість для ФОПів 1-ої і 2-ої груп не сплачувати єдиний податок;
- мораторій на проведення документальних перевірок;
- відсутність штрафних санкцій за невикористання реєстраторів розрахункових операцій та за порушення податкового законодавства.

Необхідність скасування пільги зумовлена ще й тим, що з часом вона почала приносити більше шкоди, ніж користі. Як і у випадку зі скасуванням податків з імпорту, пільгова спрощена система деформувала конкурентне середовище та надала переваги тим бізнесам, які цього потребували чи не найменше. Зрештою, якщо не скасувати пільги, то міжнародним партнерам буде складно пояснити, чому Україна, потребуючи мільярди доларів для фінансування своїх видатків, не збирає хоча б частини необхідної суми самостійно.

Список використаних джерел:

1. Вінокуров Я. Для пільг війна скінчилася. Держава повертає бізнесу мирні правила оподаткування. *Економічна правда* // 01.12.2022 <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/12/1/694463/>
2. Майстренко О. В. Перспективи розвитку в Україні спрощеного оподаткування малого підприємництва. Міністерство юстиції // https://minjust.gov.ua/m/str_30255
3. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI. Податкова система: Навч. посібник / За заг. ред. В. Л. Андрущенко. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 416 с.

УДК 005.95/. 96

*Мачульська М.
здобувачка вищої освіти,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький
Науковий керівник: Захаркевич Н.
к. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький*

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах господарювання інноваційна діяльність є невід’ємним аспектом діяльності будь-якого підприємства. У періоди економічного зростання інновації можуть забезпечити компаніям конкурентну перевагу та лідерство на ринку; у періоди кризи компанії стикаються з необхідністю повної трансформації, щоб забезпечити своє подальше існування [2]. Використання інноваційних технологій у системі управління персоналом є вагомою конкурентною перевагою, забезпечує стійкий ефективний розвиток цієї системи та організації в цілому.

Інновації в управлінні персоналом – сукупність методів, спрямованих на підтримання етапів впровадження, реалізації інновацій. Під цим терміном розуміється будь-яка технологія, яка не отримала масового поширення. Вони спрямовані на мінімізацію витрат, підвищення продуктивності системи.

Інновації у сфері управління персоналом впроваджуються з метою: визначення потреби в персоналі залежно від стратегії розвитку організації; створення резерву кадрів та формування груп резерву; швидкого і правильного оформлення трудових договорів та супутніх документів; оцінювання роботи кожного співробітника; своєчасного переведення, просування, звільнення працівників залежно від результатів трудової діяльності; проведення профорієнтації та адаптації нових працівників; визначення заробітної плати та винагороди для залучення, утримання та збереження персоналу; підготовки ефективних фахівців [2].

Сьогодні, найбільш поширеними є інноваційні кадрові технології, засновані на кадрових процесах, використання яких можливе у сфері управління персоналом: технології формування персоналу; диференційована система оплати праці, що включає систему суспільного визнання заслуг і досягнень; оцінка індивідуального внеску на основі оцінки професійно значущих організаційних критеріїв професійної оцінки – моделей компетентності; технологія планування кар’єри та індивідуальних планів розвитку, заснована на оцінці компетенцій працівників усіх рівнів за системою 360°; технології оцінки та атестації персоналу; технології звільнення персоналу; технології поточної роботи з персоналом; технології навчання та

розвитку персоналу; розвиток механізмів зворотного зв'язку, особливо в напрямку «знизу», створення системи відкритого обговорення організаційних проблем; створення проектних команд для розробки та реалізації поточних організаційних, перспективних та професійних проектів, розвиток системи організаційних знань [3].

Одним із найважливіших інноваційних підходів в управлінні є підбір персоналу, оскільки робота в організації висуває додаткові вимоги до потенційних працівників порівняно з традиційними підходами. Крім традиційних якостей – майстерності, досвіду, працьовитості, теоретичних знань, керівники повинні мати також творчий потенціал, гнучкість, здатність пристосовуватися до умов, що швидко змінюються, схильність і здатність до навчання. Поруч із стандартними методами оцінки потенційних співробітників, керівники також використовують якісну оцінку, що передбачає ідентифікацію творчих якостей людини.

Управління персоналом в інноваційній діяльності забезпечує високий рівень впровадження нововведень і обов'язково має підтримувати творчі здібності та успіх працівників. При оцінці якості персоналу важливо поєднувати типові кількісні методи з такими якісними критеріями, як наявність публікацій і патентів. Ще складнішими є завдання, пов'язані з підбором персоналу. Оскільки наявна інформація про співробітників належить до минулих досягнень претендентів на інноваційну організацію, важко оцінити відповідність кандидата майбутнім умовам роботи [1].

Таким чином, аналіз системи управління персоналом сучасного підприємства показує, що в будь-якій організації для успішного функціонування необхідно впроваджувати інновації. За результатами дослідження можна сформулювати головну мету впровадження інноваційних механізмів у систему управління персоналом: забезпечення підприємства такими працівниками, які можуть генерувати інновації в усіх аспектах своєї діяльності, їх ефективне застосування шляхом створення умов для впровадження цих інновацій; професійний і соціальний розвиток персоналу на користь співробітників і організації в цілому.

Список використаних джерел:

1. Волянська-Савчук Л.В., Мацишина М.В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. *Економіка і організація управління*. 2019. №1. С. 33-42.
2. Макаренко С., Ліканова А., Плешівцева А. Впровадження інноваційних технологій управління персоналом. *Економіка та суспільство*. 2021. №33.
3. Смирнова І.І., Сімаков І.І. Інноваційні технології управління персоналом на підприємстві. *Вісник економічної науки України*. 2018. С. 154-157.

РОЗВИТОК РИНКУ НІШЕВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬГОСПВИРОБНИКІВ

Під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, які склалися сьогодні в Україні, сільгоспвиробники мають прилаштовуватися до ситуації і шукати вихід. Так, з огляду на проблеми з експортом та мінімальні ціни на зернові на кінець 2022 початок 2023 років, аграрії змушені зменшувати площі під їх посів і збільшувати під вирощування нішевих культур, наприклад. Крім війни та падіння цін на традиційні культури, серед факторів які впливають на кількість посівних площ нішевих культур є спричинені погодними умовами не повноцінні сходи озимих культур та потреба в урізноманітнюванні сівозміни.

Починаючи з 2014 року українські виробники все більше уваги приділяють вирощуванню нішевих культур, а з 2018 - спостерігається зростання попиту на таку продукцію як всередині самої країни, так і за її межами. На сьогоднішній день виробництво нішевих культур в Україні стало трендом сільського господарства, і з початком воєнної агресії росії проти України, виробництво нішевої продукції в цілому та вирощування нішевих культур зокрема, є стратегічно важливим напрямком диверсифікації агробізнесу для багатьох фермерських господарств.

Коли ми говоримо про нішеві культури, мова йде не лише про крупи чи прянощі, а й про: овочі, фрукти, горіхи, ягоди, свіжу зелень тощо. Під поняття «нішеві» підпадають усі культури, які можливо виростити на певній території з відповідним кліматом, на які є попит на ринку і, як правило, мають невеликий обсяг виробництва.

Одні з перших, які почали вирощувати – це ріпак та соя, ринок яких набув у подальшому значного розвитку. Так, станом на 2022 рік за оцінками ІА «АПК-Інформ», Україна входить в Топ-10 світових експортерів ріпаку та сої [1]. Досить швидко набули популярності в Україні такі нішеві культури, як: гречка, гірчиця, коріандр, льон, сорго, просо, нут, горох, квасоля, сочевиця тощо. З кожним роком перелік нішевих культур, що вирощують українські фермери розширюється. Батат, спаржа, гарбуз, часник, цвітна капуста та броколі, малина, порічка та чорна смородина, лохина, суниця, ожина, жимолость тощо. І це далеко не весь перелік. Коротко зупинимось на найпопулярніших та найцікавіших з них.

Окремо слід відмітити королеву ягід – лохину. Лохина, ягода яка має світове визнання і досить швидко здобула популярність на вітчизняному ринку. За останні три-чотири роки в Україні спостерігається справжній лохиновий бум і схоже, ця ягода не збирається поступатись іншим і надалі. Одна з найбільших плантацій органічної лохини в Європі розташована на Київщині та займає 155 га. Найбільший в Україні виробник органічної лохини – компанія «Family Garden». Як повідомляє Agroportal, не дивлючись на те, що з 24 лютого по 2

квітня компанії «Family Garden» знаходилося в окупації та зазнало значних інфраструктурних втрат, у 2022 році компанія Family Garden на Київщині збирала близько 500 т лохини, 80% з якої відправили на експорт.

Основні ринки - країни ЄС (Данія, Нідерланди, Німеччина, Іспанія). Наступного року прогнозують зібрати 600-700 т лохини □2□. Варто відмітити, що знову ж таки в країнах ЄС поступово зростає інтерес і наразі постає питання переробки лохини, що на даний момент не є характерним для внутрішнього ринку.

Можливість та актуальність вирощування де-яких культур, таких як от арахіс та шафран, наприклад, спричинені зміною клімату. Значне потепління за останні роки сприяє високим врожайам бавовника. Бавовництво може стати перспективною галуззю агровиробництва України. До того ж, зі слів старшого наукового співробітника Інституту кліматично орієнтованого сільського господарства НААН Віри Бобровик, відходи бавовнику (лінт) є стратегічною сировиною для виробництва оборонних засобів □3□.

До тих, що поповнили цей перелік і набули популярності за останні роки можна віднести аморант. Ця культура пристосована до змін клімату, має дуже високу поживну, харчову та лікувальну цінність, а також широкий спектр переробки, сировиною є як насіння, так і вегетативна маса. Фахівці зазначають, що аморант є високомаржинальною культурою, рентабельність якої може становити 200% і більше. Більше того, через високу рентабельність та використання у різних напрямках переробки, Продовольча комісія при ООН визнала амарант культурою XXI ст.

На тлі неабиякого попиту в ЄС, в Україні збільшуються площі під вирощування калини та бузини. В Україні представили нові сорти калини, два з яких, Аня та Уляна (створені садівником-селекціонером В'ячеславом Францишко) – унікальні, найбільш крупноплідні у світі та максимально придатні до переробки. Крім того, зросла популярність не лише на самі ягоди, а й на продукти їх переробки. І як зазначає В'ячеслав Францишко, в Академії аграрних наук України спеціальний відділ уже розробив кілька рецептів для їхньої переробки □4□.

Також збільшується попит як на самі ягоди кизилу в цілому так і на сублімований кизил зокрема. Найбільший у Європі органічний кизилевий сад росте саме в Україні. Вирощує та займається переробкою кизилу компанія Famberry, що розташоване у Запорізькій області. Господарство експортує продукцію до Молдови та Польщі. Були продажі ще до Ізраїлю, але через блокування портів вони тимчасово призупинені. В планах вихід на ринок Румунії.

Українські фермери дедалі частіше вирощують та почали заробляти на бруньках смородини. Їх закупають у фермерів французькі фармацевтичні та парфумерні підприємства, також ці бруньки йдуть на виготовлення алкогольної настоянки під назвою «контабас». За даними служби новин ІАС "Аграрії разом", вартість смородинових бруньок знаходиться у діапазоні від 300 до 1000 грн. за літр, проте ціна змінюється залежно від поточних потреб □5□.

Красиве, модне та їстівне. Ще один нішевий продукт, популярність якого набирає обертів – це квіти кабачків. Квіти кабачків, крім того, що вони є дуже смачними та корисними для людини, вони відносяться до тих культур, що мають низький рівень витрат на виробництво та високу врожайність. Проте, на сьогодні в Україні ця ніша ще не зайнята і є досить перспективною.

І на останок, слід відмітити таку корисну для здоров'я і цікаву з комерційної точки зору культуру, як жимолость. Як зазначають експерти, ринок жимолості в цілому у світі і в Україні зокрема, знаходиться на стадії формування. Перспективними нішами є переробка жимолості та її органічне вирощування. На сьогоднішній день, в Україні вже є компанія яка займається вирощуванням екологічно чистої продукції, в тому числі жимолості. Мова йде про компанію «ЕкоВіста». Їх продукцію можна знайти у супермаркетах по всій Україні.

Разом з тим слід зазначити, як показує аналіз є культури площі вирощування яких з кожним роком стрімко збільшуються, і культури, які свого часу вважались нішевими, на сьогоднішній день вже не належать до цієї категорії. Зокрема, мова йде про ріпак та сою, а також сорго, горох і сочевицю, які також донедавна відносились до нішевих, проте площі їх посівів дедалі зростають.

В цілому, з огляду на вищезазначений і далеко не повний перелік затребуваних як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку нішевих культур, а також тренд на органічну продукцію по всьому світу, в українських фермерів не зважаючи на існуючі певні ризики є широкий спектр можливостей щодо створення прибуткового агробізнесу. Таким чином, постає питання розбудови належного ринку переробки нішевих культур, адже без цього агропідприємці втрачатимуть чимало грошей, і за умов сталого миру займає першочергове значення.

Отже, попри те, що наша країна входить в новий аграрний сезон в умовах війни, враховуючи залежність від такого чинника як кліматичні умови, питання ціни та експорту, вважаємо, що окремі нішеві культури, залежно від попиту, можуть стати певною альтернативою традиційним культурам у сезоні 2023 року та залишаються і надалі актуальним напрямком диверсифікації агробізнесу.

Список використаних джерел:

1. URL: <https://elevatorist.com/blog/read/813-rinok-soyi-ta-ripaku--dva-stsenariyi-prognozu>
2. URL: <https://agroportal.ua/news/yagidnictvo/naybilshiy-virobnik-organichnoji-lohini-eksportuvav-80-yagodi>
3. URL: <https://www.seeds.org.ua/bavovnictvo-mozhe-stati-perspektivnoyu-galuzzyu-agrovirobnictva-ukraini/>
4. URL: <https://agronews.ua/news/v-ukrayini-predstavyly-novi-sorty-kalyny-dva-z-yakyh-unikalni/>
5. URL: <https://agrarii-razom.com.ua/news-agro/ukrainski-fermeri-pochalizaroblyati-na-brunkah-smorodini>

*Муха І.
аспірантка,
ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-РИЗИКІВ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Міжнародний бізнес розширює горизонти підприємств та пропонує унікальні можливості для зростання, розвитку та створення прибутку. У світі, який швидко змінюється економічно, політично та соціально, аудит дозволяє зрозуміти - чи існує у підприємства чітка та зрозуміла для інвесторів стратегія, чи відповідає вона умовам зовнішнього середовища та чи розуміють стратегію підприємства ключові працівники. У разі відсутності чіткої стратегії, аудит дозволяє її розробити з максимальним врахуванням можливих ризиків, зокрема і для аграрних підприємств.

Аграрний бізнес – це особлива підсистема економічних відносин, що склалася в аграрному секторі розвинених країн внаслідок злиття аграрного, промислового і торгового капіталів у процесі- поглиблення інтеграційних зв'язків між сільським господарством та промисловістю [1].

Аудит бізнес-стратегії аграрних підприємств має три складові:

- оцінка зовнішнього середовища;
- оцінка внутрішніх можливостей аграрного підприємства;
- інтеграція перших двох етапів.

Для успішної інтеграції складових, детальніше слід розглядати фактори зовнішнього середовища оцінивши конкурентів, споживачів та всіх зацікавлених осіб, щоб спроектувати модель бізнесу, який зможе якісно задовольнити споживачів [2]. Адже саме для аграрного сектору характерні три напрями ведення бізнесу В2В (бізнес для бізнесу), В2С (бізнес для кінцевого споживача) та М2М (ринок для ринку). Саме М2М має величезні масштаби виробництва та визначається технологічними циклами.

Аграрний бізнес в країні за напрямом М2М є одним з найперспективніших. Україна, в мирний час, пропонує чудову інфраструктуру, включаючи один із великих портів у Європі, конкурентний бізнес-клімат і добре освічену робочу силу. Однак ведення бізнесу в цій сфері нагадує безперервний біг з перешкодами та ризиками.

Загальновідомо, що ризик – це небезпека. Тому коли говорять про ризик у сфері аграрного виробництва, переважно мають на увазі небезпеку виникнення різних збитків, вірогідність (загрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності [3]. Але якщо б ризик був пов'язаний тільки з можливими негативними наслідками, то єдине розумне рішення – вийти із ризикової зони. За своїми характеристиками сільськогосподарські ризики можна цілком віднести до категорії ризиків, що являють собою небезпеку нанесення збитку сільськогосподарському підприємству внаслідок порушення нормального ходу виробничого процесу [4].

У той час, коли природні сили в будь-якій іншій галузі розглядаються лише з точки зору стихійного лиха і завдання збитків, то сільське господарство в цьому відношенні є винятком. Враховуючи що в рослинництві сонячна енергія та волога є факторами виробництва, дія природних факторів може приносити не тільки збитки, а й додатковий дохід. Звідси можна зробити висновок, що ризик – це спосіб ведення бізнесу в умовах невизначеності, адже сьогодні не існує загальної думки й у виділені ознак та принципів класифікації ризиків. В основному керуються при їх описі двома принципами: по конкретному змісту кожного типу і виду ризиків або за сферою господарської діяльності та поділом їх на групи з метою управління ними в залежності від джерела і етапу виникнення й можливості використання відповідного способу. Що стосується характерних ознак прояву ризику в аграрному виробництві, то слід зазначити, що сільське господарство – це галузь економіки, яка переважно займається виробничою діяльністю, в ході якої вирощується або виробляється сільськогосподарська продукція, що потребує подальшої переробки і реалізації споживачам.

Нині аграрне підприємство є найбільш ризиковим видом діяльності рисунку. Це пов'язано з тим, що процес виробництва включає в себе кілька стадій (наприклад, у галузі рослинництва – це оранка, підготовка ґрунту до сівби, сівба культур, догляд за посівами, збір урожаю і т.д.), на кожній з яких аграрний товаровиробник може зазнати збитків внаслідок помилкових дій, прийняття невірних рішень або негативної дії навколишнього середовища.

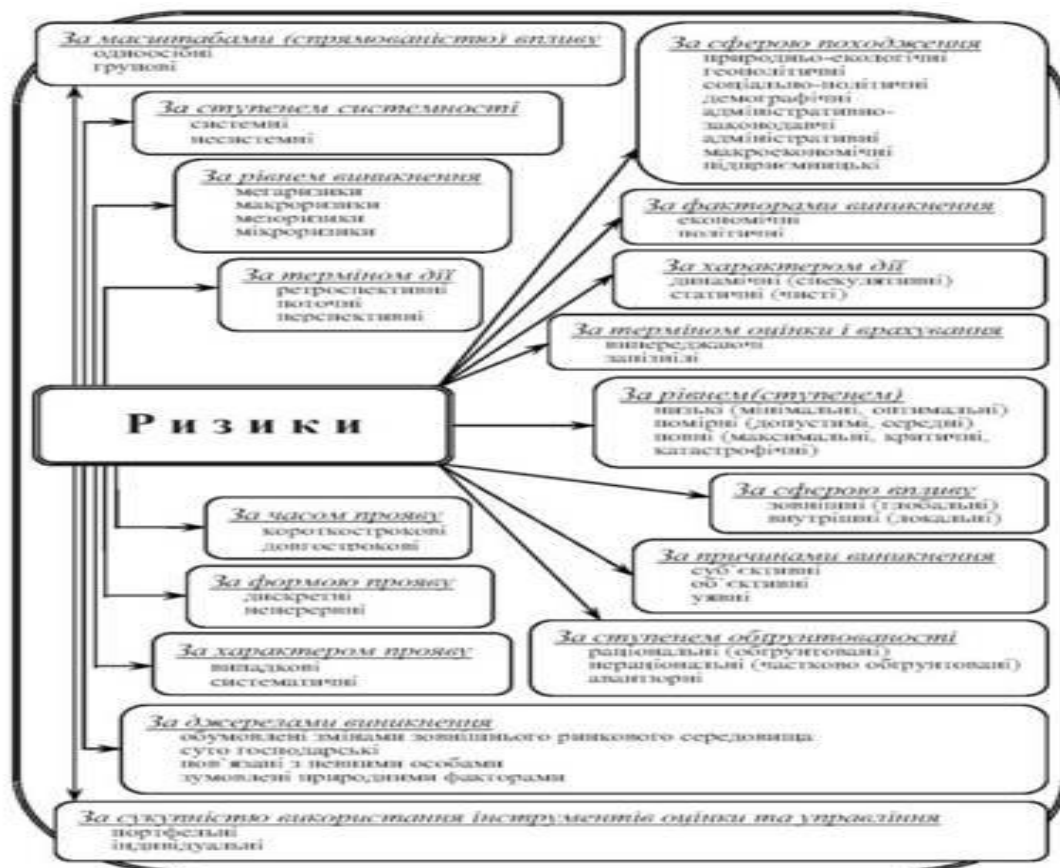


Рис. Класифікація ризиків аграрного сектору

У сучасних умовах більшість підприємств переробної сфери інтегруються з сільгоспвиробниками для забезпечення постійної якісної сировинної бази. Проте, не завжди інтеграція здійснюється на взаємовигідних умовах і не завжди підприємства до неї готові через відсутність мобільності і гнучкості в структурі управління і виробництва. Методика реінжинірингу, заснована на тому, що перепроєктування усіх бізнес-процесів, дозволить оптимізувати інтеграційні процеси з урахуванням цільових інтересів усіх учасників інтегрованої системи.

На думку експертів, вітчизняному агросектору потрібні зміни. Орієнтування на зовнішній ринок, налагодження зв'язків з європейськими партнерами. Підвищувати стандарти якості та безпеки, приводити їх у відповідність до вимог ЄС в напрямку ощадного виробництва. Оптимізувати логістику і розвивати інфраструктурні проекти для того, щоб мінімізувати втрати при збиранні, зберіганні врожаю, транспортуванні сировини і реалізованій продукції (наприклад, будувати сучасні сховища). Переорієнтуватися на альтернативні джерела енергії, використовувати там, де це можливо, органічні відходи. Налагоджувати систему управління сільськогосподарським підприємством. Перейти від консервативного ведення бізнесу і дій навмання до чіткої побудови стратегії розвитку. Виявити своє місце серед аграріїв-конкурентів, поставити мету і рухатися до неї[2].

Список використаних джерел:

1. Про розвиток сільських територій і не тільки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2015 р. № 995-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csi.org.ua/pro-rozvytok-silskyh-terytorij-i-ne>.
2. Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015–2020рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/system/files/2015-2020.pdf>
3. Лучко М. Невизначеність та ймовірнісність господарських операцій: до питання бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] / М. Лучко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 98-109. – Режим доступу <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13lmpbo.pdf>.
4. Горшков Д. Об'єктивність ризиків і страхова реальність /Д. Горшков // Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua>

УДК 361.115

*Олійник М.
викладач-методист вищої категорії,
ВСП «Тлумацький фаховий коледж Львівського НУП», м. Тлумач*

ПОДАТКОВА РЕФОРМА В УМОВАХ ВІЙНИ

На сьогоднішній день головна мета податкової реформи – скасування податкових «схем».

Провідні економісти України виношують ідею радикальної податкової реформи, яка отримала назву «10-10-10». Однак, вона не знайшла широкої підтримки ні серед бізнесу, ні серед експертів. Проте у Верховній Раді з'явилася міжфракційна група, яка відповідає за розробку концепції та напрацювання відповідних законопроектів. На даний час, поки що не називаються конкретні розміри ставок податків, позаяк можуть бути і компроміси.

Головна мета ідеї податкової реформи – це зміна акцентів. Раніше велася активна розмова про радикальне зменшення податкового навантаження. Зокрема пропонувалося зменшити ставки ключових податків – податку на прибуток, податку на додану вартість (ПДВ) та податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) – до 10 % кожний.

На даний час основний акцент робиться не на ставках, а на тому, щоб їх зменшити.

Антикорупційна податкова реформа має на меті побороти схеми з ухиляння від оподаткування, мінімізацію податкових зобов'язань та, власне корупцію у фіскальних службах. Мова йде про те, що при запровадженні низьких ставок, може зникнути мотивація бізнесу шукати шляхи їх не платити. На даний час йде мова, щоб не зменшувалася загальна сума податкових надходжень до бюджету, який і так в умовах воєнного стану є дефіцитним. Держава встановила високі податки, але передбачила лазівки, як їх не платити, тобто діє неписана угода між платниками та державою. Платники користуються лазівками, але погоджуються на те, що влада може вимагати у них додаткових платежів до бюджету. Наразі, йдеться про те, щоб не тільки знизити податки, але докорінно підвищити контроль за їх сплатою.

Крім ставок ПДВ, ПДФО та податку на прибуток, стоїть питання заборони ФОП та запровадження податку на готівку. Із проведенням податкової реформи пропонується також вирішити питання запровадження податку на виведений капітал (ПнВК), який було ініційовано давно і який має замінити податок на прибуток. Різниця в тому, що оподатковуватиметься різниця між доходами та витратами, а база для ПнВК - сума, яку власник підприємства виводить з неї у вигляді прибутку – дивідендів чи інших платежів. Хоча і тут є поле для дискусій. Ідею даного податку вже частково реалізовано резидентами «Дія Сіті» і вони не дуже такою опцією задоволені. (лише третина резидентів «Дія Сіті» наразі перейшли на експеримент). Експеримент виявив, що податок

не вигідний бізнесу. Мета – мінімізувати корупцію, у процесі визначення прибутку, коли одні і ті ж операції трактуються по різному підприємцями і податківцями. Ставка ПвВК може становити 10%, хоча вона може бути і вищою.

Ключова зміна в адмініструванні ПДВ - зменшення ставки до 10%, однак відповідно до вимог ЄС, її мінімальний розмір не може бути меншим ніж 15%. Але автори реформи, вважають, що краще збирати ту ж суму з меншою ставкою, ніж гратися в невідшкодування ПДВ і блокування податкових накладних. Мета - зробити не вигідними схеми з торгівлі податковим кредитом.

Ще одна новація – у ПДВ – запровадження спеціального рахунку на який би зараховувався податок, кошти з якого в першу чергу йшли б на відшкодування ПДВ, а потім на фінансування видатків бюджету. Якщо в цій системі виникатиме затримка, то держава на затриману суму має нараховувати проценти, а винного притягатимуть до відповідальності за завдання збитків бюджету.

Податки на доходи громадян пропонується суттєво зменшити. Для цього планується об'єднати ставки ПДФО (18%) із ЄСВ (22%) до рівня 10%. Одночасно пропонується підняти ставку військового збору до 3 %.

За розрахунками економістів держава щороку недоотримує більше 140 млрд грн. податків із зарплати через схеми з ухиляння від оподаткування. Зарплати в конверті чи повністю неофіційне працевлаштування – це схеми для ухиляння від сплати ПДФО і ЄСВ.

Мотивація зменшити податки на працю – заохочувати бізнес офіційно працевлаштовувати працівників. Всі ці радикальні зменшення ставок ПДФО і ЄСВ дозволять жорсткіше здійснювати контроль за спрощеною системою оподаткування.

Найбільш важливою має бути реформа – суттєве обмеження готівкових операцій, зокрема запровадження додаткового податку на зняття готівки. Його мета - боротьба з тіньовою економікою та схемами з ухиляння від оподаткування. Ставка такого податку орієнтовно до 10%, хоча він може викликати негативні тенденції серед громадян. Наступна ідея, яка може бути втілена – це жорсткий контроль за використанням спрощеної системи оподаткування. Ще одна пропозиція, яка активно обговорюється - надання доступу до рахунків платників податку, хоча наразі тут є багато нестиківок.

Серед інших пропозицій вдосконалення податкової реформи – підвищення акцизів, екологічного податку та рентної плати. Чи потраплять ці ініціативи у фінальний законопроект буде залежати від компромісу держави і міжнародних донорів. Зрештою вплив війни на економіку є найбільш значним, тому планувати радикальну податкову реформу у таких умовах майже неможливо. Якою буде податкова реформа буде залежати від успіхів ЗСУ на полі бою.

Список використаних джерел:

1. PKU kodyfikovano stanom na 1.02 2023 r.
2. P. I. Krysovatyj Podatkova sy'stema- Ternopil: Kart-blansh, 2005.
3. L. P. Sidelnykova, N. M. Kostina Podatkova sy'stema: K.Lira; 2013.

УДК 657.2:355.018

Остапчук С.

*к.е.н., старший науковий співробітник відділу обліку та оподаткування,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

НАСЛІДКИ ВІЙНИ КРИЗЬ ПРИЗМУ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПРОЦЕДУР І ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Здавалося б, війна рф проти України і звичний бухгалтерський облік господарської діяльності підприємств є досить різноплановими явищами, щоб шукати між ними зв'язок. Хоча військові дії – це сфера відання ЗСУ, Міноборони чи інших профільних служб, однак, вони призводять до конкретних соціальних, екологічних, продовольчих, і, що важливо підмітити, фінансово-економічних наслідків. А останні вже напряду пов'язані з господарською діяльністю підприємств, їх здатністю продовжувати операційну діяльність, виплачувати заробітну плату, сплачувати податки, виконувати договірні зобов'язання в рамках чинних угод з різними контрагентами. Таким чином, військова агресія не лише породжує жертви серед військових і цивільного населення, руйнування критичної інфраструктури і будівель, але й завдає потужного удару по бізнесу, управління яким здійснюється на онові даних бухгалтерського обліку.

Облік по відношенню до суб'єкта господарювання є «всюдисущим», адже кожна операція знаходить своє відображення на бухгалтерських рахунках, і, таким чином, в перспективі впливає на дані фінансової звітності. Втрата елеватора, окупація філії, руйнування адмінбудівлі, пошкодження транспортних засобів, релокація активів і виробничих потужностей, фінансова допомога співробітникам чи благодійна допомога ЗСУ – все це об'єкти обліку, щодо яких має бути застосована регламентована стандартами облікова політика через реалізацію визначених бухгалтерських процедур.

Наслідки війни відчутні не лише для українських підприємств. Окрім значних людських жертв і впливу подій на бізнес, який працює у Росії, Україні чи сусідніх країнах або має партнерські відносини з контрагентами з цих регіонів, війна все більше впливає на світову економіку та міжнародні фінансові ринки та загострює поточні економічні проблеми, включаючи інфляцію та порушення глобального ланцюга поставок. Через ширший вплив війни на ці макроекономічні умови багатьом компаніям у всьому світі може знадобитися розглянути вплив війни на певні питання (зокрема, політики і процедури) бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

До якого ступеня суб'єкти господарювання постраждають від військового конфлікту, значною мірою залежить від характеру та тривалості невизначених і непередбачуваних подій, таких як подальші військові дії, додаткові санкції та реакція глобальних фінансових ринків на поточні обставини. Політичні події та санкції постійно змінюються та відрізняються по всьому світу. На наш погляд, серед ключових потенційних наслідків війни, стосовно яких суб'єктам

господарювання доведеться розробляти облікову політику та методику застосування бухгалтерських процедур, варто відзначити:

- перебої або зупинка виробництва на окупованих територіях і прифронтовій зоні або в країні-агресорі та наближених до неї сателітах (ПМР, Білорусь, Іран та ін.);

- пошкодження або втрата запасів та інших активів;
- закриття доріг та інших об'єктів інфраструктури у постраждалих районах;
- збої в ланцюзі поставок і перевезеннях у Східній Європі;
- нестабільність цін на товари та валютні стрибки;
- збої в банківській системі та на ринках капіталу;
- зниження продажів і доходів бізнесу на територіях, що постраждали від військових дій;

- збільшення виробничих витрат і видатків іншого спрямування;
- рейдерство;
- кібератаки.

Важливо, щоб суб'єкти господарювання агрегували та розглядали прямий і непрямий вплив наслідків війни на свою діяльність, щоб визначити, які аспекти є потенційно суттєвими та вимагають подальшої оцінки для визнання в бухгалтерському обліку та розкриття інформації у фінансовій звітності. Ця оцінка повинна враховувати дочірні компанії, операції, інвестиції, договірні угоди або спільні підприємства в Україні, Росії чи сусідніх країнах. Суб'єкти господарювання, які мають постачальників або клієнтів на окупованих територіях чи у підсанкційних країнах, а також фінансово-кредитні організації, які здійснюють кредитування у цих регіонах і країнах, можуть зіткнутися з проблемами в бухгалтерського обліку. Навіть підприємства, які не мають прямого контакту із контрагентами із згаданих територій, ймовірно, постраждають від загальної економічної невизначеності та негативного впливу війни на світову економіку та основні фінансові ринки.

Значимість проблем буде відрізнятися залежно від галузі та обставин з якими стикнеться підприємство, але наведені нижче питання можуть бути одними з найбільш поширених і складних:

- підготовка перспективних оцінок грошових потоків;
- окупність та знецінення активів;
- втрата контролю, можливості здійснювати виробництво у раніше запланованих обсягах або припинення діяльності;
- зміна або розірвання договірних угод;
- відпустки працівників, звільнення та інші заходи з реструктуризації;
- іноземна валюта;
- подальші події, їх ідентифікація, оцінка та розкриття в обліку.

Вже сьогодні проблеми розкриття наслідків війни в обліку підприємств є на практиці широко розповсюдженими і розкриті в публікаціях українських дослідників. Зокрема, Жук В., Бездушна Ю., Попко Є. досліджують методологічні підходи і напрями нормативно-методичного забезпечення змін облікової політики щодо нарахування амортизації в прискореному режимі, а

також обґрунтовують пропозиції щодо запровадження регіональної та галузевої політики узгодженої з органами Державної податкової служби України в частині застосування прискорених ставок амортизації активів на територіях, де відбуваються активні бойові дії [1]. В іншій публікації цих дослідників розкрито методику фіксації завданої війною прямої шкоди аграрному бізнесу, на основі професійного судження бухгалтера [2]. Кулик А. розкрив особливості проведення знецінення активів в умовах збройної агресії [3]. Іщенко Я. та інші науковці зосереджують свою увагу на засадах управління аграрним бізнесом в умовах війни, досліджуючи особливості облікового забезпечення та політику оподаткування [4].

Таким чином, наведені публікації підтверджують актуальність визначених вище проблемних питань обліку наслідків війни, які постали сьогодні перед підприємствами та потребують науково-методичного супроводу та роз'яснень від державних регуляторів та компетентних органів.

Список використаних джерел:

1. Жук В., Бездушна Ю., Попко Є. Амортизація активів підприємств у воєнний час. *Облік і фінанси*. 2022. № 1(95). С. 5-12. DOI [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-1\(95\)-5-12](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-1(95)-5-12)
2. Жук В., Попко Є., Остапчук С. Фіксація завданої війною прямої шкоди аграрному бізнесу, на основі професійного судження бухгалтера. *Облік і фінанси*. 2022. № 2(96). С. 15-21. DOI [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-2\(96\)-15-21](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-2(96)-15-21).
3. Кулик А. Особливості проведення знецінення активів в умовах збройної агресії. *Облік і фінанси*. 2022. № 4(98). С. 15-21. DOI [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4\(98\)-5-12](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2022-4(98)-5-12).
4. Ishchenko, Y., Semenyshena, N., Yevdokymova, N., Stepaniuk, O., & Tsaruk, V. (2022). Management of agricultural business in war conditions: features of accounting and taxation. *Independent Journal of Management & Production*, 13(4), s602-s624.

УДК 338.431:338.124.2

*Полегенька М.
к.е.н., доцент кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Агробізнес є важливою галуззю економіки, яка гарантує продовольчу безпеку країни та вносить значний внесок у ВВП. Але в економічно нестабільних умовах, таких як світова фінансова криза або політичні турбуленції, агробізнес може потрапити під великий тиск. Кризові ситуації завжди відкривають нові можливості та перспективи для розвитку агробізнесу, особливо в умовах економічної нестабільності. Для успішної реалізації цих можливостей необхідне використання інноваційних підходів та обґрунтоване прийняття управлінських рішень, вибір ефективних стратегій адаптації аграрного виробництва до мінливого ринкового середовища, а також пошук нових перспективних напрямків діяльності та підвищення конкурентоспроможності продукції. Тому стратегічне управління є важливим фактором успіху агробізнесу в таких умовах.

Основними ризиками для агробізнесу на сьогодні виступають: девальвація гривні і різке зростання курсу іноземної валюти та подорожчання засобів захисту рослин, насіння, добрив та техніки й запчастин; втрата окремих ринків збуту для аграрної продукції або ж зменшення її обсягів внаслідок скорочення світового попиту, а відповідно, і міжнародної торгівлі та експорту; зниження світових цін на аграрну продукцію; проблеми з логістикою збуту аграрної продукції та обмежувальні заходи щодо її просування внаслідок карантину через коронавірус; зниження обсягів іноземних інвестицій в АПК через економічну кризу та паніку на світових фінансових ринках. Крім того агресія Росії виявила додаткові негативні наслідки та надзвичайно ускладнила функціонування агробізнесу через розрив логістичних ланцюгів, екологічні катастрофи на корпоративних тваринницьких комплексах, блокування ринків збуту тощо [3].

Успішна підприємницька діяльність аграрних формувань в складних економічних умовах господарювання забезпечується, передусім, за рахунок безперервної трансформації організаційної, управлінської й виробничої структури відповідно до поставлених цілей і завдань. Це дозволяє швидко адаптувати агробізнес до умов оточуючого економічного середовища, знайти власну дохідну нішу на конкурентному аграрному ринку та забезпечити кращі стратегічні позиції для подальшого економічного зростання [1].

Означені трансформаційні зрушення, зазвичай, можуть здійснюватися в двох основних напрямках – диверсифікації сільськогосподарської виробничої діяльності або ж поглибленні розвитку спеціалізації.

Диверсифікація в агробізнесі є одним з різновидів якісно іншого підходу до вибору і обґрунтування розвитку сільськогосподарського виробництва, що передбачає проникнення його у нові сфери діяльності та ринки збуту продукції, або ж розширення напрямків вирощування сільськогосподарських культур чи підгалузей тваринництва.

На відміну від диверсифікації спеціалізація – явище цілком протилежне, що передбачає концентрацію зусиль, ресурсів і уваги на одному чи декількох напрямках діяльності з метою зниження витрат та збільшення прибутку.

Як правило, диверсифікація і спеціалізація доповнюють одна одну. Але також загальновідомо, що багатоманітність галузей веде до втрати контролю над агробізнесом, оскільки здебільшого оптимальна кількість товарних напрямів для сільського господарства складає від трьох-чотирьох (нині це здебільшого зернові, олійній культурі, а також окремі скоростиглі галузі тваринництва – птахівництво і свинарство) і до, максимум п'яти. А за умови високого професіоналізму керуючого персоналу розширення сфери діяльності може досягти восьми-дев'яти напрямків. При цьому варто зазначити, що ефективність управління багатопрофільною діяльністю в аграрних формуваннях залежить як від рівня самостійності і відповідальності кожного з підрозділів, так і ступеня його спеціалізації. Кожен з цих напрямків має власні конкурентні переваги, які забезпечують підвищення ефективності ведення агробізнесу.

Останніми роками майже перед кожним аграрієм постає непросте дилема прийняття рішень стосовно вибору напрямку або ж, як більш правильно буде стверджувати, стратегії адаптації сільськогосподарського виробництва до викликів і ризиків, що є закономірним наслідком нинішньої складної соціально-економічної і політичної нестабільності в державі. Так, для зменшення впливу сезонності на грошові надходження та залучення кредитних ресурсів для розвитку, найбільш вигідним сьогодні може стати реалізація проєктів в галузі альтернативної енергетики та виробництва екопродукції; для мінімізації економічних ризиків в агробізнесі слід застосовувати антикризове бюджетування та розробляти багатоваріантні бізнес-плани для різних сценаріїв розвитку. Важливим також є розробка нової продуктової стратегії, яка буде збалансованою та диверсифікованою і орієнтованою як на внутрішні, так і на зовнішні ринки [2].

Загалом агробізнес повинен адаптуватися не лише до кліматичних змін, але й до глобальних економічних зрушень, які викликані на лише світовою кризою, наслідками війни та поширенням епідемії коронавірусу, які є певною мірою першими проявами зміни загальної парадигми розвитку цивілізації та переходу її до нової моделі сталого розвитку на засадах формування 4-ї промислової революції, біоекономіки, роботизації та штучного інтелекту. Саме ці вектори розвитку матимуть значний вплив на усі галузі економіки, зокрема й агробізнесі.

Список використаних джерел:

1. Русан В. М. Особливості функціонування аграрного сектору економіки в умовах війни URL:<https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-07/rusan.pdf>
2. Гадзало Я. М., Лузан Ю. Я. Розвиток аграрного сектору економіки України в умовах євроінтеграції. *Економіка АПК*. 2021. № 8. С. 6-17.
3. Добрунік Т.П., Кузнецова О.В. Проблеми і напрямки розвитку аграрного сектору України в умовах економічної нестабільності. *Економіка та суспільство*. 2022 № 42 С. 45-55.

УДК 338.242.2

*Пугачевська К.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами та туризму,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево
Карабелеш С.
здобувач вищої освіти, ОП «Менеджмент організацій»,
Мукачівський державний університет, м. Мукачево*

ГЕНЕЗИС ТЕОРІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Ще в середині ХХ сторіччя стратегія підприємства як наукова галузь та спеціальність існувала у світовій практиці в стані зародження. Незважаючи на те, що у 1911 р. у Гарварді розпочали викладання курсу бізнесової політики, протягом наступних сорока років стратегія зводилась переважно до формулювання загальновідомих принципів ефективної організації виробництва. Значна частина публікацій, опублікованих до 1950 р., була написані керівниками компаній чи їх радниками, де вони описували власний кар'єрний шлях та визначали окремі принципи успіху. Передумови до нових методологічних орієнтацій виникли в середині ХХ ст., коли американські компанії зіштовхнулись з проблемою невідповідності виробничих потужностей для протистояння експансії з боку іноземних компаній. Запропоноване фахівцями рішення зводилось до потреби довгострокового прогнозування, що матеріалізувалось у п'ятирічному плані, а ключовим елементом прогнозів була перспективна оцінка обсягів продажу на основі екстраполяційного методу. Саме тоді з'явилась праця А. Чандлера «Стратегія і структура», яка вважається піонерною в цьому напрямі. Бізнес-школа Гарварду також опублікувала праці професорів К. Ендрюса, Ж. Бовера, К. Крістенсена та ін. Крім того, саме в Гарварді була розроблена одна з перших моделей стратегічного аналізу, відома нині під акрономічною назвою SWOT [1, с.32].

Другий етап розвитку теорій стратегій підприємства характеризується зміщенням акценту на роль економічної теорії індустріальної організації, що стала основою аналізу проблем підприємств, а об'єктом дослідження стала проблематика концентрації галузі, бар'єрів входу-виходу в галузь, структури витрат та ціни, економії на масштабах, інвестиційних рішень, вертикальної інтеграції, коефіцієнтів прибутковості і складових зростання.

Конференція «Стратегічний менеджмент як нова концепція планування та загальної політики», що проводилася у Пітсбурзі в травні 1977 р. стала визначальною для подальшого розвитку стратегічного управління, після якої стали публікуватись журнали «Журнал бізнесової стратегії», який об'єднав навколо себе здебільшого практиків та «Журнал стратегічного менеджменту», який згуртував спеціалістів, котрі займались переважно теоретичними дослідженнями.

У 80-ті роки розпочався третій етап розвитку теорій стратегій, що ознаменувався роботами М. Портера і завдяки яким стратегія підприємства

набула чіткішої концептуальності та отримала суттєве доповнення аналітичного інструментарію [4, с.65].

Третій етап становлення та розвитку теорії стратегії підприємств вирізняється, у тому числі і формуванням біхевіористичного напрямку досліджень, представники якого фокусували увагу не лише на оптимізації рішень та на рівновазі підприємства, а й на функціонуванні та виживанні організації на поведінкових аспектах. На цей же період припадає і поява нових принципів положень і аспектів у розробці теорії стратегії, розроблених Г. Гамелом та К. Прахалада, в яких автори відзначають необхідність переорієнтації стратегічного аналізу, розробки та виконання стратегії підприємства задля формування та нарощування його базових компетенцій [3].

Пандемія COVID-19 актуалізувала значимість стратегічного управління, змусивши компанії трансформувати модель ведення бізнесу. Компаративний аналіз особливостей розвитку бізнесу в умовах карантинних обмежень дозволив ідентифікувати такі тенденції: зміна цілей, місії та бачення розвитку підприємства; зростання значимості соціальної відповідальності бізнесу; необхідність соціального дистанціювання; зосередження стратегії управління персоналом на турботі про благополуччя працівників як невід'ємної компоненти робочого процесу; необхідність розвитку електронної комерції; орієнтація на підтримку партнерських відносин компаній між собою, із співробітниками, клієнтами та державою [2, с.86].

Таким чином, проведене дослідження теорій стратегій розвитку показало, що погляди науковців на поняття стратегій змінювалися у міру ускладнення господарських зв'язків між підприємствами. Становлення теорій стратегій пройшло у своєму розвитку три етапи, кожен з яких характеризується притаманними лише йому особливостями, поглядами науковців та результатами досліджень. На особливості розвитку на кожному з зазначених етапів також значною мірою впливали геополітичні та економічні виклики.

Список використаних джерел:

1. Брінь П.В., Голтвянська Ю.В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. 2021. №21. С. 31–34.
2. Компанець К., Литвишко Л., Артемчук В. Особливості інноваційного стратегічного управління підприємствами під час пандемії COVID-19. *Інтелект – XXI*. 2021. № 1. С. 82–86.
3. Ткачук В. І., Яремова М. І., Горкуша Н. М. Формування стратегічних орієнтирів розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9590>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.10
4. Швиданенко Г.О., Бойченко К.С. Розвиток підприємства: стратегічні наміри, ризики та ефективність : кол. монографія. Київ : КНЕУ, 2015. 231 с.

УДК 658.8:65.012.32

*Присяжнюк О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Поліський національний університет, м. Житомир*

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В АДМІНІСТРУВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Використання процесного підходу в управлінні дозволяє приділити особливу увагу різним сферам діяльності організації, виявити і визначити проблеми, що мають місце у кожній з них та прийняти якісні, ефективні управлінські рішення щодо їх вирішення. Сучасне внутрішнє та зовнішнє середовище діяльності бізнес-організацій характеризується динамічністю, підвищеними можливостями отримання і обміну інформацією та посиленням впливу непередбачуваних факторів (в умовах воєнного стану). Зважаючи на це, передумовою забезпечення стабільного розвитку та досягнення поставлених цілей підприємств є побудова сучасної та ефективної системи маркетингових комунікацій, що напряду впливає на торгівельні бізнес-процеси (ті що пов'язані з просуванням продукту на ринок).

Українські науковці виділяють наступні основні передумови ефективного адміністрування бізнес-процесів: централізація, масштабування процесів; стандартизація бізнес-процесів у філіях; активізація принципів бенчмаркінгу; інтеграція [2, с. 74, 3, с. 140]. Одним із основних елементів бізнес-процесів виробничого підприємства є цільова орієнтація на споживачів та їх вимоги [1, с. 94]. Зважаючи на це, слід зауважити, що засоби маркетингової політики комунікацій є одним із основних інформаційних інструментів управлінських бізнес-процесів.

Як відомо, основним призначенням процесного підходу в управлінні бізнесом є акцент уваги на постійному удосконаленні та забезпеченні гнучкої реакції на зміни, що відбуваються. Тому взаємозв'язок маркетингової комунікаційної політики з процесом адміністрування бізнес-процесів наведено на рис. 1.

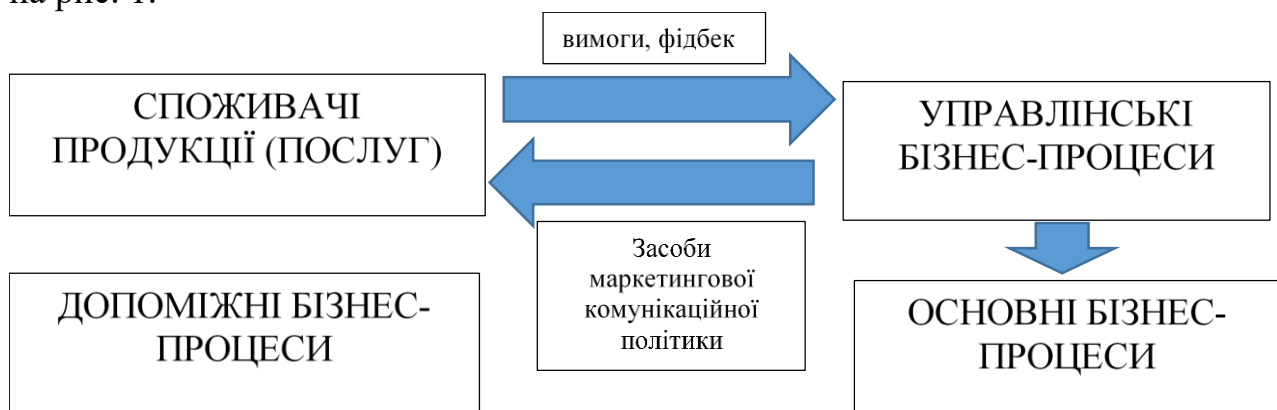


Рис. 1 Роль засобів маркетингових комунікацій в адмініструванні бізнес-процесів

Розвиток бізнесу, забезпечення конкурентоспроможності підприємства можна досягти лише за умови врахування вимог споживачів при проектуванні продукту (послуги), та врахування їх фідбеків. Дана інформація закладається в основу управлінських процесів (планування, прогнозування, контроль, моніторинг та ін.). Управлінські процеси, в свою чергу, є орієнтиром для основних процесів, що включають безпосередньо ті, які пов'язані з забезпеченням виконання місії бізнес-організації.

Важлива роль засобів маркетингової комунікаційної політики (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, персональні продажі, прямий маркетинг тощо) полягає у донесенні до споживачів товарів (послуг) інформації про те, що пропонується на ринку продукт (послуга) є таким, що повністю враховує їх вимоги та побажання щодо удосконалення.

Засоби маркетингових комунікацій пов'язані з допоміжними бізнес-процесами. Насамперед це проявляється у їх інформаційному призначенні. Застосування будь-якого засобу маркетингових комунікацій передбачає створення ефективних робочих груп (управління людьми), вкладення певної суми грошових коштів (управління фінансами, інвестиціями), обґрунтування доцільності вкладень та формування кошторису (процеси обліку). Тому можна зробити висновок про взаємозв'язок засобів маркетингової комунікаційної політики не лише з основними, а і з допоміжними бізнес-процесами.

Зважаючи на викладену вище інформацію, можна стверджувати, що основою досягнення цілей адміністрування бізнес-процесів (постійна спрямованість на їх оптимізацію) є використання засобів маркетингової політики комунікацій. Саме останні створюють передумови для стійкого розвитку бізнесу через інформування споживача про переваги продукту (послуги) та стимулювання його до здійснення покупки. Важливим аспектом у цьому процесі є зворотній зв'язок, що слугує основою для постійного удосконалення бізнес-процесів.

Список використаних джерел:

1. Hliebova A., Ryvovar V. Administration of business processes of a manufacturing enterprise. *Економіка і регіон*. Полтава: ПНТУ, 2020. Т. (2(77)). С. 93-102. doi:[https://doi.org/10.26906/EiR.2020.2\(77\).1953](https://doi.org/10.26906/EiR.2020.2(77).1953).
2. Нетепчук В. В.. Управління бізнес-процесами: навч. посібник. Рівне: НУВГП, 2014. 158 с.
3. Присяжнюк О.Ф. Застосування процесного підходу в управлінні та адмініструванні. *Інтелектуальна економіка в умовах суспільних трансформацій*: доп. IV Міжнародного науково-практичного форуму, 25 жовтня 2018., Житомир: ЖНАЕУ, 2018. С. 140-143

УДК 361.115

Рибалко О.

к.е.н., доцент, професор кафедри облік оподаткування,

Павлова І.

*здобувач вищої освіти «Магістр», ОП «Облік і оподаткування»
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя*

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ОБЛІКУ ТА КАЛЬКУЮВАННІ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Реінжиніринг бізнес-процесів (англ. Business Process Reengineering, BPR) - це стратегія оновлення бізнес-процесів в організації з метою досягнення більш ефективної роботи і досягнення стратегічних цілей компанії.

Основна ідея реінжинірингу полягає в тому, щоб переосмислити бізнес-процеси з нуля, виходячи з потреб споживачів та можливостей, що надає новітня технологія. В процесі реінжинірингу, процеси перерозподіляються, оптимізуються та автоматизуються, що забезпечує зменшення витрат, скорочення термінів виконання робіт, підвищення якості продукції та послуг, а також збільшення задоволеності клієнтів.

У практиці функціонування підприємств найчастіше реінжиніринг використовується за умови, коли: підприємство перебуває у глибокій кризі, наприклад, коли різко знизився попит на його продукцію, суттєво зросли витрати і т.д.; поточний стан підприємства є задовільним, але прогнози його подальшої діяльності є досить невтішними, наприклад, з'явилися тенденції в частині зниження конкурентоспроможності, рентабельності, зміни споживчих уподобань тощо); досить благополучне, але агресивне підприємство прагне швидко «відірватись» від найближчих конкурентів і створити унікальні конкурентні переваги; у цьому випадку реінжиніринг є ідеальним напрямом ведення бізнесу [1, с.318].

Дуже часто в економічній науковій літературі словосполучення «економічна активність» та «економічна діяльність» неправомірно ототожнюються. Відмітимо, що в англійському перекладі економічна активність та економічна діяльність звучать однаково - «economic activity». На нашу думку, ці поняття потрібно розділяти, оскільки вони мають різне сутнісне значення. Діяльність - це заняття, праця, процес, дія, тоді як активність - це динаміка діяльності, стан діяльності, динамічний прояв формування, реалізації та зміни діяльності [2, с.72].

Наразі, у зв'язку з військовими діями на території України економічна діяльність малих і середніх бізнесів України перебувають у достатньо важкому економічному стані, деякі працюють на пів потужності, частина знаходить на окупованих територіях, значний відсоток і зовсім припинили свою економічну діяльність. Тому саме зараз важливим є процес реінжинірингу бізнесу.

Реінжиніринг бізнес-процесів - це складний і довготривалий процес, що вимагає глибокого розуміння діяльності організації, залучення фахівців з різних напрямків, аналізу конкурентних переваг та ризиків. Реінжиніринг в системі

обліку та калькулювання собівартості продукції може включати перегляд та оптимізацію процесів, що пов'язані зі збором, обробкою та аналізом даних.

Мета реінжинірингу - покращити ефективність системи обліку та калькулювання собівартості продукції, зменшити час і зусилля, необхідні для проведення обліку та калькулювання, підвищити точність і надійність даних.

Таблиця 1. Кроки реінжинірингу на малому і середньому підприємствах

Крок	Опис процесу	Ціль	Поточні проблеми	Пропозиції щодо покращення	Відповідальний
1	Аналіз поточного стану	Оцінка ефективності поточного процесу	Неефективність, зайва бюрократія, затримки	Проведення SWOT-аналізу, відслідковування метрик продуктивності	Керівник проекту
2	Визначення потреб клієнтів	Зрозуміти, що хочуть ваші клієнти	Неспівпадіння потреб клієнтів з послугами або продукцією, неякісний сервіс	Проведення опитування клієнтів, визначення ключових показників ефективності	Менеджер продукту
3	Розробка нового процесу	Створення нового процесу, який краще відповідає потребам клієнтів та організації	Застарілий процес, недостатній контроль, недостатня автоматизація	Розробка нової процедури, впровадження автоматизованих рішень	Керівник проекту
4	Тестування та впровадження нового процесу	Перевірка нового процесу та його запровадження у повсякденну роботу	Відсутність співпраці між підрозділами, недостатній контроль, недостатня підготовка персоналу	Проведення пілотного проекту, проведення тренінгів для персоналу, встановлення механізмів контролю	Керівник проекту та менеджер процесу
5	Оцінка результатів	Оцінка ефективності та продуктивності			

Важливо пам'ятати, що реінжиніринг системи обліку та калькулювання собівартості продукції є процесом, який може зайняти час та зусилля. Тому ми розробили кроки по реінжинірингу на підприємстві (Див.табл.1).

Нижче наведено кілька можливих кроків, які можуть бути виконані під час реінжинірингу системи обліку та калькулювання собівартості продукції:

-Аналіз поточної системи обліку та калькулювання собівартості продукції, щоб ідентифікувати можливі проблеми та недоліки.

-Визначення потреб у відповідних програмних засобах, які можуть допомогти покращити ефективність обліку та калькулювання собівартості продукції.

-Розроблення нової системи обліку та калькулювання собівартості продукції, відповідно до вимог та потреб компанії.

-Впровадження нової системи обліку та калькулювання собівартості продукції, що може включати підготовку та навчання персоналу.

-Моніторинг та аналіз ефективності нової системи обліку та калькулювання собівартості продукції, щоб впевнитися в її успішності та розробити плани подальшого вдосконалення.

Список використаних джерел:

1. Бойчик І.М. *Економіка підприємства: підручник.* / І.М.Бойчик. - К.: Кондор -Видавництво. 2016. С. 378.

2. Кулиняк І.Я., Мавріна А.О. Теоретичні аспекти трактування поняття економічна активність підприємства. *Вісник Київського національного університету технології та дизайну.* 2017. №4(113). С.69-79.

УДК 361.115

*Рибалко О.
к.е.н., доцент, професор кафедри облік оподаткування,
Яцун Д.
здобувач вищої освіти «Магістр», ОП «Облік і оподаткування»
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя*

ОПТИМІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оптимізаційний підхід до оцінювання економічних можливостей автотранспортного підприємства передбачає визначення оптимального способу використання ресурсів підприємства з метою досягнення максимальної прибутковості та ефективності в умовах ринкової конкуренції.

Необхідно наголосити на тому, що транспортування у логістиці - це процес переміщення матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва чи готової продукції відповідним транспортним засобом у логістичному ланцюзі поставок [1, с.124].

Ключове завдання транспортної діяльності - якісне та повноправне задоволення потреб споживачів у перевезенні їх вантажів внаслідок постійного зростання економічної ефективності діяльності підприємства

Для проведення оптимізаційного аналізу необхідно зібрати і проаналізувати відомості про фінансову діяльність підприємства, його внутрішні та зовнішні фактори впливу, а також визначити його потенційні можливості.

Основними етапами оптимізаційного аналізу є:

- Визначення цілей та завдань підприємства;
- Аналіз внутрішніх факторів, таких як фінансовий стан, структура витрат, організація виробництва, персонал, техніка та інше;
- Аналіз зовнішніх факторів, таких як конкуренція, ринок, законодавство, економічна ситуація тощо;
- Формулювання стратегії підприємства та вибір оптимального варіанту розвитку;
- Розробка плану заходів для досягнення стратегічних цілей підприємства.
- Моніторинг та контроль за виконанням плану;

Зокрема, серед напрямів удосконалення управління логістичною діяльністю підприємства необхідно зацентрувати увагу на впровадженні та розвитку цифрової логістики як одного з інструментів управління транспортними потоками; застосуванні автономних транспортних засобів для доставки вантажів (дрони, безпілотні вантажівки тощо).[2, с.79].

Підприємства необхідно визначити критерії оцінки ефективності. Для цього можна використовувати такі показники:

Валовий дохід (ВД) - загальний дохід від продажу послуг автотранспортного підприємства.

Витрати (В) - загальні витрати на утримання автотранспортного підприємства, включаючи зарплатню, паливо, ремонт та технічне обслуговування транспортних засобів.

Чистий дохід (ЧД) - різниця між валовим доходом та витратами.

Рентабельність (Р) - відношення валового доходу до витрат у процентах.

Інтенсивність використання транспортних засобів (І) - відношення пробігу автотранспортного підприємства до кількості транспортних засобів.

Показник використання робочої години (П) - відношення робочої години транспортних засобів до загальної робочої години за період.

Показник використання потужності (ПП) - відношення фактичної потужності використання автотранспортного підприємства до потужності, що може бути використана.

За результатами обчислень кожного показника можна побудувати таблицю оцінки економічної ефективності автотранспортного підприємства:

Таблиця 1. Оцінка ефективності автотранспортного підприємства

Показники	Формула	Розрахунок
ВД	-	Загальний дохід від продажу послуг
В	-	Загальні витрати на утримання автотранспортного підприємства
ЧД	ВД-В	Різниця між валовим доходом і витратами
Р	ВД/В*100%	Відношення валового доходу до витрат

Для оптимізації оцінювання економічних можливостей автотранспортного ми пропонуємо зробити наступні кроки:

-Визначити ключові показників ефективності автотранспортного підприємства, таких як валовий дохід, валовий прибуток, чистий прибуток, рентабельність, ліквідність, ефективність використання ресурсів тощо;

-Зібрати та проаналізувати фінансову та економічну інформації про підприємство з метою виявлення слабких та сильних сторін функціонування підприємства.

Наступним кроком є розробка стратегії розвитку підприємства на основі аналізу фінансових та економічних показників, визначення виробничих та фінансових цілей, формування плану дій та аналіз можливих ризиків.

Визначення ефективності використання ресурсів підприємства, таких як транспортні засоби, трудові ресурси, матеріально-технічні ресурси, фінансові ресурси тощо.

Розробка системи контролю та моніторингу фінансових та економічних показників підприємства з метою виявлення потенційних проблем та недоліків у функціонуванні підприємства.

Впровадження інноваційних технологій та стратегій, які допоможуть підприємству збільшити ефективність використання ресурсів, знизити витрати та покращити конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Скриньковський Р. М., Костюк Н. Р., Коваль Н. М., Галелюк М. М. Діагностика транспортної діяльності як складової логістичної системи підприємства. *Проблеми економіки*. 2016. № 2. С. 123–128.
2. Воронько-Невіднича Т. В., Іщенко М. В., Мирошник В.С. Аспекти удосконалення управління логістичною діяльністю підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 18 (16). С. 78-81. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2020/1_18_ukr/18.pdf (дата звернення 13.03.2023).

УДК 331.108.2

*Сас Л.
д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування,
Слободян Н.
аспірант спеціальності 051 «Економіка»,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
м. Івано-Франківськ*

АУТСОРСИНГОВІ ПОСЛУГИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Результативне функціонування підприємств усіх сфер та видів діяльності залежить від забезпеченості та ефективного використання низки ресурсів – людських, матеріальних, інформаційних, фінансових, техніко-технологічних.

Однак, провідна роль у реалізації бізнес-процесів будь-якого суб'єкта господарювання належить людським ресурсам, що зумовлює пріоритетність та актуальність дослідження аспектів управління персоналом відповідно до сучасних тенденцій на ринку праці.

Питання управління персоналом є сферою наукових інтересів таких авторів, як: Т. Балановська, І. Баланюк, О. Дяків, О. Запорожченко, Л. Келемеш, М. Михайліченко, М. Новікова, В. Островерхов, Т. Сазонова, А. Троян, І. Шульженко та ін.

За характером трудових відносин усіх працівників підприємства поділяють на штатних, сумісників, тимчасових, сезонних та працюючих за цивільно-правовими договорами [1].

Одним з сучасних інструментів оптимізації штатної чисельності персоналу підприємства є аутсорсинг [2–6]. Аутсорсингом вважається передача підприємством-замовником, на підставі укладеного договору, виконання окремих видів робіт, функцій діяльності, бізнес-процесів іншій організації – аутсорсеру, яка працює у відповідній сфері. У правовому відношенні такі взаємовідносини частково врегульовані нормами Цивільного кодексу України.

Значна кількість та складність бізнес-процесів; швидкі технологічні зміни; великий обсяг інформації, яка потребує опрацювання; висока вартість обладнання сприяють розвитку аутсорсингових послуг. У свою чергу, професійний досвід, спеціалізація у певній сфері діяльності та використання сучасного високотехнологічного обладнання забезпечують аутсорсинговим компаніям конкурентні переваги на ринку.

Однак, використання аутсорсингових послуг пов'язане з певними ризиками для підприємства-замовника, зокрема: можливість розголошення конфіденційної інформації, що є комерційною таємницею; втрата системного контролю над кожним етапом робочого процесу; неякісне виконання роботи (у випадку залучення недобросовісного аутсорсера), що призведе до втрати часу та коштів; відсутність чіткого та обґрунтованого нормативно-правового забезпечення [2].

В залежності від класифікаційних ознак, виокремлюють різні види аутсорсингу [1–5]: аутсорсинг людських ресурсів (HR), ком'ютерний аутсорсинг (IT-outsourcing), аутсорсинг виробничих процесів. Щодо повноти охоплення/виконання робіт аутсорсинг може бути повний або частковий. За об'єктами управлінського впливу аутсорсинг спрямовується на управління потужностями підприємства або трансформацію діяльності одного із його підрозділів.

Широкого поширення набув аутсорсинг людських ресурсів, який може стосуватися аутсорсингу бізнес-напрямків та HR-аутсорсингу.

HR-аутсорсинг передбачає передачу організації-аутсорсеру функцій з управління персоналом та виконання кадрової роботи: залучення персоналу; розрахунку належних працівникам виплат; визначення функціональних обов'язків та розробки посадових інструкцій працівників; навчання та розвитку персоналу.

Крім цього, серед кадрових аутсорсингових послуг виокремлюють також: аутсорсинг підбору персоналу, аутсорсинг атестації персоналу та кадрового аудиту, аутсорсинг в системі навчання, підвищення кваліфікації та професійної перепідготовки персоналу, аутсорсинг HR-адміністрування, аутстафінг, лізинг персоналу, аутплейсмент [2].

Аутсорсинг бізнес-напрямків стосується передачі зовнішньому виконавцю окремого напрямку роботи, процесу або кадрового адміністрування.

Таким чином, даний інструмент залучення персоналу дозволяє підприємству-замовнику визначити функціональні обов'язки, виконання яких покладається на штатних працівників підприємства і ті, які доцільно передати організації-аутсорсеру. Такий розподіл, у кінцевому підсумку, сприяє підвищенню професійної спеціалізації персоналу кожної із сторін договору.

Список використаних джерел:

1. Баланюк І.Ф., Федорняк Л.С. Персонал сільськогосподарських підприємств: управлінський аспект Івано-Франківськ: ЛПК, 2011. 236 с.
2. Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом: навчальний посібник. Київ: ФОП Ямчинський О.В., 2020. 466с.
3. Новікова М. М. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти : монографія. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х., 2012. 217 с.
4. Дяків О.П., Островерхов В.М. Управління персоналом: навчально-методичний посібник. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 288 с.
5. Сазонова Т. О., Келемеш Л. В. Системний підхід до управління персоналом сучасної організації. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал. Випуск 37. 2019. С. 530-538. URL : http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/79.pdf.
6. Шульженко І.В., Запорожченко О.В., Сазонова Т.О. Удосконалення механізму мотивації персоналу сучасного підприємства. Інфраструктура ринку. 2020. № 47. С. 133-136. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2020/47_2020_ukr/27.pdf.

ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ДО УПРАВЛІННЯ

Ефективність виконання будь-якого виду діяльності значною мірою залежить від сформованості в особистості певних психологічних якостей, до яких, зокрема, належить і психологічна готовність.

У сучасній психології психологічна готовність розглядається як істотна передумова будь-якої цілеспрямованої діяльності, її регуляції, стійкості та ефективності. Існує два основні підходи до визначення змісту та структури психологічної готовності – функціональний та особистісний.

У межах функціонального підходу психологічна готовність трактується як певний стан психічних функцій, який забезпечує високий рівень досягнень при виконанні того чи іншого виду діяльності. Цей стан близький до феномену, який різні дослідники характеризують поняттями «оперативний спокій», «передстартовий стан», «мобілізаційна готовність», «пильність», «оптимальний робочий стан і стан спокою» та ін.

З точки зору особистісного підходу психологічну готовність керівників розглядають як результат підготовки до управлінської діяльності. Відповідно до цього підходу, готовність розуміється як стійке, багатоаспектне та ієрархізоване становлення особистості, яке вміщує низку компонентів (мотиваційний, когнітивний, операційний тощо), що відповідають вимогам, змісту та умовам діяльності, які в своїй сукупності дозволяють суб'єкту більш або менш успішно здійснювати діяльність.

Слід зазначити, що в межах особистісного підходу існує розподіл психологічної готовності на довготривалу та ситуативну. Довготривала готовність є стійким комплексом особистісних, професійно важливих якостей, необхідних для успішної діяльності в багатьох ситуаціях.

Ця система існує постійно, виступає як провідна передумова регуляції діяльності в цілому. Ситуативна готовність є активно-дієвим станом особистості, функціональною структурою, яка виникає в тісному зв'язку із структурою зовнішньої взаємодії (конкретною ситуацією і завданнями, які потрібно виконати). При цьому зазначається, що категорія психологічної готовності є одночасно категорією теорії особистості (як довготривала готовність) і теорії діяльності (як ситуативна готовність).

Разом з тим, представники другого напрямку вказують на глибокий зв'язок функціонального стану готовності та готовності як стійкої характеристики особистості. Стверджується, наприклад, що стан готовності – це тимчасова готовність, а підготовленість особистості – довготривала готовність. Крім того, наголошується, що ці два види готовності знаходяться в тісному зв'язку між собою.

Психологи досліджували особливості психологічної готовності особистості до виконання різних видів діяльності – навчальної, трудової, педагогічної, спортивної, військової тощо [1-3].

Вони показали, що така готовність, окрім загальних структурних, характеризується й наявністю специфічних компонентів, які відображають особливості того чи іншого виду діяльності. Здійснення ефективного управління передбачає також наявність у керівників психологічної готовності до виконання управлінської діяльності, яка характеризується своїм змістом та структурою.

Аналіз літературних джерел та управлінської діяльності керівників організацій дали можливість визначити низку теоретико-методологічних підходів до аналізу окресленої проблеми:

1. Дослідження психологічної готовності керівників до управління доцільно здійснювати в межах особистісного підходу до розуміння сутності психологічної готовності. Таку готовність слід розглядати як результат спеціальної цілеспрямованої підготовки керівників.

2. Психологічну готовність керівників до управління необхідно розуміти як довготривалу готовність, яка визначає успішність здійснення управління організаціями в цілому.

3. Довготривала психологічна готовність керівників організацій до управління може виступати як основа для виникнення ситуативної готовності (в кожній конкретній управлінській ситуації, з якою стикається керівник).

Отже, психологічна готовність керівників до управління є комплексом мотивів, знань, умінь та навичок, особистісних якостей, які забезпечують успішну взаємодію керівників з учасниками управлінського процесу та ефективність управління в цілому. За своєю структурою вона є складним, багатоаспектним особистісним утворенням, яке містить такі функціонально пов'язані між собою та взаємообумовлені компоненти: мотиваційний; когнітивний; операційний; особистісний.

Список використаних джерел:

1. Корольчук М. С. Основи психології: схеми, опорні конспекти, методики / М. Корольчук, В. Крайнюк, В. Марченко. – К. : Ніка-Центр 2008. – 320 с.
2. Свидрук І. І. Психологія управління та конфліктологія: підручник / І. І. Свидрук, Ю. Б. Миронов. – Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2017. – 320 с.
3. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління. Підручник / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. - 3-тє вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 664 с.

УДК 658.310.9

Смігунова О.

*к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Вареца Д., Фисун К.
здобувачі вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В РОБОТІ З ПЕРСОНАЛОМ

Трансформація економіки, зумовлена глобалізаційними та євроінтеграційними процесами, вимагає певної зміни підходів до управління. Саме від ефективної управлінської діяльності наразі залежить успіх як окремої організації, так і держави загалом.

Аналіз діяльності успішних керівників підтверджує, що висока заробітна плата вже не є ключовим мотиваційним фактором. Сучасні керівники зацікавлені працювати в потужних організаціях зі сприятливою корпоративною культурою, що базується на довірчих відносинах, загальній спрямованості на результат, ініціативності, диференційованому підході при оплаті праці тощо [1,2].

Процес керівництва в будь-якій організації часто супроводжується конфліктами як між окремими виконавцями чи групами, так і зі стейкхолдерами – безпосередніми споживачами товарів чи послуг, представниками громадськості тощо. Деякі з них розв'язуються миттєво, інші набувають затяжного характеру та вимагають стороннього втручання. Керівник має розуміти причини виникнення конфліктів, володіти знаннями щодо сутності, особливостей перебігу конфліктного протистояння та можливих наслідків конфліктів та уміти усувати їх негативний вплив.

Основними причинами, що зумовлюють виникнення конфлікту в управлінській сфері є обмеженість в необхідних ресурсах, взаємозалежність завдань, відмінності в меті, розходження в особистих уявленнях щодо цінностей, відмінності в манері поведінки, в рівні освіти, а також незадовільні комунікації [3]. Більш детально проаналізуємо кожен з перерахованих причин.

Розподіл ресурсів. Навіть в великих організаціях ресурси є обмеженими. Керівництво має визначити яким чином розподілити матеріальні, людські чи фінансові ресурси між різними групами, щоб забезпечити найбільш ефективно досягнення мети організації. При цьому виділити більшу частку отримають меншу частку від меншого обсягу. Тобто, необхідність ділити ресурси майже неминуче призводить до різноманітних конфліктів.

Взаємозалежність завдань. Можливість конфлікту існує скрізь, де один працівник або група залежить від виконання завдання іншим працівником чи групою. Оскільки всі організації є системами із взаємозалежними елементами, неадекватна робота одного підрозділу чи людини в умовах взаємозалежності задач може спричинити конфлікт. Невдало підібрані типи організаційних структур та встановлених стосунків можуть навіть сприяти виникненню

конфлікту при виконанні взаємозалежних задач. Розглядаючи міжгруповий конфлікт, доречно навести приклад конфлікту між лінійними і штабними працівниками. Причина такого конфлікту полягає у взаємозалежності виробничих стосунків. З одного боку, лінійний персонал залежить від штабного, тому що потребує допомоги фахівців, а з іншого – штабний персонал залежить від лінійного, потребуючи його підтримки у той момент, коли з'ясовує збої у виробничому процесі або коли виступає в ролі консультанта. Також штабний персонал при впровадженні своїх рекомендацій звичайно залежить від лінійного. Ймовірність виникнення конфліктів є більш високою при матричній структурі організації, в якій принцип єдиноначальності порушений. Можливість виникнення конфлікту є високою і в функціональних структурах, адже кожна значна функція полягає переважно в своїй власній області спеціалізації. В органах публічної влади, де основою організаційної схеми виступають відділи, керівники взаємозалежних підрозділів підпорядковуються одному загальному керівництву більш високого рівня, можливість конфлікту, що виникає по суто структурним причинам, є меншою.

Відмінність в меті. Можливість конфлікту зростає в залежності від того, як організації стають більш спеціалізованими й в них виокремлюються підрозділи, які самі формулюють власну мету і можуть приділяти більше уваги власним завданням, ніж завданням всієї організації.

Відмінності в уявленнях і цінностях. Оцінка ситуації може бути деформованою, в залежності від поглядів, альтернатив і аспектів ситуації, що на думку конкретних людей є більш сприятливим для їхньої групи чи особистих потреб.

Відмінності в цінностях наразі є широко розповсюдженою причиною конфліктів. Наприклад, підлеглий вважає, що має право на вираження своєї думки завжди, в той час, коли на думку керівника він може висловлюватись лише коли його питають, беззаперечно виконуючи те, що йому кажуть.

Відмінності в манері поведінки і в життєвому досвіді можуть збільшити можливість виникнення конфлікту. Люди, що постійно виявляють агресивність і ворожість, постійно заперечуючи кожне слово, створюють навколо себе атмосферу, сприятливу для конфліктів. Люди з такими рисами характеру, як авторитарність, догматичність часто байдужі до такого поняття як самоповага, тому часто вступають в конфлікт. Наявність суттєвих відмінностей в життєвому досвіді, цінностях, віці, освіті, стажі роботи, соціальних характеристиках призводить до зниження ступеню взаєморозуміння і співробітництва між представниками різних підрозділів.

Незадовільні комунікації можуть виступати як причиною, так і наслідком конфлікту. Ця проблема може діяти як каталізатор конфлікту, заважаючи окремим працівникам або групі оцінити ситуацію. Інші часті проблеми передачі інформації, що викликають конфлікт, – неоднозначні критерії якості, неспроможність точно окреслити посадові обов'язки і функції всіх співробітників і задачі підрозділів, а також формулювання вимог до роботи, що взаємно виключають одна одну. Неспроможність керівництва розробити і

довести до відома підпорядкованих точний опис посадових обов'язків може створити чи посилити проблеми.

Справжній конфлікт часто є результатом спроби переконати іншу сторону або нейтрального посередника в тому, що опонент неправий. Одна сторона може зробити спробу переконати іншу прийняти свою позицію або заблокувати сторонню, застосувавши первинні засоби впливу, такі як вимушеність, винагородження, традиції, експертні оцінки, переконування або участь.

Отже, для управління конфліктом слід визначити причини його виникнення, тип, можливі наслідки, що дозволить обрати найбільш ефективний спосіб його розв'язання. Конфлікт може бути функціональним, таким, що веде до підвищення ефективності діяльності організації, та дисфункціональним, наслідками якого є зниження особистої задоволеності, групового співробітництва і ефективності діяльності організації. Така роль конфлікту переважно залежить від ефективності управління ним.

Список використаних джерел:

1. Нагорняк Г., Мулярчук В. Влив корпоративної культури на подолання конфліктів на підприємстві як важливий напрямок забезпечення ефективності праці менеджера. Соціально-економічні проблеми і держава. 2010. Випуск 1 (3). С. 83-93.

2. Смігунова О., Миколенко І., Романащенко М. Роль корпоративної культури в успішному розвитку системи управління персоналом підприємстві. Вісник Хмельницького національного університету. економічні науки. 2022, № 5, Том 1. С. 37 – 42. URL : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=14398>. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-6](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-6).

3. Галаган В.Я., Орлов В.Ф., Отич О.М. Конфліктологія: Конспект лекцій. Для підготовки магістрів усіх форм навчання. К.: ДЕТУТ, 2008. 933293 с.

УДК 332.3:504.054

*Середа О.
аспірант кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

РЕГУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Системність методологічного підходу до ефективності використання земельно-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств обумовлена взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими регулюючими інструментами використання земель сільськогосподарського призначення, які представлено у поєднанні законодавчого забезпечення, соціально-економічних і екологічних критеріїв. Регулювання, як процес, характеризує цілеспрямований вплив факторів на поведінку об'єктів, які уособлюють в собі «сукупність складових, що набувають особливого значення при координації соціально-економічного стимулювання, економічних гарантій та санкцій щодо диференціації рентної плати за землю, надання пільг щодо стягнення земельних платежів, визнання розміру штрафу за правопорушення у земельних відносин, а також впровадження фінансової підтримки щодо розширення обсягів землекористування та ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств» [7, с. 19]. Поєднання регулюючих інструментів земельно-ресурсного потенціалу передбачає формування складної конструкції компонент, які утворюють розподільчу структуру елементів його ефективного використання. Визначальним базисом елементів земельно-ресурсного потенціалу є множина складових, які впливають на стійкість економічного розвитку сільськогосподарських підприємств.

Реалізація регулюючих процесів щодо збереження стійкості системи користування землями сільськогосподарського призначення та забруднення навколишнього природного середовища, дозволяє підтримати оптимальне співвідношення між окремими складовими земельно-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств та передбачити загрози природного характеру.

Використання земельно-ресурсного потенціалу через соціально-економічні важелі впливу на загальну ефективність земель сільськогосподарського призначення, мотивує окремих суб'єктів господарювання запроваджувати заходи щодо збереження природно-виробничих комплексів, які визначаються оптимальною галузевою структурою сільського господарства на певній території та раціональним землекористуванням.

Для різних видів земельних ресурсів використовується певний інституціональний набір інструментів державного впливу і певна структура елементів земельних відносин. Тому, на наш погляд, об'єктом земельних відносин в сільському господарстві повинні бути земельні ресурси, які включають в себе сільськогосподарські угіддя за конкретними їх елементами, і

зокрема такого елементу, як відносини з охорони земель через формування зведеного екологічного бюджету в регіонах і вимог до підтримки родючості ґрунтів.

Отже, регулювання ефективності використання земельно-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств з використанням й охорони земель сільськогосподарського призначення є однією із центральних позицій забезпечення збалансованості розвитку сільського господарства. Дослідження теоретичних концепцій щодо імплементації земельних відносин доводить, що земельні відносини є складною економічною категорією, яка поєднує в собі елементи соціально-економічних, екологічних та правових відносин, що, з огляду на важливість земельних ресурсів для існування сільського господарства, вимагає формування ефективного регулятивного механізму, спрямованого на створення підґрунтя для ефективного використання земельно-ресурсного потенціалу з урахуванням національних інтересів у сфері сільськогосподарського виробництва.

Список використаних джерел:

1. Колодій П. Теоретико-методологічні основи раціонального використання земельних ресурсів. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК*. 2015. № 22(2). С. 18-23.

УДК 336.663

*Середяк Р.
здобувач вищої освіти освітнього рівня «магістр»,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
м. Івано-Франківськ*

ОБОРОТНІСТЬ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Успіх підприємства в конкурентній боротьбі полягає в повній мобілізації ресурсів, активного пошуку і використання всіх можливих резервів, потенційного зростання ефективності та результативності підприємства. Дебіторська заборгованість, як відомо, - це заборгованість боржника перед суб'єктом господарювання, що відображає частину тимчасово вилучених з обігу фінансових коштів. З іншого боку, це займає важливе місце в гарантійній діяльності бізнесу загалом, оскільки опосередковано обслуговує процес реалізації в результаті процесу кредитування. Все це вимагає балансу між збитками, які існують у дебіторській заборгованості як частини активу, та вигодою, яку компанія отримує від виникнення дебіторської заборгованості.

Оборотність дебіторської заборгованості є важливим показником фінансової стійкості та ефективності діяльності підприємства. Цей показник вказує на швидкість повернення коштів, які підприємство винесло в кредит своїм клієнтам. Задля підвищення ефективної діяльності підприємства використовують коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості. Він показує ефективність політики дебіторської заборгованості підприємства з точки зору збору оплати за реалізацію продукції в борг, характеризує рівень комерційного ризику, що зумовлений аналогічними фінансовими взаєминами.

Одним з головних факторів, що впливають на оборотність дебіторської заборгованості, є ефективне управління цього обліку. Підприємства повинні розробляти гнучкі умови платежів, вчасно відслідковувати заборгованість клієнтів та застосовувати інші стратегії для покращення платіжної дисципліни своїх клієнтів.

Зменшення оборотності дебіторської заборгованості може призвести до затримок у платежах, що забирає ресурси і зменшує ліквідність підприємства. Для запобігання таких ситуацій підприємства повинні регулярно аналізувати свою дебіторську заборгованість та вживати необхідних заходів для її зменшення.

Однак, занадто швидке повернення коштів може також вказувати на недостатню кількість кредитів, які надає підприємство. У такому разі, підприємство може втратити певний рівень продажів, що може вплинути на його прибутковість та конкурентоспроможність.

Окрім того, оборотність дебіторської заборгованості є важливим показником для інвесторів. Інвестори оцінюють фінансову стійкість підприємства та його здатність до прибуткової діяльності, що визначає його ринкову цінність. Тому підприємства повинні забезпечувати високий рівень

оборотності дебіторської заборгованості для підвищення своєї привабливості для інвесторів.

Іншим фактором, що впливає на оборотність дебіторської заборгованості, є стан економіки в цілому. В період економічної нестабільності заборгованість може зростати, що може вплинути на платіжну дисципліну клієнтів та зменшити оборотність дебіторської заборгованості.

Отже, оборотність дебіторської заборгованості є важливим показником для оцінки фінансової стійкості та ефективності діяльності підприємства. Підприємства повинні регулярно аналізувати та контролювати цей показник, вживати необхідні заходи для зменшення заборгованості та покращення платіжної дисципліни своїх клієнтів. Тільки таким чином вони можуть підвищити свою ліквідність, збільшити ринкову цінність та привабливість для інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Акімова Н.С., Топоркова О.В., Євлаш Т.О., Говоруха О.О. (2016) *Облік та аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємств оптової торгівлі : монографія*. Харків. 285 с.

2. Гнатюк Т.М., Шкроміда В.В., Мельник Н.Б. (2018) Оперативний облік та аналіз закупівель, продаж та розрахунково-кредитних операцій підприємства. *Вісник Прикарпатського університету. Серія економіка*. № 8, С. 42-47.

3. Положення стандарт бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

4. Даниленко А.С., Варченко О.М., Свиноус І.В. (2019) *Управління дебіторською заборгованістю у сільськогосподарських підприємствах: фінансово-обліковий аспект : монографія*. Київ. 288 с.

УДК 620.925:658.576

Станько Т.

*к.е.н., ст. викл. кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА

Війна росії проти України поставила нашу державу, ЄС і світ перед викликом щодо найшвидшого запровадження ембарго на закупівлю нафти, газу і вугілля з країни-агресора. Тому досягнення енергетичної незалежності держави, визначення шляхів вирішення цього надзвичайно важливого завдання набувають вагомого значення в сучасних умовах розвитку ринкової економіки. Заміна нафтопродуктів на біопаливо стає не лише економічно доцільною, а й необхідною умовою сучасного сталого розвитку економічної системи.

Відтак розвиток та подальше функціонування ринку біопалива неможливе без розробки та впровадження в Україні чітко скоординованої стратегії для виробництва біопалива різних видів і створення ефективного та прозорого законодавства, яке визначатиме основні напрями для сприяння розвитку біопаливної галузі. Практика вживати термін «стратегія», коли йдеться про планування і навпаки поширена в науковій літературі. Це пов'язано з тим, що саму стратегію часто визначають як план дій [4, с. 97].

Стратегічне управління поділяється на три основні етапи: підготовчий, основний та заключний. Підготовчий етап включає стратегічний аналіз і прогнозування зовнішнього і внутрішнього середовища, основний етап – передбачає здійснення стратегічного планування та відповідно заключний – етап – стратегічну організацію та мотивацію, контроль і регулювання.

Процес розробки та реалізації стратегії складається з п'яти взаємопов'язаних завдань.

1. Розробка стратегічного бачення – уявлення менеджерів про довгостроковий розвиток підприємства із врахуванням виробництва біопалива, обрану технологію, напрями розвитку, клієнтів.

2. Постановка цілей. Цілі – це результати та наслідки, бажані для підприємства, критерії оцінки діяльності організації та його розвитку. На даному етапі місія трансформується в конкретні результати та підсумки, до яких прагне підприємство. Постановка цілей і контроль їх досягнення допомагає відслідковувати прогрес діяльності підприємства.

3. Розробка стратегії. Стратегія виробництва біопалива – це методи конкуренції та ведення бізнесу, які вибирає менеджмент для задоволення клієнтів, успішної конкуренції та досягнення глобальних цілей підприємства. Стратегія має бути одночасно активна (тобто продумана і спланована заздалегідь) і адаптивна (тобто мати пристосувальний характер). [1, с. 39].

4. Втілення стратегії. Завдання втілення та реалізації стратегії є найскладнішим та найтривалішим у системі стратегічного менеджменту, яке впливає на всі аспекти управління та вирішується буквально в усіх підрозділах

компанії. Втілення стратегії – це трансформація теоретичної стратегії у набір конкретних заходів.

5. Реалізація стратегії – це набір конкретних дій щодо втілення стратегії, а саме розвиток компетенцій і можливостей аграрного підприємства, фінансування, політика підтримки, мотивація працівників, створення корпоративної культури, належне керівництво [3, с. 164.].

У сучасних умовах господарювання можна виділити декілька основних підходів до процесу розробки стратегій розвитку підприємства з виробництва біопалива:

1. Контроль витрат. Основою таких стратегій є зменшення власних витрат порівняно з конкурентами шляхом постійного та суцільного контролю над витратами.

2. Стратегія диференціації, суть якої полягає в концентрації організацією своїх зусиль на певних пріоритетних напрямках, де вона намагається отримати якнайбільше переваг. Ці напрями можуть бути різними, тому різновидів такої стратегії на практиці є дуже багато.

3. Стратегія фокусування. У цьому разі підприємство цілеспрямовано орієнтує певне коло споживачів або на обмежену частину асортименту продукції, або на окремий ринок

Варто відзначити, що визначення і формування стратегії виробництва біопалива розрізняються в залежності від підходу, в межах якого дослідники намагаються вивчати інноваційну стратегію [2, с. 347]. Так, виділяють три основні підходи до розробки стратегії:

1. Інструментальний підхід, який зорієнтований на визначення цілей та засобів їх досягнення. Стратегія розглядається як план досягнення інноваційних цілей за допомогою визначених інструментів.

2. Адаптивний підхід, в рамках якого метою є пристосування до зовнішнього середовища, а стратегія використовується як адаптивний механізм.

3. Процесний підхід зорієнтований на процес розробки та реалізації стратегії, на аналіз взаємозв'язків та взаємозалежностей підсистем організації як складної системи, а тому є більш досконалим у порівнянні з двома попередніми.

Ключовими складовими при формуванні стратегії інноваційного розвитку аграрного підприємства в напрямку виробництва біопалива має бути обґрунтований вибір пріоритетного напрямку розвитку та ефективна реалізація інноваційної програми. При цьому, від вдалого вибору найбільш оптимальної стратегії залежить успіх підприємства на ринку.

Стратегічне управління дає змогу досягти таких основних результатів:

1. Створити системний потенціал для досягнення цілей підприємства. Цей потенціал складається з фінансових, сировинних і людських ресурсів, що використовує підприємство; виробленої продукції (послуг); сформованого позитивного іміджу підприємства.

2. Сформувані структуру та провести внутрішні зміни на підприємстві, що забезпечують чутливість до змін зовнішнього середовища і відповідну адаптацію [с. 84].

Найбільша увага при виборі стратегії приділяється взаємозв'язкам слабких сторін внутрішнього середовища та загроз зовнішнього середовища. Комбінація такого взаємозв'язку може привести до зупинки виробничого процесу та отримання збитку, взамін очікуваного прибутку. Під час здійснення процесу конверсії органічної сировини у сільськогосподарських підприємствах нереалізована можливість може перейти у чинники ризику (загроз). Високий рівень стратегічно розвитку дозволяє вести конкурентну боротьбу за провідну позицію на ринку. Чим вищий стратегічний рівень, тим ширше поле можливостей стратегічних рішень, але водночас і тим більше вимог висувається до керівників підприємств стосовно їхньої готовності використовувати та підтримувати стратегічний рівень на належному рівні.

Для підприємства з виробництва твердого біопалива важливим етапом у прийнятті рішення про трансформацію стратегії має прогнозування ресурсного забезпечення (біомаси), потенціалу збуту товару (твердого біопалива), логістики, розвитку цифрових технологій, виробничих потужностей та можливостей їхнього використання, специфіки організаційної структури управління підприємством [с.165].

Загалом оптимальна стратегія діяльності підприємства з виробництва твердого біопалива полягає в тому, щоб стабільно підтримувати рівень сировини на складі протягом першої половини року, потім в третій чверті накопичити запас та використати його в четвертій чверті, коли попит найбільший. Таким чином, діяльність підприємства має бути спрямована на те, щоб наростити запас твердого біопалива перед опалювальним сезоном та продати упродовж зими. Базовими компонентами, що забезпечують ефективну стратегію розвитку підприємства альтернативної енергетики є ресурсно-сировинна, фінансово-економічна, інвестиційно-інноваційна, маркетингова, управлінська та кадрова

Список використаних джерел:

1. Бурденюк І. І., Волонтир Л. О., Черняк Н. І. Моделювання розміщення виробництва біопалива. *Збірник наукових праць ВНАУ*. Серія «Економічні науки». 2011. №1 (48). С.33-40., с.24.
2. Гуржій Н. М., Колтунік А. Ю. Особливості сучасних підходів до стратегічного управління розвитком підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №14. С. 345-347.
3. Падерін Д., Горященко Ю. Г., Новак Є. Е. Стратегічне управління на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 163-167.
4. Пришляк Н. В., Паламаренко Я. В. Організаційно-економічні аспекти формування стратегії виробництва біопалив. *Економіка та держава*. 2021. № 6. С. 95-104.
5. Чебан І. В., Діброва А. Д. Стратегічні пріоритети формування та розвитку ринку біопалива в Україні на середньострокову та довгострокову перспективу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4. С. 82-93.

УДК 347.424

*Трохименко І.
аспірант Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»,
м. Київ*

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІД ЧАС ФОРС-МАЖОРУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогодні постає питання достовірної інформації у фінансовій звітності щодо створення резервів. Проблема формування безпечних умов ведення балансу при створенні та використанні резервів під час форс-мажору стоїть надзвичайно гостро, що спричинено складними умовами ведення фінансово-господарської діяльності, а також відсутність ефективної методики ведення резервів сумнівних боргів та забезпечення на виплати відпусток. При нарахуванні резерву сумнівних боргів під час форс-мажору дозволяє використовувати резерв в балансі для закриття дебіторську заборгованість. Але для цього потрібний сертифікат Торгово-промислової палати, який виданий безпосередньо такому дебітору. Однак щодо простроченої дебіторської заборгованості в умовах форс-мажору маємо у більшості лише загальний лист Торгово-промислової палати від 28.02.2022 р. № 2024/2.0-7.1. Він звільняє від сплати зобов'язань лише на період форс-мажору та воєнного стану. Для списання доведеться чекати закінчення воєнного стану, адже платоспроможність дебітора ще може відновитися.[2].

Тому створення резерву допоможе оцінити дебіторську заборгованість реалістичніше й показати в активах у тій сумі, яка може бути погашена насправді (без сумнівних боргів).

Резерв сумнівних боргів створюють під дебіторську заборгованість, яка відповідає таким умовам:

- є поточною (тобто виникла під час нормального операційного циклу або буде погашена протягом 12 місяців з дати балансу);
- є фінансовим активом (тобто буде погашена грошовими коштами або іншим фінансовим активом, п. 4 НП(С)БО 13). Тому за товарною дебіторською заборгованістю за виданими авансами резерв не створюють (п. 7 НП(С)БО 10);
- не придбана і не призначена для продажу;
- є сумнівною (тобто щодо якої існує невпевненість у її погашенні боржником, п. 4 НП(С)БО 10). [3].

Ще один важливим резервом, який необхідний під час форс-мажору це забезпечення на виплати відпусток(резерв на відпустку). Чому цей резерв є актуальним на даний час?

По-перше, підприємству ведення резерву на відпустку визначаються щомісяця і формуються витрати. Як наслідок, резерв на оплату відпусток стосується витрат звітного року. Отже, за рахунок резерву нараховується оплата поточних відпусток разом з нарахуванням ЄСВ (або компенсацію за невикористану відпустку при звільненні). При створенні резерву на відпустку під час форс-мажору чи воєнного стану на підприємстві передбачає рівномірне

визнання витрат на оплату відпустки в поточному році. Якщо цього не зробити, то витрати визнаватимуться за фактом надання відпусток. Це порушує правило (і дату) визнання витрат у фінансовій звітності.

По-друге, не нарахування резерву відпусток може свідчити про ведення бухгалтерського обліку з порушенням установленого порядку. За таке порушення у ст. 164 2 КУпАП передбачено адміністративний штраф у розмірі від 8 до 15 НМДГ, тобто від 136 до 255 грн.[1]

Спотворення показників фінансової звітності за рахунок не нарахування (некоректного нарахування) резерву відпусток можна трактувати і як надання недостовірних статистичних спостережень. За це порушення передбачено штраф за ст. 186 3 КУпАП у розмірі від 10 до 15 НМДГ (від 170 до 255 грн).[1]

Згідно з пунктом 17 ПСБО 11, підприємство має використовувати забезпечення тільки для відшкодування тих витрат, для покриття яких вони створювалися.

Тобто за рахунок резерву відпусток підприємство може нарахувати:

01) оплату щорічних основних відпусток та додаткових відпусток (працівникам із дітьми, за роботу зі шкідливими та важкими умовами праці, додаткової щорічної за особливий характер праці, інших щорічних додаткових, передбачених законодавством) [читайте додатково Щорічна відпустка, Додаткова відпустка, Відпустка на дітей];

02) оплату компенсацій за невикористані дні відпустки;

03) оплату ЕСВ від суми оплати відпусток і компенсацій. [4]

Формування безпечних умов функціонування та розвитку українських підприємств усе більше пов'язані зі здатністю ефективно ведення бухгалтерського балансу, щодо ведення резервів під час війни. Резерви сумнівних боргів - це один з допоміжних елементів під час погашення дебіторської заборгованості. Отже, можна дійти висновку що під час даної ситуації в країні є ефективним створення резерву сумнівних боргів і та їх достовірне відображення в балансі дає можливість підприємству покривати збитки від дебіторів. Але ж все поетапна система при формуванні резерві сумнівних боргів треба щоб методи при використанні резервів були чітко описані в обліковій політиці. Без цього ви не маєте право використовувати резерв для закриття заборгованостей. Резерв на відпуску - обов'язковою умовою для підприємств, які на загальній системі оподаткування. Не нарахування резерву відпусток можна розцінити як ведення бухгалтерського обліку з порушенням установленого порядку й унесення неправдивих даних до фінансової звітності. За це порушення посадовцям підприємств загрожує адміністративна відповідальність. Подальші наукові дослідження, які стосуються питання формування вище викладених резервів під час форс-мажору повинні бути спрямовані на професійне судження бухгалтера, як основного суб'єкта формування достовірної інформації на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 № 8073-X. https://zakononline.com.ua/documents/show/158903___601182

2. Листом від 28.02.2022 року № 2024/02.0-7.1 Торгово-промислової палати https://ips.ligazakon.net/document/view/MUS36779?utm_source=biz.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=bizpress01&_ga=2.93883293.1801653212.1678971169-947691597.1678971169

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 8 жовтня 1999 р. № 237 (в редакції від 09.08.2013) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>

5. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 28.12.1994 року № 334/94 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=334%2F94-%E2%F0>.

УДК 658.3+005.95/.96:656.1/.5:331.1

Трушкіна Н.

*к.е.н., старший дослідник, докторант,
старший науковий співробітник сектору
промислової політики та інноваційного розвитку,
Науково-дослідний центр індустріальних
проблем розвитку НАН України, м. Харків*

*Чернух Д.
аспірантка, спеціальність 051 «Економіка»,
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ*

АНАЛІЗ МЕТОДИК ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В останні роки питання корпоративної культури набуває особливої вагомості, привертаючи до себе увагу як теоретиків, так і практиків з управління. Адже вона є одним із джерел нематеріальної мотивації, а, отже, стимулює економічне зростання підприємства. Окрім того, моніторинг динамічного розвитку підприємства дозволяє контролювати навіть незначні зміни у поточному стані, виявити тенденції розвитку та результативність заходів з трансформації корпоративної культури з урахуванням сучасних викликів [1]. Саме тому застосування методів та інструментів діагностики корпоративної культури має важливу практичну значимість на підприємстві різної галузевої приналежності [2]. Процес діагностики має чітку послідовність та інструментарій.

До ключових питань, на які мають надати відповідь результати оцінки стану корпоративної культури, відносять такі: критерії ефективності, чинники корпоративної ефективності, індикатори корпоративної культури.

Варто зазначити, що сьогодні серед усіх методик, які запропоновано зарубіжними і вітчизняними авторами, є характерна вузькість спрямування оцінки та дослідження окремих проблемних сфер. Переважно усі роботи позбавлені комплексності при оцінюванні стану розвитку корпоративної культури. Тільки окремі автори зробили спробу комплексної оцінки за напрямками або показниками (Дж. Кемпбелл (J. Campbell), Дж. Рохран (J. Rohrbaugh) та інші), а також визначили певне коло індикаторів впливу на корпоративну культуру.

При цьому різноманіття використовуваних у вітчизняній і світовій практиці методів оцінки корпоративної культури свідчить про:

- наявність потреби в оцінці стану корпоративної культури;
- відсутність єдиної спрямованої оцінки розвитку корпоративної культури;
- роз'єднаність і розбіжності існуючих методичних підходів до оцінювання

та неможливості їх поєднання.

На даний момент безліч методичних підходів до оцінювання корпоративної культури обумовлює необхідність єдиної методики, яка надасть кількісну та якісну оцінку рівня розвитку корпоративної культури, а також

надійних критеріїв достовірності результатів. Крім цього, серед основних переваг і недоліків діючих методик варто виділити способи оцінювання стану корпоративної культури (табл.).

Таблиця

Переваги і недоліки методів оцінювання розвитку корпоративної культури

Позитивні риси	Метод оцінки	Недоліки
Наявність чітких регламентованих груп оцінки: стандарти, кодекси, філософія, хартії	Нормативний	Відсутність кількісних оцінок та їх безпосередній впливу на економічну складову підприємства
Присутність критичних питань, конструктивні зауваження, відвертість і точність, достовірність даних оцінки	Конструктивно-критичний	Відсутність системної оцінки, несистематичні дані про необхідність змін
Вирішення проблеми досягається внаслідок консультації з експертами	«Делфі»	Тривалий, суб'єктивний, обмежений у кількісних величинах
Відбувається ефективна діагностика міжособових і міжгрупових відносин у колективі. Визначення типології культури та соціально-психологічної сумісності персоналу	Соціометричний	Відсутність кількісних показників, що відображають виробничі відносини, чинників впливу на персонал, вузькість напрямку оцінки
Комплексне ухвалення управлінського рішення, засноване на поетапному використуванні методів експертних оцінок	«Ліпки»	Тривалий, суб'єктивний, обмежений у кількісних величинах
Дослідження основних показників, визначення для розрахунку виробничих показників, використання показників для встановлення задоволеності персоналу внутрішньою діяльністю підприємства, станом організаційних відносин	Італійський ІСТАТ	Відсутність урахування чинників впливу. Складність одержання даних, залучення сторонніх фахівців, оплата діяльності сторонніх інтерв'юерів. Різні одиниці виміру, часу спостереження
Виділення сукупності чинників, що визначають корпоративну культуру	Оцінки детермінантів	Відсутність угруповання, нерівнозначна кількість індикаторів з різних напрямів, складність трансформації результатів до єдиного значення

Джерело: складено на основі [3].

У результаті дослідження [4; 5] встановлено, що існуючі способи оцінювання рівня розвитку корпоративної культури на підприємстві дозволяють:

розробити основні напрями та ефективну систему показників оцінювання розвитку корпоративної культури підприємства;

визначити необхідність встановлення коефіцієнтів значущості залежно від впливу напрямку оцінки корпоративної культури;

забезпечити врахування впливу чинників на корпоративну культуру;

кількісно оцінити сучасний стан корпоративної культури;

зіставити фактичні витрати на розвиток корпоративної культури з показниками продуктивності праці;

виявити проблемні сфери і встановити або розвинути відповідні мотиваційні та інформаційні заходи у системі управління персоналом компаній;

виявити співвідношення рівня корпоративної культури зі ступенем задоволення від праці працівника.

Однак, незважаючи на наявність багатьох позитивних чинників розглянутих методичних підходів до оцінювання корпоративної культури підприємств, що вони недостатньо враховують вплив інформаційної складової та індикатори цифрової економіки.

У подальших дослідженнях планується більш детально проаналізувати та узагальнити існуючі методики діагностики та підходи до оцінювання рівня розвитку корпоративної культури транспортно-логістичних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Trushkina N., Abazov R., Rynkevych N., Bakhautdinova G. Digital Transformation Organizational Culture under Conditions of the Information Economy. *Virtual Economics*. 2020. Vol. 3. № 1. P. 7-38. [https://doi.org/10.34021/ve.2020.03.01\(1\)](https://doi.org/10.34021/ve.2020.03.01(1)).

2. Kharchyshyna O., Trushkina N. Diagnosis of organizational culture and trends in its development in higher education. *Modern management: theories, concepts, implementation: monograph* / M. Duczmal, T. Nestorenko (Eds.). Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2021. P. 294-308.

3. Міхов Л.І. Методичні підходи до оцінювання корпоративної культури. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. № 3(35). 2016. С. 60-66.

4. Григорак М., Трушкіна Н., Чернух Д. Грейдування як метод формування системи мотивації персоналу логістичних компаній. *Věda a perspektivy*. 2022. № 7(14). Str. 115-129. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-7\(14\)-115-129](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-7(14)-115-129).

5. Bezpartochna O., Trushkina N., Chernukh D. Influence of digital technologies on the development of the corporate culture of logistics companies. *Strategic imperatives of economic systems management in the context of global transformations: scientific monograph* / Edited by M. Bezpartochnyi, V. Riashchenko, N. Linde. Riga: Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences, 2021. P. 121-137.

УДК 336.201

Тягнибедіна Я.

ЗВО спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Науковий керівник: Дранус В.

к. е. н., доцент кафедри фінансів і кредиту,

Чорноморський національний університет ім. Петра Могили, м. Миколаїв

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Малий та середній бізнес виконує важливі функції для економічного розвитку країни: розвиває конкурентне середовище, наповнює товарний ринок, забезпечує зайнятість населення, збільшує дохід підприємців. Виклики, які наразі постали перед вітчизняною економікою, потребують уваги держави у питаннях відновлення економічної активності суб'єктів малого та середнього підприємництва, пошуку методів для їх соціально-економічного зростання. В зв'язку із складною ситуацією в країні суттєво сповільнився економічний розвиток України, через активні бойові дії на території України у 2022 році близько 50% підприємств зупинили свою економічну діяльність, 20% переїхали на більш безпечну територію країни, 4.4% виїхали за кордон [1].

Особливий вплив на розвиток підприємств має система оподаткування. Тому, з початком військових дій, одним із важливих питань постала потреба у трансформації чинного податкового законодавства задля врегулювання системи оподаткування підприємств в умовах воєнного стану. Дану думку підтверджують такі вчені: Шульга А. А. [3], Чиркова Ю. Л., Ткачук Б. М. [4], які мають велику кількість напрацювань.

Саме тому, Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15.03.2022, який спрямований на податкове стимулювання бізнесу в умовах дії воєнного стану. Закон надав можливість усім підприємствам з оборотом до 10 млрд. грн. перейти на спрощену систему оподаткування зі сплатою 2% від обороту замість податку на прибуток (18%) та ПДВ (20%). ФОПи третьої групи на спрощеній системі оподаткування отримали можливість сплачувати 2% від доходів замість 5% [2]. Але не всі українські компанії перейшли на 2-відсоткову систему, адже більшість втратили б податковий кредит з ПДВ.

Ще одним шляхом покращення системи оподаткування підприємств під час війни є доцільність спрощення експортно-імпортних операцій, зокрема, оптимізація митних та інших податків та платежів.

Експорт, який забезпечує країні значну частину національних доходів, практично зник, адже внаслідок військових дій торгівля України на світовому ринку майже зупинилась. Тому значною підтримкою для розвитку малого та середнього підприємництва України стали введені податкові пільги провідних країн-партнерів щодо українського експорту [5].

Оскільки, Україна – це європейський кордон між війною та миром, що утримує свої позиції для захисту інтересів суспільства усього Європейського Союзу (ЄС), то члени Європарламенту також не залишилися осторонь і вирішили ідентично своїм партнерам скасувати ввізні мита на промислову продукцію України, фрукти та овочі, а також анулювати антидемпінгове мито та захисні заходи щодо імпорту строком на один рік [6].

Отже, наразі держава робить все можливе для підтримки українського бізнесу, але внутрішня ситуація в країні залежить від платників податків, які у воєнний час продовжують свою діяльність. Лише за цих умов економіка держави буде працювати та сприяти економічному зростанню.

Список використаних джерел:

1. Збитки малого й середнього бізнесу за шість тижнів війни – дослідження. forbes.ua URL: <https://forbes.ua/news/zbitki-malogo-yserednogo-biznesu-za-pershiy-misyatsotsinyuyutsya-v-64-85-mlrddoslidzhennya-10052022-5936>
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 № 2120-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
3. Шульга А. Система оподаткування та її вплив на фінансово-господарську діяльність підприємств. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/2507/1/58.pdf>
4. Чиркова Ю., Ткачук Б. Особливості оподаткування зовнішньоекономічних операцій під час воєнного стану в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1517/1459>
5. Маршук Л.М., Пасічник Д.В. Проблеми системи оподаткування підприємства в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, 2022. Випуск 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1872/1804>
6. Європарламент схвалив скасування мит на весь український експорт (2022). Аналітичний портал «Слово і Діло». URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/05/19/novyna/ekonomika/evroparlament-sxvalyv-skasu-vannya-myt-ves-ukrayinskyj-eksport>

УДК 330.31

Усата Н.

к.е.н., с.н.с., провідний науковий співробітник відділу організації менеджменту, публічного управління та адміністрування, ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ТА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ

Потреби розвитку вітчизняного агропромислового виробництва й сільських територій вимагають пошуку нових механізмів його забезпечення, зокрема за рахунок об'єднання зусиль держави та приватного бізнесу при формуванні та реалізації проєктів державно-приватного партнерства (ДПП).

Використання механізму ДПП буде сприяти створенню передумов для розвитку агропромислового виробництва та сільських територій на засадах сталості. Це пов'язано із впровадженням комплексу відповідних заходів на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях відносно особливостей формування та реалізації проєктів ДПП щодо створення (будівництва) нових або модернізації (реконструкції) існуючих об'єктів та (або) управління (експлуатації) такими об'єктами.

Важливим є розроблення єдиного підходу до розвитку ДПП, визначення пріоритетних сфер застосування такої співпраці та особливостей його використання при вирішенні завдань розвитку в аграрному секторі економіки України.

Актуальність поєднання зусиль держави та ініціативи приватного бізнесу значно підвищилася з 2022 року, коли Україна стикнулася з необхідністю відновлення постраждалих внаслідок військових дій виробничих та інфраструктурних об'єктів в економіці, зокрема у вітчизняному аграрному секторі.

Внаслідок повномасштабної військової агресії зі сторони росії, в Україні пошкоджено та зруйновано тисячі інфраструктурних об'єктів, житлових будинків, тваринницьких ферм, господарських будівель тощо. А на територіях, де тривають активні бойові дії, кількість пошкоджених та повністю зруйнованих будівель щоденно зростає.

За оцінками Центру економічної стратегії (ЦЕС), найбільше прямих збитків зазнали житлові будівлі й інфраструктура – на 52,5 млрд дол. та 35,6 млрд дол. відповідно. В той же час непрямі збитки найбільше зачепили аграрний сектор (34,3 млрд дол.) та активи підприємств і промисловість (33,1 млрд дол.). А це в свою чергу, призведе до суттєвого. Очевидно, це призвело до тотального спаду в усіх сферах економіки [1].

Отже, зважаючи на колосальні масштаби необхідної відбудови інфраструктурних об'єктів та житла, зокрема у сільській місцевості, держава повинна повною мірою активізувати та використовувати механізм ДПП, спрощувати існуючу процедуру підготовки та запуску проєктів ДПП для

приватного партнера з метою залучення найбільш можливих обсягів інвестицій.

Так, 17 листопада 2022 року відбулася нарада щодо використання інструментів ДПП для відбудови України з місією ЄС, Світовим банком і іншими міжнародними партнерами. Основним питанням цього зібрання було обговорення перспектив використання інструментів ДПП в процесі відбудови та реконструкції нашої країни, а також розгляд законопроекту «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення механізму залучення приватних інвестицій з використанням механізму державно-приватного партнерства для пришвидшення відновлення зруйнованих війною об'єктів та будівництва нових об'єктів, пов'язаних з післявоєнною перебудовою економіки України» №7508, метою якого є комплексне реформування системи ДПП, а отже вдосконалення механізмів і процедур ДПП в Україні [2; 3].

Ключовим завданням реформи ДПП є оптимізація його механізмів, у тому числі суттєве спрощення існуючої процедури, а отже і скорочення часу на підготовку та запуск проектів ДПП. Це дасть можливість виграти у часі і прискорити будівництво зруйнованої соціальної інфраструктури та житла в сільських територіях.

В перспективі передбачається вибір та затвердження проектів ДПП через електронну систему закупівель, що сприятиме спрощенню даного процесу та зменшенню корупційних проявів. В кінцевому рахунку реформування системи ДПП, із врахуванням кращих світових практик, забезпечить формування сприятливих умов для розвитку інвестиційного середовища в умовах війни.

Список використаних джерел:

1. Аудит на руїнах: втрати економіки за час війни. URL: <https://minprom.ua/articles/290306.html> (дата звернення: 10.03.2023 р.).

2. Саме державно-приватне партнерство може стати драйвером залучення коштів в Україну – вважають у Комітеті з питань економічного розвитку. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/230376.html (дата звернення: 10.03.2023 р.).

3. Усата Н.В. Державно-приватне партнерство як ефективний механізм інвестиційного забезпечення відбудови та розвитку сільських територій. Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції «Капіталізація аграрних підприємств та їх інвестиційне забезпечення» з нагоди 85-ї річниці від дня народження доктора економічних наук, професора, член-кореспондента НААН Підлісецького Гліба Макаровича (1937-2013), 8 вересня 2022 р. Київ: Національна академія аграрних наук України, Національний науковий центр «Інститут» аграрної економіки». С. 362-365.

УДК 631.1

Федик О.

*к.е.н., в.о.доцента кафедри менеджменту ім. проф. Є. Храпливого,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

ЧИННИКИ ОБМЕЖЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРОПІДПРИЄМСТВ

Перехідний етап трансформаційної економічної системи в Україні передбачає ретельне ставлення до вивчення та реалізації механізмів стратегічного управління розвитком формувань, оскільки сучасні процеси глобалізації економіки та нестабільність внутрідержавних процесів зокрема, висувають ряд додаткових вимог ведення аграрного бізнесу. Передумовами останніх можуть виступати, в тому числі, і нестабільність системи зовнішнього та внутрішнього середовища, яка також впливає на способи та методи управління агропромисловими підприємствами та впливає на потребу використання сучасних підходів у сфері реалізації та застосування управлінських рішень, які неодмінно дають змогу конкурувати агропідприємству на сільськогосподарському ринку вирощування продукції.

При розробці стратегічного управління розвитком агропідприємств спостерігаються певні ускладнення, до яких можна віднести чинники загального та специфічного характеру. До чинників загального характеру можна віднести: недостатній рівень розвитку інфраструктури; потреба у висококваліфікованих кадрах; відсутність стратегічного бачення розвитку агропідприємств; хаотичність змін зовнішнього середовища; низький рівень бачення стратегії розвитку управління підприємством; неналежна підготовка найманих працівників та ряд інших факторів. Специфічні чинники обмеження впровадження стратегічного управління розвитком агропідприємств характеризуються недосконалістю регулювання земельних та майнових відносин в агропромисловому секторі економіки; в необхідності залучення сезонної робочої сили; в залежності результатів діяльності від природно-кліматичних умов; в проблемах стратегічного бачення в умовах продовольчих криз [2].

Тут варто зауважити, що реальним освоєнням методики стратегічного управління розвитком, вітчизняні аграрії почали займатись не так вже й давно, у зв'язку з цим, не реалізованими залишаються задуми, які є досконалими лише «на папері», а реального втілення у роботу агропідприємства такі задуми не зазнали. Іншими словами, теоретично розроблена стратегія управління розвитком агропідприємств так і може залишитись не втіленою у практику, а це свідчить лише про формальне функціонування органів управління на такому агропідприємстві [1].

До найбільших підстав не зовсім ефективної реалізації та застосування стратегії розвитку агропідприємств ми би також віднесли:

- недосконалість рівня розвитку внутрішніх структур агропідприємства;

- неналежне та не повне осмислення керівниками внутрішніх структур чи підрозділів конкретики завдань і термінів їх виконання, які пред'являються з боку вище стоячого управлінського складу агропідприємства;
- незадовільне забезпечення розподілу різних типів ресурсів з метою реалізації стратегії;
- індивідуальний принцип прийняття рішень;
- неготовність керівного апарату управління вчасно долати опір непередбачуваних стратегічних змін;
- відносно невеликий досвід керівників підрозділів по реалізації стратегічного управління;
- відставання від темпів здійснення маркетингової діяльності порівняно з її здійсненням конкурентами;
- надмірні витрати, що пов'язані з виробництвом окремих видів продукції.

Найважливішими кроками котрі передують втіленню стратегії розвитку агропідприємств мали би стати: сучасна інноваційна методика вирощування рослин із залученням новітніх технологій їх вирощення та зберігання та належна матеріальна підтримка; своєчасний ремонт вже існуючих засобів виробництва та складських приміщень; використання наукових досягнень вітчизняних та зарубіжних селекціонерів, які б дозволили агропідприємству збільшити врожайність продукції за рахунок її якісних показників та можливості продукції бути стійкішими до різноманітних хвороб, які є притаманними даному виду рослин; економія коштів на перевезення, шляхом покращення стану доріг та запровадження ефективної логістики на підприємстві; забезпечення гнучкої системи ціноутворення, зберігаючи баланс між інтересами агропідприємства і кінцевим споживачем продукції.

У процесі здійснення належного стратегічного управління розвитком агропідприємств потрібно також максимально задіяти усі компоненти управлінського процесу, а це сукупність фінансового менеджменту, маркетингу, організації роботи персоналом, тощо.

Список використаних джерел:

1. Белко І.А. Стратегія розвитку аграрних підприємств в умовах невизначеності ринкового середовища. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 9, ч. 1. С. 73-77.
2. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: навч. посіб. К.: Алерта, 2006. 404 с.

УДК 658.8:658.011.4

Хамініч С.

*д.е.н., професор, професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, м. Дніпро*

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Маркетингові стратегії є одним з ключових інструментів управління бізнес-процесами, так як дозволяють компаніям адаптуватися до мінливої ринкової ситуації, оптимізувати свої бізнес-процеси і підвищити ефективність своєї діяльності.

Існує безліч видів маркетингових стратегій, в залежності від того, яку мету переслідує компанія. Наприклад, однією з таких стратегій є стратегія диверсифікації продукції, яка дозволяє розширити асортимент продукції, що випускається і збільшити частку ринку. Інший приклад - стратегія зниження цін, яка може допомогти компанії вийти на нові ринки і залучити нових споживачів.

Однак маркетингові стратегії не тільки допомагають компаніям збільшити свій прибуток, але і вдосконалюють свої бізнес-процеси. Наприклад, стратегія зниження цін може допомогти оптимізувати виробничі процеси і знизити собівартість продукції, стратегія розробки індивідуальних пропозицій може допомогти оптимізувати процеси продажів і підвищити якість обслуговування клієнтів. Це все сприяє стійкому положенню суб'єкта господарювання у сучасному конкурентному бізнес – середовищі в реаліях сьогодення.

Маркетингові стратегії можуть використовуватися в різних сферах бізнесу, починаючи від маркетингу і закінчуючи управлінням виробництвом. Але для того, щоб ці стратегії були ефективними, необхідно вміти правильно їх розробляти і реалізовувати. Для цього компанія повинна проводити аналіз ринку і потреб своїх клієнтів, а також мати сильну команду фахівців з маркетингу та управління процесами.

Крім того, важливо не забувати, що маркетингові стратегії повинні бути частиною загальної стратегії компанії і відповідати її місії і цілям. Також їх потрібно постійно адаптувати до змін на ринку і потреб клієнтів.

Архітектурні стратегії відіграють важливу роль в управлінні бізнес-процесами, допомагаючи компаніям не тільки збільшувати прибуток, але й оптимізувати свої бізнес-процеси. Для того, щоб ці стратегії були ефективними, потрібно вміти їх правильно розробляти і реалізовувати.

Одним з ключових аспектів успішної реалізації маркетингових стратегій є вміння управляти змінами в організації. При реалізації нових стратегій можуть виникнути проблеми з комунікацією співробітників (їх взаємодією та згодою з прийнятими управлінськими рішеннями керівництвом) або з технологічними змінами, тому необхідно розробити ефективний план управління змінами. Допомагають в цьому такі інструменти, як аналіз поточних бізнес-процесів,

проведення та впровадження навчальних програм, кейсів, тренінгів і спілкування зі співробітниками.

Ще одним важливим аспектом реалізації маркетингової стратегії є її моніторинг і аналіз результатів. Компанії повинні регулярно оцінювати ефективність своїх стратегій, щоб переконатися, що вони відповідають наміченим цілям і вносять необхідні корективи. Для цього використовуються інструменти аналізу даних і звітності [1].

Слід зазначити, що маркетингові стратегії не повинні бути статичними, вони повинні бути адаптовані до мінливої ринкової ситуації і потребам клієнтів. Компанії повинні постійно працювати над удосконаленням своїх стратегій і бізнес-процесів, щоб залишатися конкурентоспроможними і успішними на ринку.

Архітектурні стратегії відіграють важливу роль в управлінні бізнес-процесами, допомагаючи компаніям адаптуватися до мінливої ринкової ситуації, оптимізувати свої процеси і підвищити ефективність своєї діяльності. Для успішної реалізації цих стратегій потрібно вміти правильно їх розробляти і впроваджувати, управляти змінами в організації, контролювати і аналізувати результати і постійно вдосконалювати свої стратегії і бізнес-процеси. Реалізація маркетингових стратегій вимагає команди з маркетингу, продажів, фінансів та операцій працюють разом, щоб досягти найкращих результатів. Компанії, які вміють правильно управляти своїми бізнес-процесами на основі маркетингових стратегій, можуть підвищити свою ефективність і досягти успіху в своїй діяльності.

Ефективне управління бізнес-процесами на основі маркетингових стратегій в сучасному бізнес-середовищі показують, наприклад, такі компанії, як Apple Inc., Nike Inc., Amazon.com Inc. та інші.

Apple Inc. – компанія, яка відома своїми інноваційними продуктами та унікальним маркетингом, включає в свій бізнес-процес безліч маркетингових стратегій. Вони використовують такі методи, як диференціація продукції, високі ціни, а також використання високоякісних матеріалів і технологій для залучення і утримання своїх клієнтів [2].

Nike Inc. – компанія, яка успішно використовує маркетингові стратегії для просування своїх спортивних товарів. Вони часто використовують видовищні рекламні кампанії з відомими спортсменами і створюють унікальні товари для залучення уваги споживачів. Крім того, Nike інвестує в маркетинг і спонсорство заходів, щоб підвищити пізнаваність бренду і зміцнити свої позиції на ринку.

Amazon.com Inc. – компанія, яка застосовує різні маркетингові стратегії для управління своїми бізнес-процесами і збільшення прибутку. Вони використовують персоналізацію для поліпшення взаємодії з клієнтами, пропонують різні програми лояльності та знижки, щоб утримати клієнтів, і впроваджувати нові технології для сфери наших послуг [3].

В цілому, ефективне управління бізнес-процесами на основі маркетингових стратегій може допомогти компаніям досягти успіху на ринку і залишатися конкурентоспроможними в довгостроковій перспективі.

Таким чином, маркетингові стратегії є ключовим елементом управління бізнес-процесами, дозволяючи компаніям залучати нових клієнтів, утримувати старих і збільшувати прибуток. Вони допомагають оптимізувати бізнес-процеси, керувати змінами у вашій організації, відстежувати та аналізувати результати, а також постійно вдосконалювати ваші стратегії та бізнес-процеси.

Компанії, які вміють правильно використовувати маркетингові стратегії, можуть досягти успіху на ринку і залишатися конкурентоспроможними в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Сокол П.М., Хамініч С.Ю. Трансформація механізму маркетингу українських підприємств у сучасному бізнес-середовищі [Текст] Монографія / П.М.Сокол, С. Ю.Хамініч – Дніпро: Вид-во «Нова-Ідеологія», 2022. – 160 с.
2. Шон Прайор (Sean Prior) The Marketing Strategies of Apple, Inc. // Forbes, 25.04.2018. URL:[https:// www.forbes.com/sites/seanprior/2018/04/25/the-marketing-strategies-of-apple-inc/?sh=7a6e813a1c7b](https://www.forbes.com/sites/seanprior/2018/04/25/the-marketing-strategies-of-apple-inc/?sh=7a6e813a1c7b)
3. Люси Хандли (Lucy Handley) How Amazon uses marketing and technology to drive sales// CNBC,07.02.2019. URL:[https:// www.cnbc.com/2019/02/07/how-amazon-uses-marketing-and-technology-to-drive-sales.html](https://www.cnbc.com/2019/02/07/how-amazon-uses-marketing-and-technology-to-drive-sales.html)

УДК 331.1:658.3

Хомюк Н.

*д.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та менеджменту,
Волинський національний університет імені Лесі Українки. м. Луцьк,*

РОЛЬ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Ділова комунікація є надзвичайно важливою для розвитку підприємства, адже налагоджує та підтримує взаємозв'язки між усіма зацікавленими особами. Для досягнення комерційного успіху підприємства та організації вступають у ділові відносини. Адже від правильного ведення переговорів, належного оформлення документів та вміння використовувати засоби масової комунікації буде залежати успіх укладення комерційних угод. Таким чином, ділові комунікації є важливою складовою процесу управління.

Аналізуючи поняття ділової комунікації як діяльності, варто вказати на її особливості, адже вона забезпечує взаємодію двох або більше унікальних і складних систем, що відбувається в різних ситуаціях з використанням різних засобів і каналів спілкування [1].

Сутність комунікацій у бізнесі полягає у задоволенні потреб спільної діяльності, що виражається в узгодженості дій, розумінні та прийнятті цілей, ролі можливих учасників щодо виконання завдань, а також у врахуванні особливостей самої діяльності [2].

Завданнями ділових комунікацій, на думку Ж. Крисько, є [3]:

1) встановлення позитивного ставлення до діяльності організації шляхом встановлення корисних контактів з громадськістю, органами влади, акціонерами, споживачами, вигідними інвесторами та постачальниками;

2) створення умов для успішного просування товарів і всередині країни та за її межами з урахуванням мінімізації витрат та конкуренції на ринку товарів та послуг;

3) організація ділових заходів, таких як дискусії, зустрічі, дні відкритих дверей та презентацій, для популяризації організації та результатів її комерційної діяльності.

В. Панченко виокремлює наступні типи комунікацій [4]:

– формальні – це ті, які встановлюється організаційною структурою підприємства. Якщо управління має багато рівнів, то існує висока ймовірність спотворення інформації, адже кожен відділ може коригувати комунікаційні повідомлення;

– неформальні – це спілкування між друзями, знайомими або передача чуток. За даними зарубіжних дослідників саме неформальна комунікація забезпечує близько 70 % інформації співробітникам організації, але 80 % з цієї інформації є виробничою;

– вертикальні – це спілкування, що відбувається між вищими рівнями управління, включаючи висхідну та низхідну комунікацію;

– горизонтальні – це канал обміну інформацією між відділами координації дій;

– міжособистісні – це вербальне спілкування між людьми в будь-якому вигляді комунікації.

У сучасних підприємствах комунікація не є просто засобом передачі інформації, а стала основним інструментом управління діловими відносинами. Інформація, канали комунікації та ефективне їх використання складають інформаційно-комунікативну інфраструктуру підприємства. Під час комунікації на підприємствах, дотримання правил поведінки та етикету, передбачених міжнародним протоколом, стає особливим місцем. Регламент проходження інформації на підприємствах, який враховує ієрархічну структуру організації, також відіграє важливу роль у комунікаційному забезпеченні управління персоналом [5].

Отже, роль ділової комунікації у розвитку підприємства є надзвичайно важливою та має багато аспектів. Вона впливає на роботу компанії, включаючи комунікацію між усіма структурними підрозділами, взаємодію з партнерами та клієнтами, збереження та приваблення нових клієнтів, взаємодію з співробітниками та підвищення ефективності роботи в усіх командах. Успішне впровадження ділової комунікації вимагає від підприємства розробки стратегії комунікації та відповідного планування, включаючи вибір інструментів комунікації та постійну роботу над їх вдосконаленням. Також важливо навчати співробітників ефективній комунікації та створювати сприятливе середовище для співпраці та обміну ідеями. Тому ділова комунікація є ключовим фактором успішного розвитку підприємства, який може допомогти вирішити різні проблеми та досягти поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2009. Вип. 38. С. 67-74.
2. Хомюк Н., Антонюк Д., Карлін М. Сучасні тенденції розвитку підприємництва на сільських територіях. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 74. С. 168-174.
3. Крисько Ж. Роль ділових комунікацій в управлінні організацією. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 24. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-43>
4. Панченко В. Комунікаційні процеси в ефективному управлінні персоналом. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 30. С. 147-154.
5. Жмуденко В.О. Роль ділових комунікацій в системі управління роль ділових комунікацій в системі управління. *Innovative trends of science and practice, tasks and ways to solve them*: матеріали The XVI International Scientific and Practical Conference. April 26 – 29. 2022. Athens. Greece. P. 135-136.

УДК 325.145

Чумак В.

*к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Антіпова В.*

*здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із основних завдань успішної діяльності підприємства є забезпечення його повної платіжної готовності, зниження якої може призвести до великих непродуктивних витрат підприємства, а в кінцевому результаті і до банкрутства. Отже, спостерігається пряма залежність між наявністю грошових коштів підприємства та його платіжною готовністю. Слід нагадати, що основною причиною неплатоспроможності підприємств є відсутність активів у високоліквідній формі, тобто грошових коштів. Коли дебіторська заборгованість знаходиться на рівні кредиторської (або перевищує її), то навіть за відсутності наявності грошових коштів можна говорити про платіжну готовність підприємства, але при умові, що дебіторська заборгованість буде погашена у встановлений термін.

Загальновідомо, що однією з основних умов фінансової стійкості підприємства є надходження грошових засобів, які зможуть покрити його зобов'язання. Відсутність необхідного запасу грошових коштів свідчить про серйозні проблеми, а надмірна їх величина говорить, що реально підприємство потерпає від збитків, пов'язаних з інфляцією, з втраченими можливостями вигідно вкласти грошові кошти і одержати додатковий дохід. Слід підтримати думку тих авторів, які вважають, що найперший спосіб добування капіталу – це поліпшення управління грошовими коштами підприємства через планування грошових потоків [1, 2].

Криза грошових коштів, що виникла на підприємствах, призводить до їх неплатоспроможності, а це, в ринкових умовах, може розглядатись як перший крок на шляху до банкрутства. Ні великий розмір оборотних активів і власного капіталу, ні високий рівень рентабельності господарської діяльності не можуть застрахувати підприємство від банкрутства, якщо в передбачувані строки через нестачу грошових коштів воно не зможе розрахуватись за своїми фінансовими зобов'язаннями. У підприємства залишок грошових коштів (на рахунках в банку та касі) повинен дорівнювати різниці між кредиторською заборгованістю всіх видів, терміни погашення якої настають протягом найближчого періоду, і поточною дебіторською заборгованістю.

Управлінням грошовими засобами на вітчизняних підприємствах до недавнього часу не займались. Дослідження вчених-економістів показали, що через відсутність точної і систематичної інформації про рух грошових коштів, підприємства втрачають до 20 % свого доходу [3, с. 1052]. Із впровадженням у практику Звіту про рух грошових коштів, стало можливим більш ефективно

здійснювати управління грошовими активами підприємства. Використання даної форми звітності є необхідною і досить корисною в ринкових умовах, оскільки лише плануючи і управляючи грошовими потоками підприємства зможуть забезпечувати себе абсолютно ліквідними активами і уникати банкрутства.

Звіт про рух грошових коштів дає можливість оцінити майбутні надходження грошових засобів, проаналізувати здатність підприємства погасити свою поточну заборгованість та виплатити дивіденди, оцінити необхідність залучення додаткових фінансових ресурсів. Звіт про рух грошових коштів – це звіт, що відображає надходження і видаток грошових активів у результаті діяльності підприємства у звітному періоді. Основною метою складання звіту про рух грошових коштів є надання користувачам фінансової звітності повної, правдивої і неупередженої інформації про зміни, що відбулися в грошових коштах підприємства та їх еквівалентах за звітний період. Таким чином, звіт про рух грошових коштів надає інформацію про послідовний процес надходження і вибуття грошових засобів за видами діяльності внутрішнім і зовнішнім користувачам. Для заповнення звіту необхідно використовувати дані балансу, звіту про фінансові результати, дані аналітичного обліку та приміток до фінансової звітності. Отже, проведений аналіз та особисте спілкування з фахівцями показав, що при складанні звіту про рух грошових коштів виникає багато труднощів. Перш за все це пов'язано з тим, що особливістю формування інформації у звітності є метод нарахування, а не касовий метод, тобто, одержані доходи, або понесені збитки можуть не відповідати реальному «притоку» чи «відтоку» грошових коштів суб'єкта підприємництва.

У закордонній та вітчизняній практиці з метою оцінки чистих грошових потоків, загальної дохідності та ліквідності підприємства широко застосовується показник Cash-Flow. В залежності від цілей аналізу використовують різні підходи до розрахунку даного показника, але, як правило, при його розрахунку завжди використовується сума амортизаційних відрахувань. Тому, розраховуючи показник Cash-Flow, слід враховувати, який метод нарахування амортизації обрало підприємство. Звичайно, використовуючи різні методи, показник буде в кожному випадку інший. Тобто, амортизаційна політика підприємства може в значній мірі впливати на його фінансовий стан. Слід звернути увагу і на те, що досить часто прибуток (збиток), відображений у звітності підприємства може не відбивати реальних фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання. Але слід сподіватись, що із переходом на ведення обліку згідно національних стандартів, підприємства отримали можливість відображати реальний фінансовий результат, оскільки вплив податкових факторів значно зменшився.

Отже, можна констатувати, що управлінням грошовими коштами на вітчизняних підприємствах, поки що, займається не значна їх кількість. Плани (графіки, платіжні календарі) надходження на витрачання грошових коштів необхідно розробляти на рік (з розбивкою по кварталах); на квартал (з розбивкою по місяцях); на місяць (з розбивкою по декадах). У платіжному

календарі повинен відображатись рух грошових коштів відповідно до каналів їх надходження та використання, визначатись чистий грошовий потік та залишки грошових коштів на кінець запланованого періоду. У світовій практиці складання прогнозних планів руху грошових засобів є досить поширеним, а на великих підприємствах – обов'язковим. Досить важливе значення для успіху управління грошовими коштами відіграє прогнозування грошових потоків, іншими словами, планування вхідних та вихідних грошових потоків. Одним із способів управління ліквідністю і платоспроможністю підприємства та попередження його банкрутства є складання платіжного календаря та розрахунок показників Cash-Flow.

Список використаних джерел:

1. Ігоніна К. А. Теоретичні аспекти планування грошових потоків підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 5 (35). С. 17–21.
2. Марцин В. С. Планування як основна процесу фінансової діяльності. *Фінанси України*. 2015. № 4. С. 29–37.
3. Чумак В. Д., Бражник Л. В., Павленко А. А. Управління грошовими потоками та попередження банкрутства підприємств. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 27 жовтня 2022 р. Полтава, 2022. С. 1051–1053.

УДК 336.225.4

Чумак В.

*к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Бражник Л.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН: ПРОБЛЕМИ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ

Одне із головних місць у податковій системі України, серед всіх податків і зборів, посідає податок на доходи фізичних осіб. Оподаткування доходів громадян є складовою фінансового механізму держави, оскільки даний податок відіграє основну роль при формуванні дохідної частини бюджету. Фізичні особи є платниками декількох податків і зборів, проте, «чистих» видів податків у податковій системі України, коли платниками є фізичні особи, є лише один – податок на доходи фізичних осіб. У більшості розвинутих країн, таких як США, Швеції, Німеччині для досягнення більш ефективної системи оподаткування введени диференційовані ставки оподаткування доходів громадян та розширена база обкладання податком.

Теоретичним та практичним питанням впливу податків на формування доходів місцевого та загальнодержавного бюджетів, проблемам удосконалення оподаткування доходів фізичних осіб через реформування податкової системи України присвятили свої наукові дослідження такі українські вчені-економісти: О. Безкровний, В. Вишневський, Л. Воронова, В. Геєць, А. Данильченко, А. Крисоватий, М. Кучерявенко, Т. Кушнарьова, І. Чобітько, Л. Шаблиста та інші. При цьому вчені-економісти зосереджують основну увагу на недоліках у податковому законодавстві та доцільності його реформування і удосконалення. Виходячи з цих міркувань, безперечно, повністю змінювати систему оподаткування не доцільно. При цьому необхідно визначити роль, місце, значимість податку на доходи громадян у ринкових умовах господарювання, обґрунтувати теоретичні і практичні засади удосконалення системи оподаткування доходів фізичних осіб, розробити дієвий механізм адміністрування даного податку.

Оподаткування доходів громадян є складовою частиною податкової системи та фінансового механізму країни. Податок на доходи фізичних осіб, який забезпечує надходження до дохідних частин бюджету, закріплений за місцевими бюджетами, що й закладає основу формування міських, сільських та селищних бюджетів. Однією із особливостей оподаткування доходів фізичних осіб є те, що перш за все, визначається сукупний дохід громадян, а потім розраховується дохід, що підлягає оподаткуванню.

Ефективне прибуткове оподаткування населення є запорукою економічного процвітання держави. Тому в умовах ринкових перетворень економіки України відбулося надмірне розшарування населення за рівнем життя. Це обумовлює соціально-економічну нестабільність у суспільстві. Змін

потребує, насамперед, система оподаткування доходів фізичних осіб, в якій необхідно зменшити податковий тягар на громадян із низьким рівнем доходів.

Слід зазначити, що діюча базова ставка податку на доходи фізичних осіб є однією із найнижчих у Європі. Тому, для створення передумов щодо значного збільшення обсягів грошових надходжень податку на доходи фізичних осіб до бюджету, як одного із основних інвестиційних ресурсів економіки, необхідно здійснювати пошук інших механізмів. Маємо цілком погодитись з думкою вчених-економістів, що цього можна досягти через встановлення неоподаткованої межі доходів громадян на рівні вартості прожиткового мінімуму. Перше, чого вдасться досягти завдяки такому кроку – це підвищення платоспроможного попиту разом із встановленням для основної маси працюючих певної податкової прогресії. На сьогодні, як відомо, така прогресія податкових ставок відсутня, що є не зовсім доречним у механізмі дії податку на доходи громадян. Звичайно, доцільно було б ретельно прорахувати наслідки таких змін для бюджету. Проте, провести такий аналіз неможливо через відсутність достовірної статистики розподілу громадян України за рівнем доходів.

Складним, з адміністративної точки зору, є також оподаткування додаткових благ у вигляді товарів або послуг, що надаються підприємствами своїм працівникам. Негативний наслідок того, що зазначені блага або зовсім не оподатковуються, або підлягають оподаткуванню лише частково, полягає в зниженні прогресивності оподаткування доходів фізичних осіб, оскільки основними одержувачами подібних благ є високооплачувані працівники. Запровадження в Україні податкового кредиту на освіту навряд чи можна оцінити однозначно як найкращу альтернативу. Крім того, з кола платників, яким надається право на цей податковий кредит, як і у випадку з кредитом на лікування, варто було б вилучити громадян з високим рівнем доходів, запровадивши поріг річного доходу, перевищення якого позбавляє права на такий кредит [1, с. 123].

На сьогодні однією з основних проблем є виплата тіньової заробітної плати, в результаті чого бюджет, соціальні фонди, заклади охорони здоров'я, освіти, культури недоотримують значну частину коштів. Так, в даний час в Полтавській області кожне четверте підприємство виплачує заробітну плату своїм працівникам у розмірі нижчому за законодавчо встановлений рівень та кожен другий роботодавець здійснює виплату тіньової заробітної плати, що призводить до щомісячних втрат місцевих бюджетів області на суму понад декілька мільйонів гривень [2, с. 3].

Все викладене вище дає змогу зробити висновок про те, що запровадження в Україні пропорційного податку на доходи фізичних осіб є важливим кроком, що спрямований на розв'язання цілої низки економічних та соціальних проблем. З іншого боку значна кількість питань у сфері оподаткування доходів фізичних осіб залишається невирішеною, зокрема, особливу увагу доцільно зосередити на дослідженні та удосконаленні питань, що стосуються оподаткування особистих селянських господарств [3]. На підставі проведеного аналізу діючої національної системи оподаткування доходів фізичних осіб

вважаємо за доцільне: запровадження більш жорстких санкцій, щодо навмисного ухилення від сплати податків; удосконалення оподаткування доходів, одержаних платниками податку у вигляді успадкованого майна та подарунків, а також доходів від реалізації рухомого та нерухомого майна; збільшення межі доходів фізичних осіб, що не підлягають оподаткуванню; підвищення рівня податкової культури громадян.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 02 грудня 2011 р. № 2755-VI. *Вісник податкової служби України*. 2011. № 46. С. 2–240.
2. Чобітько І. М. Кому вигідна зарплата у конвертах? *Новини Полтавщини*. 2016. № 10. С. 3–4.
3. Чумак В. Д., Безкровний О. В. Оподаткування особистих селянських господарств: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 49. URL: <http://market-infr.od.ua/uk/49-2020>.

УДК 338.242

Чумак В.

*к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Теренін Р.*

*здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ПОПЕРЕДЖЕННЯ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Вітчизняна економіка знаходиться в таких умовах, коли підприємства з метою забезпечення конкурентоспроможності та виживання в ринковому середовищі вимушені вдаватись до структурних перетворень, тобто до проведення реструктуризації суб'єктів господарювання. Поштовхом до таких змін, як правило, виступає кризова ситуація на підприємстві. Я. І. Алмашій вважає, що фінансова криза підприємства – це одна із форм порушення його фінансової рівноваги, яка відображає, внаслідок дії різноманітних факторів, суперечності між фактичним станом фінансового потенціалу підприємства та фінансовими потребами і несе в собі найбільш небезпечні потенційні загрози функціонуванню підприємства [1, с. 67]. Вчені-економісти вважають, що фінансова криза в своєму розвитку проходить три етапи, на кожному із яких необхідне впровадження системи раннього виявлення та подолання [2, с. 136].

Переважає більшість банкрутств відбувається із-за незадовільного керівництва бізнесом. Отже, головне на даному етапі – зміна суті і стилю керівництва підприємством. У складних сучасних умовах ринкових перетворень реальних успіхів в антикризовому управлінні можуть досягти лише всебічно підготовлені кризис-менеджери, оскільки в кожному конкретному випадку необхідні нестандартні, інноваційні рішення.

Банкрутство підприємств в більшій мірі залежить не від розмірів прибутку, про що свідчить світова і вітчизняна практика, а від спроможності суб'єкта підприємництва своєчасно погашати свої борги, тобто від його платоспроможності. Слід нагадати, що основною причиною неплатоспроможності підприємств виявилась відсутність активів у високоліквідній формі, тобто грошових коштів [2, с. 131]. Як висновок, стійкий фінансовий стан може досягатись лише при достатньому і узгодженому контролі за рухом грошових засобів підприємства.

За будь-яких умов господарювання управління платоспроможністю є важливим фактором попередження можливого банкрутства. Загальновідомо, що однією з основних умов фінансової стійкості підприємства є надходження грошових засобів, які зможуть покрити його зобов'язання. Відсутність необхідного запасу грошових коштів свідчить про серйозні проблеми, а надмірна їх величина говорить, що підприємство потерпає від збитків, пов'язаних з інфляцією та з втраченими можливостями вигідно вкласти грошові кошти і одержати додатковий дохід. Вважаємо, що найперший спосіб

добування капіталу – це поліпшення управління абсолютно ліквідними активами підприємства. Управлінням грошовими засобами на вітчизняних підприємствах до недавнього часу не займалися. Із впровадженням в практику Національних стандартів бухгалтерського обліку обов'язковою формою річної звітності став Звіт про рух грошових коштів. Використання даної форми звітності стало необхідною і досить корисною в ринкових умовах, оскільки за таких умов підприємства зможуть забезпечувати себе абсолютно ліквідними активами і уникати банкрутства.

З метою попередження банкрутства підприємств, вважаємо за необхідне впровадження системи внутрішнього фінансового контролю – контролінгу. Концепція контролінгу була розроблена в закордонній практиці як засіб активного попередження кризових ситуацій, що призводять до банкрутства. Принципом цієї концепції є оперативне порівняння основних нормативних та фактичних показників з метою виявлення відхилень між ними і визначення взаємозв'язку та взаємозалежності між даними коефіцієнтами. З метою зміцнення фінансового стану підприємства, підвищення ліквідності та платоспроможності контролінг вирішує наступні завдання: виявлення та ліквідація «вузьких місць» на підприємстві; розвиток сильних сторін суб'єкта господарювання; забезпечення постійного контролю та аналізу ризиків діяльності підприємства; розробка стратегії розвитку; планування фінансово-господарської діяльності; аналіз відхилень фактичних показників від планових; проведення внутрішнього аудиту, тощо.

На думку спеціалістів в галузі антикризового управління лише активна інноваційна політика в поєднанні з використанням інвестицій для впровадження нових технологій дозволяє успішно вирішувати проблеми виходу із кризових ситуацій. Тобто, інвестиційний менеджмент можна розглядати як один із методів антикризового управління. Для сучасних підприємств особливе значення набуває проблема їх інвестиційної привабливості, яка залежить від усіх показників, що характеризують його фінансовий стан, і в першу чергу, від рентабельності власного капіталу. Це узагальнюючий показник, який відповідає на питання: скільки прибутку може одержати підприємство в розрахунку на одиницю вартості свого майна. Інвестиції в підприємства здійснюються лише за умови, що рентабельність власного капіталу буде перевищувати середній рівень позикового проценту, тому основною умовою підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта підприємництва є збільшення величини рентабельності його власного капіталу.

Один із механізмів залучення додаткових фінансових ресурсів суб'єктів підприємництва є випуск корпоративних облігацій. Даний інструмент фондового ринку має ряд переваг, а саме: такий метод залучення інвестицій можуть використовувати підприємства всіх організаційно-правових форм; відсутність оподаткування фінансових ресурсів, отриманих від розміщення облігацій; відсоток, що сплачується по облігаціях, відноситься на витрати; можливість використання облігацій як засобу платежу чи застави. Отже, підприємства в ринкових умовах можуть значно покращити свою економічну привабливість через випуск цінних паперів, зокрема облігацій.

Підсумовуючи вище викладене, вихід із ситуації, що склалася, бачиться у розробці та реалізації наступних антикризових заходів: удосконалення кредитно-фінансової та інвестиційної політики, що передбачає: надання державних кредитів під невеликі відсотки, застосування пільгових банківських кредитів, розвиток форм товарного кредитування; оптимізація грошових потоків та збільшення об'єму наявних грошових коштів; диверсифікація виробництва; пошук нових ринків збуту продукції, робіт, послуг; залучення позикового капіталу. Підприємствам, що опинилися у фінансовій кризі необхідна дієва програма антикризових заходів, яка допоможе вийти зі стану поточної неплатоспроможності та фінансової кризи.

Список використаних джерел:

1. Алмашій Я. І. Антикризове фінансове управління підприємством: сутність та механізми реалізації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 12. С. 66–69.
2. Чумак В. Д., Дорошенко О. О., Кіріченко Н. О. Оцінка неплатоспроможності підприємств при загрозі банкрутства. *Вісник ХНАУ, Серія «Економічні науки»*, 2019. Вип. 3. С. 130–137. URL: http://visen.knau.kharkov.ua/20193_15.html (дата звернення 15.01.2022).

УДК 331.108.26

Шевченко В.

*магістрантка спеціальності «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник: Бричко А.М., кандидат економічних наук, доцент
кафедри публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Проблема розвитку персоналу стає все більш актуальною на підприємствах в Україні. Часто компанії не розуміють необхідності вкладати гроші в професійний розвиток своїх співробітників, або навіть намагаються уникнути цього. Проте, розвиток персоналу є важливою складовою ефективною організацією, яка дозволяє досягати поточних та стратегічних цілей підприємства.

Система розвитку персоналу включає в себе навчання, організаційний розвиток та професійне зростання працівників. Ці процеси допомагають розвивати вміння та знання працівників, покращувати їх продуктивність та відповідальність за результати своєї роботи. В результаті цього, підприємство може досягати своїх цілей більш ефективно та забезпечувати конкурентоспроможність на ринку.

Тому, вкладання коштів в розвиток персоналу є необхідним елементом успішної бізнес-стратегії. Компанії повинні розуміти, що інвестування в свій персонал не тільки підвищує ефективність роботи, але й допомагає залучати та утримувати талановитих співробітників, що є важливим у змінному середовищі сучасного бізнесу.

Розвиток персоналу – це процес, який включає в себе системне і постійне професійне навчання працівників, щоб вони були готові виконувати нові завдання і підвищувати свою кваліфікацію. Цей процес також включає формування кадрового резерву і соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу не можна обмежувати лише професійним розвитком, оскільки розвиток працівника як особистості є так само важливим. Тільки у разі гармонійного розвитку всіх характеристик людини можна говорити про повний розвиток працівника. Розвиток персоналу не повинен бути формальним та одноразовим заходом, а має бути динамічним та стратегічним процесом, який триватиме постійно. Важливо, щоб розвиток персоналу був чітко спланований та орієнтований на досягнення мети компанії.

Управління розвитком персоналу означає здійснення дій, що спрямовані на досягнення потрібного рівня якості працівників відповідно до стратегії розвитку організації. Це означає розкриття потенціалу працівників, розширення їх знань та вмінь, зміцнення комунікацій та зміна відносин між людьми. Основною складовою розвитку персоналу є професійне навчання, яке дає змогу працівникам самореалізуватися та раціонально використовувати свій потенціал для досягнення стратегічної мети компанії. Управління розвитком персоналу

повинно бути постійним та динамічним, орієнтованим на досягнення мети компанії та задоволення потреб працівників.

Недостатній професійно-особистісний розвиток персоналу на підприємстві може мати наступні причини: небажання управлінців вкладати кошти в навчання персоналу через можливість втрати цих інвестицій у випадку зміни роботи співробітників; брак усвідомлення важливості постійного професійного розвитку у контексті змін в технологіях, виробництві, конкуренції та комунікації; а також відсутність внутрішньої культури розвитку та підтримки персоналу на підприємстві. Однак, насправді, постійний професійний розвиток персоналу є необхідним для успіху підприємства, особливо з урахуванням швидкого розвитку технологій та зростання конкуренції. Крім того, інвестування в навчання співробітників може бути вигідною стратегією, оскільки це може збільшити ефективність роботи персоналу, зменшити відток кадрів та підвищити конкурентоспроможність підприємства. Тому, управлінці мають розуміти важливість постійного професійного розвитку персоналу та бути готовими вкладати кошти в навчання своїх працівників.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на сучасному ринку і виконання завдань, пов'язаних із впровадженням новітніх технологій та виробництвом сучасних товарів, власники зіткнуться з проблемами, що потребують вирішення. Вони можуть обрати два шляхи: звільнити некваліфікований персонал та замінити його на новий, який відповідає сучасним вимогам, або безперервно підвищувати кваліфікацію та навчати поточний персонал. При виборі другого шляху підприємство зможе уникнути витрат на підбір та навчання нового персоналу, а також забезпечить постійний розвиток та професійне зростання своїх співробітників. Це дозволить зберегти стабільність та ефективність роботи підприємства, а також забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Професійно-особистісний розвиток персоналу – це комплекс дій, спрямованих на розвиток особистості, соціальної та професійний розвиток працівників організації, що допомагає підготувати співробітників до виконання нових виробничих функцій, зайняття нових посад та розв'язання нових завдань, що дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними та успішними.

Таким чином, професійно-особистісний розвиток персоналу - це процес, який включає в себе навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації та управління кар'єрою працівників організації. Цей процес є важливим для успішності підприємства, оскільки він забезпечує підвищення загального рівня освіченості та інтелектуальної компетентності працівників. Розвиток персоналу також сприяє розширенню кола спілкування та розвитку соціальних вмінь, що дозволяє людині вільно орієнтуватися в сучасному складному світі та взаємодіяти з іншими людьми. Важливим елементом професійно-особистісного розвитку є навчання, яке допомагає співробітникам здобувати нові знання та навички для виконання нових виробничих функцій, зайняття нових посад та вирішення нових завдань.

УДК 338.2

Шутка С.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

Воляник Г.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

Колінько Н.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

МІСЦЕ ТА ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Різновидом сучасної ринкової економіки є малий бізнес, адже він вважається особливою формою реалізації підприємницького потенціалу у вигляді порівняно невеликих підприємств, які представлені у різних галузях.

Розвиток малого підприємництва є необхідною умовою для нормального функціонування та сталого зростання будь-якої економіки, побудованої на принципах ринкової економіки. Це зумовлено, принаймні, двома обставинами: по-перше, малий бізнес являє собою самостійний сектор, який виробляє товари і послуги, забезпечує зайнятість, поповнює державний бюджет тощо, а по-друге, він виконує низку специфічних, властивих тільки йому функцій, значущість яких у сучасних умовах постійно зростає, що перетворює малі підприємства на один з найважливіших структурних елементів господарського комплексу [1].

Окрім економічного впливу, сектор малого бізнесу має визначальний вплив на зайнятість і добробут громадян, а також на динаміку інноваційного розвитку економіки. Розвиток малого підприємництва є своєрідною базою для формування середнього класу, який в економічно розвинених країнах є основою суспільства. Він є провідним сектором ринкової економіки, визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП, насичує ринок споживчими товарами та послугами повсякденного попиту.

Важливість малого підприємництва для держави визначає одне з пріоритетних завдань державної політики – розширення цього сектору економіки. Цим пояснюється особливий інтерес держави до системи оподаткування малого бізнесу. Рівень податкового навантаження на цей напрям діяльності визначається впливом двох важливих факторів. З одного боку, враховуючи те, що в більшості країн світу малий бізнес створює не менше половини ВВП, система оподаткування малого бізнесу повинна забезпечувати стабільні та достатні надходження до бюджету. З іншого боку, оподаткування не повинно гальмувати його розвиток [2].

Власне, саме малі підприємства можуть якнайшвидше реагувати на ринкові умови і таким чином забезпечити необхідну мобільність ринкової економіки. Ця ознака малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних

ринкових умовах, коли відбувається швидка глобалізація та диференціація споживчого попиту, розширення асортименту товарів і послуг та прискорення науково-технічного прогресу.

Мале підприємництво є органічним структурним елементом ринкової економіки і воно є найбільш численним, а тому й найпоширенішою галуззю економіки. Сучасна підприємницька практика та світовий досвід показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування та взаємодія великих, середніх і малих підприємств та їх оптимальне співвідношення. А відмінності цих трьох типів підприємництва визначаються різними рівнями суспільного поділу праці, характером спеціалізації та усупільнення виробництва, а також вибором технологічного типу процесу виробництва.

Про місце і значення малих підприємств свідчать показники їх ролі в ринковій економіці, зокрема їх частка в загальній кількості (рис. 1.)



Рис. 1. Розподіл кількості великих, середніх, малих та мікропідприємств за видами економічної діяльності, % [3]

Як бачимо малі підприємства займають досить значну частку, вони складають у 2021 році 95,1% від загальної кількості підприємств, зокрема, з них мікропідприємства становлять 82,2 %.

Іншою характеристикою малих підприємств є те, що вони можуть працювати прибутково в умовах значних ринкових обмежень і що суб'єкти малого підприємництва можуть швидко реагувати на потреби ринку.

Малий бізнес є провідним сектором економіки розвинутих країн. Згідно з Європейською Хартією, малі підприємства розглядаються як одна з основних рушійних сил інновацій, зайнятості, а також соціальної та локальної інтеграції

до Європи. Зусилля Європи в розвитку стабільної економіки будуть успішними, якщо малий бізнес посідатиме провідні позиції в суспільстві. Тому необхідно створити найсприятливіше середовище для ведення малого бізнесу і підприємництва [5].

В Україні малі підприємства вже відіграють важливу роль у структурі економіки, але ще мають широкі перспективи розвитку та розвитку. Усе це вимагає від держави створення більш сприятливого середовища для функціонування малого підприємництва через відповідну нормативно-правову базу, фінансову та інвестиційну політику, інформаційно-технічне забезпечення, сприяння науково-технічним розробкам [4].

Отже, досвід розвитку економіки розвинених країн підтверджує необхідність та доцільність розвитку малого бізнесу, як напряду, що створює об'єктивні умови для налагодження ефективної взаємодії держави та виробничого сектору, створення нових робочих місць, реалізацію соціально-економічних програм, оновлення виробництва, побудову ефективної економічної стратегії.

Роль і функції малого підприємництва не вичерпуються лише тим, що воно є одним із найважливіших впливових факторів економічного розвитку суспільства на основі ринкових методів господарювання. Його важлива функція – підтримувати соціально-політичну стабільність суспільства, адже розвиток малого бізнесу забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку.

На сьогоднішній день Україна переживає важкі часи, які негативно впливають на її економічне становище. І малий бізнес наражається на велику кількість перешкод. Його розвиток є нерівномірним. Однак, саме зараз, коли економіка повинна розвиватися, необхідно забезпечити і розвиток малого підприємництва, як сфери, яка займає значну частку серед всіх підприємств і є основою для економічного зростання країни.

Список використаних джерел:

1. Орлова В.О. Основні напрями стимулювання розвитку малого бізнесу: теоретичний аспект. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 2 (11). С. 169-176.
2. Солованюк С.М. Спрощена система малого бізнесу в Україні. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. № 2 (24), 2 т., 2017. С. 126-130.
3. Статистичний щорічник України за 2021 р. За редакцією Вернера І.Є. https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/11/Yearbook_2021.pdf.
4. Шнирков, О., Руденко, І. Місце та роль малого бізнесу у міжнародній економічній діяльності. *Молодий вчений*. №11 (87), 2020 р. С. 226-230.
5. Яворська Т.І. Малий бізнес у сільському господарстві: теорія і практика. Монографія. К. : ННЦ ІАЕ, 2012. с. 384.

УДК 330.3; 657.372

Яцишин С.

*к.е.н., доцент, кафедра обліку і оподаткування,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Бухгалтерський облік в системі ризик-орієнтованого управління підприємством має вагоме значення, оскільки він виступає основним джерелом інформації, що дозволяє виявити передкризовий або кризовий стан та здійснити заходи з його уникнення.

Результати сучасних досліджень, які проводяться та публікуються у відповідних відкритих джерелах, свідчать що, розпочата країною агресором війна, завдає важкого удару українській економіці, в цілому, та бізнесу, зокрема. Втрати внаслідок таких дій, на жаль, зростають щомісяця [1]. Значна частина суб'єктів господарювання постійно повідомляє про втрати майна чи інших активів безпосередньо внаслідок бойових дій. Ряд компаній були вимушені припинити свою діяльність цілком, зупинити роботу або закрити деякі свої відділення через пошкодження чи втрату майна або й трудових ресурсів. Тим не менше, бізнес намагається адаптуватися до ситуації, що склалася, пристосовуючись до нових реалій або ж вишукуючи нові напрямки та можливості для власної фінансово-господарської діяльності [2].

Усі ці фактори зовнішнього впливу зумовили виникнення форс-мажорних обставин, що негативно відображаються на фінансовому управлінні суб'єктів господарювання. Разом з тим, практика показала, що діяльність в таких умовах є можливою для господарюючих суб'єктів, однак вона повинна бути суворо контрольованою, а також вимагає оперативних змін та реакцій на зовнішні загрози.

Окрім цього, ще однією з причин кризового стану суб'єктів господарювання виступає неефективне внутрішнє управління, що обумовлене нездатністю вчасно отримувати інформацію про загрози різного рівня та відповідно реагувати на них. У зв'язку з цим менеджмент та ризик-орієнтоване управління суб'єктів господарювання залежать від бухгалтерського обліку, який є основним постачальником інформації такого змісту. Стає очевидним, що своєчасне розпізнавання передкризових чи ризикових ситуацій дозволяє локалізувати проблему й впровадити заходи фінансової стабілізації, що складає суть антикризової діагностики підприємства. Фінансові заходи такої попередньої діагностики включені у підсистему фінансового ризик-орієнтованого управління. Вчасний та постійний моніторинг фінансового стану дозволяє на ранніх стадіях виявити кризові проблеми та явища у діяльності господарюючих суб'єктів і своєчасно, а головне, відповідно зреагувати на них із застосуванням сучасних та нормативно-врегульованих підходів.

Встановлено, що «організації, які стикаються з кризою, повинні, принаймні, робити наступне: швидко реагувати на загрози; говорити правду;

забезпечувати постійний потік інформації, особливо для ключових груп користувачів» [3].

Крім того, менеджери ризик-орієнтованого управління повинні формувати та вчасно подавати користувачам пов'язану з ризиком інформацію, як зацікавленим сторонам, і, водночас, усіма силами виправляти ситуацію. Але донесення цієї інформації не є легким завданням. І беруть його на себе облікові працівники у процесі здійснення ризик-орієнтованого управління. Саме останні повинні постійно «тримати руку на пульсі» та повідомляти про загрози настання ризикових та кризових ситуацій [4]. Тому організація ризик-орієнтованого бухгалтерського обліку є можливим шляхом вирішення проблеми надання такої інформації. Безперечно такий бухгалтерський облік є досить складною та багатогранною категорією, оскільки поєднує в собі елементи як управлінського, бухгалтерського обліку, так і фінансово-аналітичного менеджменту.

Однак, для того щоб мати ризик-орієнтоване спрямування, бухгалтерський облік повинен бути здатним допомогти суб'єкту господарювання отримати важливі інформаційні цілі щодо якості інформації, вартості необхідних заходів, часу, необхідного для виконання, та надаючи при цьому інформацію, яка поєднуватиме повсякденну діяльність управлінців та стратегічні цілі організації, дозволятиме їм ефективно залучати більше клієнтів-споживачів, змінювати постачальників, переорієнтовувати бізнес на більш ефективні моделі. Саме такий підхід визначає сучасний зміст антикризового та ризик-орієнтованого облікового процесу. Таким чином, замість пасивного пристосування до конкретних умов, антикризовий бухгалтерський облік допомагає менеджерам обирати операційні стратегії за допомогою постійної інформаційної підтримки. Такий бухгалтерський облік можна вважати формою обліку, де акцент робиться на інформації, що стосується зовнішніх та внутрішніх загроз, з якими може зіткнутися суб'єкт господарювання у відповідний період своєї фінансово-господарської діяльності [5].

Отож, якщо кризова чи ризикова ситуація на підприємстві виникає внаслідок неефективної управлінської роботи або під впливом зовнішніх чинників, основним завданням бухгалтерського обліку є оперативне реагування на можливі загрози чи ризики та інформування осіб, які відповідальні за антикризовий розвиток господарюючого суб'єкта, про його наявний фінансовий стан.

Україна сьогодні зіткнулася із ситуацією, коли різні підприємства, установи, організації чи інші господарюючі суб'єкти вимушені працювати в умовах воєнного стану. Ці обставини передбачають не тільки необхідність розвитку антикризового бухгалтерського обліку, що передбачає гнучке реагування на зовнішні загрози, однак і оперативне реагування облікових працівників на зміни у податковому законодавстві, фінансовому середовищі тощо.

Список використаних джерел:

1. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>
2. Діяльність під час воєнного стану. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-nalogi-i-otchetnost-10-voennoe-polozhenie>
3. Kauffman J. Adding fuel to the fire: NASA's crisis communications regarding Apollo 1. *Public Relations Review*. 2003; 25(4); p.421-432. DOI: 10.1016/s0363-8111(99)00028-4
4. Coombs W. T. *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Thousand Oaks. CA: Sage; 1999. 291 p.
5. Hoffjan A., Wompener A. Heinrich comparative analysis of strategic management accounting in German- and English-language general management accounting textbooks. 2006. 345 p. URL: <http://ssrn.com/abstract=917586> DOI: 10.1007/bf03396733

РОЗДІЛ 5

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

UDC 658:004

Hryshyna N.

*PhD in Economics, Assistant Professor of Management Department,
National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov, Mykolaiv*

DIGITAL TECHNOLOGIES IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: TRENDS AND PERSPECTIVES

In recent years, digital technologies have transformed business processes and become an essential component of successful business operations. In the context of globalization and increased competition, companies need to survive in the market by utilizing modern information technologies and systems. Information systems in business process management have great potential for improving efficiency and optimizing work processes.

Big Data Analytics provides many opportunities for managing business processes. This technology enables the quick and efficient interpretation of large volumes of various information, finding patterns, and making predictions. By using Big Data Analytics, companies can determine which products and services correspond to market demand, identify problems regarding product quality, and take timely measures to address them, build more accurate sales forecasts and allocate budgets. Additionally, big data can be used to identify trends in consumer behavior, allowing businesses to adapt to their needs and change their sales strategy. Big Data Analytics can also help businesses detect potential problems, risks, and provide timely responses to them. Thus, by processing, storing information and analyzing a large amount of data, representatives of government, business, science, developers, and other interested parties improve the quality of goods and services and develop the business.

The Internet of Things, or IoT, is one of the most relevant technology development directions that has significant potential in managing business processes. IoT is a large database that connects various intelligent devices that exchange information through sensors, electronics, system networks, and hardware, which provides process automation, increased productivity, and cost optimization. In modern business, IoT is applied in many fields. For example, in logistics, IoT systems are used to monitor the condition of vehicles, in manufacturing for monitoring the condition of equipment, detecting malfunctions and emergency situations, as well as for optimizing production program processes, in agriculture for monitoring soil, atmospheric conditions, plant development, automation of irrigation, and other processes that contribute to increasing crop yields and minimizing enterprise costs, among others. According to the research company IoT Analytics, there were over 12 billion IoT devices in the world in 2021, and experts predict growth to 22 billion by 2025. IDC predicts that in three years, the number of IoT-connected devices will exceed 41.6 billion, including industrial equipment and vehicles, as well as smart home technologies and gadgets.

Artificial Intelligence (AI) is one of the most discussed innovative technologies in the modern world. Business process management is one of the main directions for

implementing AI in various fields of activity, including business. Therefore, researching the trends and prospects of AI in business process management is relevant in today's conditions. The use of AI in business process management is becoming increasingly popular. According to research, the AI market in business process management will grow from \$1.6 billion in 2018 to \$13.9 billion in 2023 [2]. This indicates that business processes depend on AI and they are a key tool for improving the efficiency and competitiveness of a business. For example, the use of administrative robots allows for automating routine tasks such as data entry, report creation, inventory, etc. AI can also be used for managing a company's finances as it can analyze financial data, forecast profits and risks, helping to make important financial decisions.

Creating artificial intelligence is aimed at optimizing a company's operations, opening up previously unavailable horizons, reducing costs, creating a competitive advantage, and enabling people to engage in creative activities rather than routine tasks [3].

The implementation of blockchain technology in business process management is another one of the most relevant directions in information technology development. Blockchain is a system of distributed data that ensures the security and reliability of information storage and transmission. The main advantages of implementing blockchain in business are: security - ensures reliable protection of data and transactions. This means that actions become more transparent, and accountability becomes more apparent; efficiency - simple and fast data exchange between different parties, which can reduce the number of errors and reduce the time for operations; reliability - an effective control system that can improve the quality of products and services provided; economy - reduction in costs associated with intermediate operations, such as payment of bills and documentation costs; independence - opens up great opportunities for scaling, is not dependent on political situations in different countries.

It should be noted that all of the above-mentioned digital technologies have the potential to increase efficiency and manage business processes, identify new opportunities, and provide customers with better products and services.

References:

1. Як працює Інтернет речей: суть технології та її застосування в сучасному світі. URL: <https://focus.ua/uk/digital/521863-kak-rabotaet-internet-veshchey-sut-tehnologii-i-ee-primeneniye-v-sovremennom-mire> (дата звернення: 01.03.2023)
2. Легомінова С., Голобородько А. Інтегрування штучного інтелекту до бізнес-процесів підприємства як ефективного інструменту його розвитку. URL: http://eforum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyu_forum/article/view/356/342 (дата звернення: 01.03.2023)
3. Самойленко Л. Б. Можливості та проблеми застосування технологій big data вітчизняними компаніями. Електронне наукове видання «Ефективна економіка» №1, 2018 р. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/59.pdf (дата звернення: 03.03.2023)

UDC 338.1:330.101.2:004

Posternak I.

candidate of technical sciences, associate professor, the associate professor department organization of construction and labor protection, the Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa

Posternak S.

candidate of technical sciences, associate professor, Technical expert of private company "Composite", Odessa

Posternak O.

student of higher education degree "Bachelor" educational professional program "Construction and civil engineering" the Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa

TECHNOLOGICAL TRENDS OF DIGITIZATION WORLD ECONOMY

Times of instability call for rapid changes in sales and marketing plans. Business must grow rapidly. We've moved on to a new form: e-commerce websites.

In other words, if you don't have an *eCommerce* store, now is the perfect time to make the investment. And if you do have an *eCommerce* presence, you need to make sure you're equipped to keep up with the influx of shoppers and increased competition. Technology trends shaping *eCommerce* [1]:

1. Mobile dominates online sales.

This comes as no surprise considering that 125 million Americans own and use smartphones. It's interesting to note that consumers use mobile to research products they are considering buying and not just to make purchases. However, just because websites are accessible from mobile devices doesn't mean businesses are prepared to succeed at mobile commerce. For example, only 12% of consumers find mobile commerce convenient, which means there is significant room for improvement.

2. eWallet technology is a must.

Enabling your customers to use *eWallet* functionality, commonly known as mobile wallet, is no longer optional. In addition to boosting sales and conversion rates for merchants, *eWallet* usage provides customers with ease of use and increased security. They no longer need to enter credit card information on websites or give their credit cards to cashiers; plus, many *eWallets* offer or require dual authentication prior to use.

3. eCommerce subscription services gain traction.

Subscriptions are an increasingly common way to buy products and services online. The *eCommerce* subscription market is forecasted to grow by 68%, reaching \$478.2 billion USD in revenue by 2025, and the Subscription Economy Index reports a 403% growth in subscription services in the past eight years.

There are three types of *eCommerce* subscription services: replenishment (automates purchases), curation (provides personalized experiences), and access (provides lower prices or members-only perks). Place your subscription model in one of these three buckets for optimal success.

4. Customization makes products highly personal.

Consumers increasingly expect customized products and, thanks to advances in digital and manufacturing technology, brands can enable them to personalize or customize products they want online. By empowering customers to become partners in the product creation process, brands strengthen the user experience, which increases customer satisfaction and loyalty and leads to higher profits.

5. Upselling and cross-selling fueled by personalized product recommendations.

By personalizing product recommendations to the tastes and interests of customers already on your site, you increase the likelihood of them making a purchase. Marketers recognize the importance of personalization to buyers, with 92% reporting that their customers and prospects expect personalized experiences. And they've seen quantifiable business results from personalization efforts. 97% of marketers report seeing a positive impact on their brand after personalizing the buying experience for prospects. In order to make personalized product recommendations, you must leverage the details of users' previous purchases and on-site searches to recommend relevant products.

6. Augmented and virtual reality are making online shopping interactive.

Augmented reality (AR) and virtual reality (VR) are helping *eCommerce* retailers overcome one of their biggest challenges – the fact that their customers cannot try on or experience products before buying them. With AR and VR, customers can virtually try on products, place furniture within rooms of their homes, and more.

7. Customer experiences improve thanks to better CRM integration.

Online retailers connect with customers through a variety of channels, including online marketplaces, *eCommerce* websites, chatbots, email, and social media, all of which must be carefully managed to ensure the best customer experience. To keep up, online retailers are implementing integrated *eCommerce CRM* (customer relationship management) systems. In addition to resulting in a better customer experience, *CRM eCommerce* integration provides a central location for customer data that can be used to make marketing more effective.

8. Social media is a driving force behind mobile sales.

Platforms enabling *eCommerce* stores to sell directly through their social pages are increasingly driving sales. With a simple click on a product link within a social post, consumers are immediately taken to a product page where they can make a purchase. As a result of this shift, social commerce sales are expected to reach upwards of 80 billion USD in revenue by 2024.

9. Cognitive supply chain management gains momentum.

eCommerce companies are increasingly seeking distribution and inventory management systems that are self-learning, predictive, adaptive, and intelligent, which are known as cognitive supply chains. They result in improved, personalized customer service and decreased inventory. These systems can also mitigate risk, improve insight and performance, and increase transparency.

Reference:

1. Ben Hallman. 16 Technology Trends Shaping eCommerce in 2021. April 21, 2021. URL: <https://blog.hubspot.com/sales/ecommerce-technology-trends>

UDC 361.115

*Kostyrko O.
University student, Master degree,
specialty of Accounting and Taxation
Lviv National Environmental University, Lviv
Scientific supervisor
Candidate of Economic Sciences,
associate professor of the Department of Accounting
and Taxation of LNEU Prokopyshyn O.*

TYPES OF INFORMATION SYSTEMS USED IN MANAGEMENT OF ENTERPRISE BUSINESS-PROCESSES AND ISSUES RELATED TO THEIR USAGE

Information systems used for business-process management can be classified according to various criteria, one of which is their key purpose.

Following are main types of information systems by purpose:

- Enterprise Resource Planning, (ERP). These information systems are used to plan enterprise resources, control finances, manufacturing, and inventory.

- Customer Relationship Management, (CRM). These are systems that ensure the collection and analysis of data about customers, which allows to improve communication and provide better quality services.

- Manufacturing Execution System, (MES). These systems are used to automate and optimize production processes, including planning, quality control and inventory management, and production logistics.

- Human Resources Management System, (HRMS). These systems are used to collect and process data about the company's personnel, including employee registration, personnel document management, payroll control, and employee performance evaluation.

- Project Management System, (PMS). These systems help to plan and control projects, including resource management, task execution, and cost control.

- Data Processing Systems, (DPS), Data warehouse, (DWH). These systems are used to collect, store, process and analyze data from various sources, which allows making more informed decisions and improve the efficiency of the company's activities. Data warehouse allows to store data from various sources, such as databases, file systems, sensors, and other sources, and transform them into a structured form for further analytics.

- Business Process Management System, (BPMS). These systems are used to automate and optimize business processes, which allows to reduce the time and costs of their implementation, to increase the quality and efficiency of the company's activities.

- Supplier Relationship Management, (SRM). These systems help companies interact with suppliers, ensuring product quality control, supplier relationships and cost optimization.

- Content Management System, (CMS). These systems are used to store and manage content, which allows to effectively manage sites, online stores, blogs and other web resources.

- Resource Management System, (RMS). These systems help to manage the company's resources, including material, financial and other resources.

- Security Management System, (SMS). These systems help to ensure the security of the company, including protection against cyber attacks, internal and external threats, access control and other measures.

- Asset Management Systems (AMS). These are information systems used for effective management of enterprise assets. Assets can be of various types, including material, intellectual, financial and others.

Although these information systems help companies to improve operational efficiency by providing control over various aspects of the business and helping to solve various tasks, large number of information systems and their simultaneous use in the enterprise can create the following problems related to their usage:

1. System fragmentation: The use of many information systems can lead to the fragmentation of the enterprise's technological infrastructure, which complicates its management and support.

2. Data storage and processing problems: As the number of information systems in an enterprise grows, data storage and processing problems can arise, as different systems may use different data formats and storage systems, making it difficult to synchronize and process them.

3. Non-compliance with standards: The use of many information systems may also mean that some systems may not comply with data security standards or communication standards between systems, which may lead to data integration problems.

4. Maintenance and upgrade costs: The use of many information systems can lead to increased maintenance and upgrade costs, as there is a need for a sufficient number of skilled personnel to work with the various systems and to carry out regular upgrades and maintenance of the systems.

5. Security risks: As the number of information systems in an enterprise grows, so do risks related to data security and system integrity. If appropriate data security measures are not taken, the enterprise may become a victim of cyber-attacks, data leaks, viruses and other threats.

6. Unnecessary duplication of functions: Using multiple information systems can also lead to duplication of functions and processes, which can increase the costs and complexity of managing an enterprise.

7. Complexity of integration: Integrating different information systems can be complex and time-consuming, which can result in certain systems not being used to their full potential.

8. Loss of control: As the number of information systems grows, the problem of loss of control over technological infrastructure and data can arise, which can lead to a mismatch between business processes and enterprise goals.

9. Non-unified data: Different information systems may use different technologies and interfaces, which may lead to insufficient unification of approaches to work with data and systems.

In general, the use of many information systems in an enterprise can lead to many problems, but with the right management of technology infrastructure and data, these risks can be reduced and better efficiency and productivity of the enterprise can be achieved.

References:

1. Turban, E., Sharda, R., & Delen, D. (2019). Decision support and business intelligence systems. Pearson.
2. Stair, R., & Reynolds, G. (2019). Principles of information systems. Cengage Learning.
3. O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2018). Management information systems. McGraw-Hill Education.
4. Kroenke, D. M. (2017). Database processing: Fundamentals, design, and implementation. Pearson.
5. "The Challenges of Using Multiple IT Systems." Mindcore. Веб-сайт: <https://mind-core.com/the-challenges-of-using-multiple-it-systems/>.

УДК 338.43

Андрушко О.М.

*к.с.-г.н., доцент кафедри генетики, селекції та захисту рослин,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

В умовах зростаючої конкуренції традиційні методи ведення аграрної діяльності вже не можуть гарантувати збільшення обсягів виробництва, а часом не спроможні навіть забезпечити його функціонування на досягнутому рівні.

Значна кількість оточуючого нас обладнання вже автоматизована та здатна сама виконувати масивну кількість завдань без втручання людини – збирати дані, аналізувати їх та видавати певні алгоритми, які дозволяють навіть робити точні прогнози на майбутнє.

Як свідчить світовий досвід, досить дієвою є заснована на діджиталізації переорієнтація господарської діяльності на віртуальне середовище. Діджиталізація в рамках господарської діяльності є вихідними пунктами на шляху до всеохоплюючої цифрової трансформації («digitaltrans formation»).

Варто відмітити п'ять сучасних трендів із залучення ІТ-технологій в аграрний бізнес:

Розвиток систем точного землеробства з використанням технологій глобальних навігаційних супутникових систем і систем дистанційного зондування Землі.

Безпілотні технології.

Системи віддаленого обліку і контролю матеріально-технічних цінностей.

Інтелектуальний аналіз даних і сценарне моделювання.

Агроскаутінг, який передбачає використанням мобільних додатків для моніторингу стану землекористування у межах конкретного поля.

Сучасний рівень розвитку комп'ютерних технологій, які використовуються у сільському господарстві, дозволяє вести контроль за значною кількістю показників та зменшити втрати часу на формування й обробку даної інформації. Наприклад, сучасний комбайн оснащений спеціальними датчиками, які слідкують за кількістю палива, яке витрачається за робочу зміну, за площею обробленої землі, за зібраний врожай, за пройдений шлях за робочу зміну та надають ці показники у вигляді певної інформаційної бази даних. Зібрана інформація передається до облікового апарату господарюючого суб'єкта, та дозволяє отримати повну картину усього, чим займався механізатор у робочий час, виключивши можливість шахрайства та відображення невірних показників [1].

Але беручи до уваги те, що загалом в аграрних підприємствах спостерігається диференціація виробництва різних видів продукції, то виникають труднощі із об'єднанням окремих складових процесу, не завжди є можливість інтегрувати нові умови та рішення із тими, що вже існують.

У світі використовується подібного роду програмне забезпечення, це спеціальна підсистема модулів ERP (англ. Enterprise Resource Planning – планування ресурсів підприємства), які контролюють, удосконалюють і спрощують роботу на всіх ділянках бізнесу: від введення інформації з первинних торговельно-облікових реєстраторів до керівництва підтримки прийняття стратегічно важливих рішень. Спираючись на дане програмне забезпечення та зібрані ним показники у підприємства створюється єдиний інформаційний простір, який структурно розподілений по ієрархічним рівням і по сферам роботи – продаж, закупівля, виробниче планування, оперативна діяльність, фінансовий та складський облік тощо, який дозволяє охопити абсолютно всі області. Вся інформація накопичується і вводиться в єдину базу, звідки з легкістю може бути отримана за запитом.

На часі точне землеробство - комплексна високотехнологічна система сільськогосподарського виробничого менеджменту, що включає в себе технології глобального позиціонування (GPS), географічні інформаційні системи (GIS), технології оцінки врожайності, технологію змінного нормування («Variable Rate Technology») і технології дистанційного зондування землі, а ще контроль технічних засобів.

Також вже можливе визначення щільності ґрунту, його вологості, що є одним із основних факторів отримання стабільних урожаїв [2].

В Україні закладено фундамент Національної інфраструктури просторових даних, створюватимуть її за допомогою аерофотозйомки, а 3D-моделі місцевості надаватимуть інформацію про земельні ресурси, лісові масиви, забудову, рослинність, лінії електромереж тощо.

Цифрова топографічна база даних має велике практичне значення для ефективної їх інвентаризації. На отриманій карті можна побачити межі ділянок, чи обробляються вони чи ні, які культури там ростуть, яка зволоженість ґрунту, який індекс вегетації культур на момент зйомки тощо. За допомогою даних з геопорталу можна виявити незареєстровані землі, які використовують, із яких не платяться податки.

Отже, прогнозується в майбутньому зростання впливу діджитал-технологій на ринок продуктів харчування через впровадження великих даних та поглибленої аналітики. Є глобальне розуміння, що потрібно розвивати технології для тваринництва і переробної галузі.

Список використаних джерел:

1. Андрушко Р.П., Андрушко О.М. Оптимізація бізнес-процесів аграрних підприємств в умовах діджиталізації. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції, 19-21 березня 2019 р. Ч. 2. Львів: ЛНАУ, 2019. С. 185-188.

2. Precision Crop Management. IoF2020: web-site. URL: <https://www.iof2020.eu/use-case-catalogue/arable/precision-crop-management>.

УДК 330.34

Бірченко Н.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Державний біотехнологічний університет, м.Харків*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Бухгалтерський облік у системі управління підприємством посідає особливе місце. Без об'єктивного відображення результатів обліку, реалізація інших управлінських функцій сучасного підприємства практично неможлива.

У сучасних умовах діяльності підприємства одним з основних напрямів удосконалення системи обліку та контролю є впровадження інформаційних технологій, особливо це є актуальним в процесі цифровізації економіки.

Г.М. Дергачова та Я.О. Колешня зазначають, що цифровізація допомагає оптимізувати або змінювати бізнес-процеси компаній, формувати конкурентні переваги та здатність до оперативного реагування на потреби споживача [1, с. 281].

Саме тому одним із головних завдань сучасного підприємства є прискорення інформатизації процесу реалізації управлінських функцій, без чого складно організувати ефективний менеджмент підприємства.

Організація та розробка систем автоматизації бухгалтерського обліку, орієнтованого на нові інформаційні технології, пов'язані з низкою проблем методологічного, організаційного і технологічного характеру. Підприємство, яке вирішило автоматизувати бухгалтерський облік, може здійснити це одним із таких шляхів: виконати цю роботу власними силами; запросити спеціалістів для виготовлення програм із стороннього підприємства або купити готовий програмний продукт.

Загальноприйнятої класифікації програм автоматизації обліку немає. У більшості випадків вони відрізняються за складом функцій, що вони виконують. Вони можуть виконувати як мінімальний, так і розширений набір операцій, що залежить від розміру та виду діяльності підприємства. Виходячи з цього, можна виділити наступні групи бухгалтерських програм:

1. Пакети «міні-бухгалтерія». Це програми для підприємств малого бізнесу, де невелика чисельність співробітників та невеликий обсяг інформації.

2. Пакети «інтегрована система бухгалтерського обліку». Дані програми призначені для малого і середнього бізнесу та розроблені на основі пакетів «міні-бухгалтерія». В даний час ця група є однією з найпоширеніших.

3. Пакети «комплексна система бухгалтерського обліку». Ці програми були розроблені, щоб здійснювати обробку комплексів завдань бухгалтерського обліку.

4. Пакети «для ведення окремих ділянок обліку».

5. Пакети «корпоративні системи управління фінансами та бізнесом». Дані системи використовуються для автоматизації функцій управління

підприємством та представлені складною структурою компонентів, включаючи підсистему бухгалтерського обліку.

Як правило, інформаційні системи бухгалтерського обліку орієнтовані на мережеві технології, а програмні комплекси мають модульну архітектуру побудови. Вони забезпечують налаштування робочого плану рахунків, створення довідників аналітичного обліку, підготовку первинних облікових документів в електронному вигляді з використанням екранних форм введення та редагування, використання шаблонів бухгалтерських проводок, автоматичне формування реєстрів первинних облікових даних та формування звітності підприємства. Важливим елементом є комплексна автоматизація як система управління всією діяльністю підприємства, що забезпечує обґрунтоване прийняття управлінських рішень.

Програмні продукти, представлені на ринку, відрізняються обсягом функцій, принципами побудови, технологіями ведення обліку та цінами. Для здійснення автоматизації необхідні програмні продукти слід вибирати виходячи із завдань та наявних ресурсів. Найбільш яскравими прикладами використання процесів автоматизації бухгалтерського обліку на вітчизняних підприємствах є застосування таких програмних продуктів, як: BAS Бухгалтерія, MASTER:Бухгалтерія, BookKeeper, Інфо-Підприємство, Інфо-Бухгалтер, Дебет Плюс, Торгсофт, Fit-Бюджет, SMARTFIN.UA, KBS, Акцент, iFin та ін.

До сучасних тенденцій автоматизації бухгалтерського обліку можна віднести можливість ведення бухгалтерії через інтернет (інтернет-бухгалтерії, онлайн-бухгалтерія, електронна бухгалтерія, мобільна бухгалтерія).

Основною перевагою роботи в інтернет-бухгалтерії є ведення бухгалтерського обліку без встановлення програмного забезпечення на комп'ютер (мобільний пристрій). Робота може здійснюватися з будь-якого пристрою (комп'ютера, планшета, смартфона тощо), підключеного до мережі. Безпека передачі забезпечується за допомогою протоколу https, що підтримує шифрування даних, а також системою авторизації (парольного захисту). Можливі ризики від апаратних та програмних збоїв, несанкціонованого доступу приймає на себе компанія, що надає послуги. При цьому, у великих розробників такі ризики є мінімальними.

Отже, сучасні інформаційні технології відіграють важливу роль у бухгалтерській діяльності. Вони дозволяють бути бухгалтеру фахівцем мобільним та затребуваним. Незважаючи на безперечні переваги використання цифрових технологій у бухгалтерському обліку не слід забувати, що при цьому підвищуються вимоги до кваліфікації облікових працівників, виникає необхідність зміни структури управління підприємством, підбору нових кадрів та навчання працюючого персоналу. Застосування інформаційної технології посилить контроль та якість прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*, 2020. С. 280-290. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216367/216461>

УДК 339.138

*Гримак А.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Кравців І.
к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу,
Урбан І.
асистент кафедри маркетингу,
Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького, м. Львів*

МАРКЕТИНГ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Особливість маркетингової інформації для підприємств, які виробляють продукцію, полягає у необхідності досліджень техніко-економічних, якісних і конкурентних характеристик продукції із врахуванням існуючих і потенційних можливостей ринку. Досвід провідних вітчизняних і зарубіжних підприємств (фірм) підтверджує, що саме маркетинг може результативно впливати на їх діяльність з розробки, виробництва і збуту продукції із найбільш об'єктивним врахуванням процесів і відносин, які відбуваються на ринку продукції. Відповідно, до основних функцій маркетингу відноситься: вивчення попиту, реклама, форми стимулювання збуту, планування асортименту, дослідження продукції конкурентів та інше. В ринкових умовах маркетинг у діяльності підприємств посідає чинне місце як в стратегічному, так й оперативному плануванні. Підприємства, які активно використовують маркетингову інформацію про ринок продукції, спроможні гарантувати більшу впевненість у якості й безпечності своєї продукції, її конкурентоспроможності. Разом з тим, практика переконливо свідчить, що професійне володіння маркетинговою інформацією та її використання потребує від фахівців різних рівнів необхідних знань і практичних навичок.

Керівники і спеціалісти підприємств очікують від маркетингової інформації точних і достовірних даних про ринок продукції, відносини, які складаються між його учасниками, конкурентів з оцінкою конкурентоспроможності своєї продукції. В цьому важливим є визначення критеріїв оцінки ефективності маркетингової інформації, що є актуальним для прибуткової діяльності підприємств. Серкутан Т.В. визначає ефективність маркетингової інформації як відношення результату її використання при ухваленні конкретного управлінського рішення на підприємстві до витрат, пов'язаних з придбанням та використанням цієї інформації [2]. Автор цього твердження уточнює, що в управлінському процесі на підприємстві використовуються різні види маркетингової інформації, тому доцільно диференційовано підходити до визначення ефективності різної інформації. Цим можна пояснити наявність певної інформаційної складності у формуванні маркетингових управлінських рішень. Зокрема, це стосується оцінки

ефективності конкретних оперативних рішень, які є лише певною часткою у цілісному управлінському процесі підприємства. Слід враховувати, що діяльність підприємства є сукупністю комплексу процесів і механізмів як поточного, так і перспективного функціонування, під реалізацію яких розробляються узгоджені між собою виробничі, фінансові та маркетингові плани.

Щодо основних критеріїв оцінювання маркетингової інформації, то ними є: обсяг реалізації продукції, частка ринку, визнання авторитету підприємства учасниками ринку, споживачами та конкурентами зокрема. На це орієнтуються і підприємства ветеринарної медицини. Протягом останніх років в їх діяльності утверджуються повноструктурні підрозділи з маркетингових досліджень ринку продукції для ветмедицини і тваринництва. Характерним для цих вітчизняних підприємств є те, що їх політика і стратегія формуються виходячи з потреб і перспективи розвитку, враховуючи при цьому інтереси і можливості партнерів та потреби й оцінки споживачів [1].

Визначальною є результативність маркетингової інформації для підприємств ветмедицини в: пошуку гарантованих шляхів підвищення якості продукції до рівня конкурентоспроможної, модернізації виробництва, впровадженні передового досвіду, в т.ч. зарубіжного, створенні професійного колективу, збільшенні прибутку, утвердженні власного іміджу на ринку. Крім того, маркетингова інформація щодо ситуації на ринку продукції відкриває можливість визначати власні слабкі сторони і ризики, що дозволяє вчасно їх оцінювати, розробляти і впроваджувати конкретні засади удосконалення відповідних напрямків діяльності підприємства.

Оцінювати та аналізувати маркетингову інформацію необхідно постійно для того, щоб вчасно відстежувати зміни конкурентного ринкового середовища, а також внутрішнього стану і можливостей підприємства. Це може сприяти відпрацюванню конкретних заходів формування конкурентних переваг продукції на ринку, що є важливим для вивчення ситуації на підприємствах-конкурентах. Така інформація дозволить виділити провідні підприємства, визначити сильні і слабкі сторони конкурентів, що є важливим для формування перспективи власного підприємства.

Узагальнення і використання маркетингової інформації дозволяє оцінювати ефективність поточних і перспективних можливостей і ресурсів підприємства, спрямувати колектив працівників до їхнього використання.

Список використаних джерел:

1. Гримак А.В., Курилас Л.В., Сенишина Т.Є. Інформаційне забезпечення ефективності маркетингу ринку продукції для ветеринарної медицини та тваринництва. Наук.-техн. бюлетень ін-ту біології тварин і ДНДКІ ветпрепаратів та кормових добавок. Львів, 2021. Вип. 22. № 1. С. 74-78. DOI: 10.36359/scivp. 2021-22-1.07.

2. Серкутан Т.В. методи оцінки ефективності інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві. Актуальні проблеми сучасності: монографія. Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2010. 500 с.

УДК 658.5

Верзун А.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

Войничка Л.

*к.е.н., доцент, завідувачка кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

Ковалів В.

*к.е.н., доцент, декан факультету управління, економіки та права,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

ІНТЕГРАЦІЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

В сучасних ринкових умовах, коли швидкість життя невинно набирає оберти, відбувається розвиток в науково-технологічному напрямі, з'являється велика кількість інформації. Це зумовлює пошук нових підходів використання та обробки даних, систему автоматизації для ефективного та конкурентоспроможного ведення бізнесу. Виникає необхідність у забезпеченні підприємства висококваліфікованими спеціалістами, які вміють і хочуть працювати з новинками, а також використовувати технологічні інновації, якісного обслуговування з метою подальшого розвитку [1].

Львівський національний університет природокористування (ЛНУП) в процесі підготовки висококваліфікованих фахівців рухається у фарватері сучасних вимог ринку праці. Освітній процес в університеті побудований з використанням сучасного програмного забезпечення професійно-орієнтованого або галузевого спрямування. Нещодавно ЛНУП підписав угоду зі Спілкою автоматизаторів бізнесу та набув повноправного членства у цій організації, що дозволило інтегрувати у освітній процес сучасні програмні продукти управлінського спрямування, зокрема «BAS».

BAS (Business Application Systems) - це українська компанія з офісом у Львові, яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення для бізнесу, хоча права на бухгалтерські програми BAS ПРОФ та BAS КОРП належать польській компанії NetHelp. Компанія була заснована в 1991 році та вже понад 30 років успішно працює на ринку інформаційних технологій. Компанія BAS є партнером таких відомих компаній, як Microsoft, IBM, Oracle, HP та інші, що вказує на високу якість та надійність її продукту. У кошику ІТ-продуктів компанії для бізнесу містяться рішення для корпоративного ринку, рішення для масового ринку та галузеві рішення.

Одним із найбільш відомих продуктів BAS є система управління ресурсами підприємства (ERP) BAS ERP, яка дозволяє автоматизувати бізнес-процеси підприємств різних галузей. Крім того, компанія розробляє інші програмні продукти, такі як системи управління взаємовідносинами з клієнтами

(CRM), системи управління виробництвом (MES) та системи електронного документообігу.

BAS ERP - це програмне забезпечення для підприємств, що надає широкі можливості для автоматизації бізнес-процесів. Це комплексна система управління ресурсами підприємства, яка включає в себе модулі для управління продажами, закупівлями, фінансами, виробництвом, складом, кадрами та багато іншого. BAS ERP базується на відкритій платформі 1С: Підприємство. Система може бути налаштована під конкретні потреби підприємства, що дозволяє забезпечити максимальну ефективність та оптимізацію бізнес-процесів.

BAS ERP є популярним рішенням для підприємств різних галузей в Україні та за її межами. Вона дозволяє знизити витрати на управління бізнесом та збільшити продуктивність праці працівників. Програмний продукт містить ряд блоків, які дозволяють забезпечити комплексний процес управління діяльністю підприємства, зокрема:

- ✓ Управління операційною діяльністю;
- ✓ Система планування;
- ✓ Бюджетування;
- ✓ Моніторинг та аналіз показників діяльності підприємства;
- ✓ Визначення фінансового результату та управління напрямками діяльності підприємства;
- ✓ Підготовка звітності згідно з МСФЗ;
- ✓ Управління фінансами;
- ✓ Регламентований облік;
- ✓ Управління персоналом і розрахунок заробітної плати;
- ✓ Управління виробництвом;
- ✓ Управління витратами й розрахунок собівартості;
- ✓ Управління обладнанням і організація ремонтів;
- ✓ Управління продажами та відносинами з клієнтами;
- ✓ Управління закупівлями;
- ✓ Управління складом і запасами [2].

Вміння використовувати у своїй діяльності програмний продукт «BAS ERP», який є комплексним рішенням, що охоплює основні контури управління і обліку та дозволяє організувати єдину інформаційну систему для управління різними аспектами діяльності підприємства, є запорукою підготовки висококласних, конкурентоспроможних на ринку праці фахівців на факультеті управління, економіки та права ЛНУП, зокрема за освітньо-професійною програмою 073 «Менеджмент».

Список використаних джерел:

1. Варга В. П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_8_50
2. BAS ERP. URL: <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-corp/bas-erp>

УДК 338

Гайда Г.

*викладач економічних дисциплін,
ВСП «Горохівський фаховий коледж*

Львівського національного університету природокористування», м. Горохів

ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ВІДБУДОВУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Сьогоднішня географія бойових дій на Україні чітко розмежувала найбільш гарячі місця, на яких наші захисники щодня захищають українські міста, та села, які приймають тисячі біженців, формують волонтерські штаби та відновлюють роботу бізнесу.

Від початку війни минув рік, українці поступово звикають до нової реальності.

Ключова стратегічна ціль – перезапустити український бізнес.

Стабілізувати ситуацію на українському ринку вже допомагає Міністерство економіки України. Зокрема, за підтримки Мінцифри та проекту Дія. Бізнес компанія ProzoGo. Продажі запустила платформу цифрової взаємодії для допомоги релаксації бізнесу.

Успішний приклад відновлення у сфері логістики показує "Нова Пошта", яка продовжує працювати фактично в усіх областях країни.

2022 рік став остаточним поштовхом до усвідомлення, що цифронізація – найважливіший фактор економічного зростання в сучасному світі, особливо вона необхідна в Україні, де ускладнилось ведення бізнесу, в зв'язку з війною.

Сучасні технології також роблять послуги більш гнучкими, зокрема банківські, логістичні та освітні, розширивши можливості дистанційного сервісу. Ці системи зуміли адаптуватися до роботи в умовах воєнного часу й продовжують функціонувати відносно добре.

Банки сформували ефективні плани діяльності, а також плани відновлення. Це дозволяє їм продовжувати операційну діяльність у тих регіонах, де не відбуваються активні воєнні дії.

Метою даної роботи є дослідження в сфері інтегрованих комунікаційних заходах, електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, сучасних електронних платіжних систем та логістики в умовах воєнного стану.

Під час війни в Україні, як ніколи, потрібно знати предметну галузь електронного бізнесу, сфери застосування та ринки електронної комерції, основні моделі бізнес-процесів та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернеті, нові принципи та засоби проведення розрахунків пластиковими картками та цифровими грошима, типи електронних платежів і платіжних систем, існуючі проблеми безпеки та засоби захисту інформації в електронній комерції, основи ведення бізнесу та маркетингової діяльності за допомогою сучасних інформаційних технологій.

З кожним днем пропонується ще більше ІТ-рішень, програмних забезпечень та варіантів, щоб спростити роботу на підприємствах, поліпшити ефективність, якість, швидкість праці робітників та всієї компанії. Тому кожному підприємству доцільно автоматизувати бізнес-процеси для підвищення своєї конкурентоспроможності та підвищення успішності, самостійно здійснивши вибір конкретної інформаційної системи.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 3.09. 2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 21.10.2020 р.).
2. Економічна правда
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/22/684494/>
3. Томашевський О.М. та ін. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів.
4. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj->

УДК 330.341

*Гришина Л.
кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри економіки, обліку та підприємництва,
Тарасюк В.
здобувач вищої освіти,
Первомайський навчально-науковий інститут
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова,
м. Первомайськ*

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Процеси діджиталізації є сучасним драйвером розвитку як економіки в цілому, так і окремих її галузей та сфер, що потребує комплексного підходу до використання цифрових трансформацій. Підтвердженнями цієї думки є створення у 2019 році Міністерства цифрової трансформації України, діяльність якого спрямована на виконання завдань щодо цифровізації економіки, в тому числі і сфери агропромислового виробництва [1]. Саме тому актуалізація питань цифровізації сільськогосподарського виробництва, сільських територій гостро потребує розробки дієвих механізмів і засобів практичного використання цифрових інновацій суб'єктами агробізнесу.

На сьогоднішній день, збройна агресія Росії проти України призвела до великої кількості замінованих сільськогосподарських угідь, окупованих територій, обмеженості у матеріально-технічних і фінансових ресурсах. Це стримує ефективне використання вже існуючих цифрових технологій в агробізнесі унеможлиблює їх потужний розвиток в майбутньому. Тому, доречним у післявоєнний період для нашої держави буде покращувати процеси цифрової трансформації, а саме масове впровадження систем точного землеробства, аерозйомка з метою контролю якості посівів, ведення історії полів для вибору оптимальної культури, лабораторні дослідження ґрунту для отримання інформації про біохімічний склад, а також інструменти, що дозволять фермерським господарствам досліджувати ґрунт, з метою виявлення небезпечних предметів (мін, гранати та ін.) Ці технології сприятимуть збільшенню врожайності, зниженню собівартості сільськогосподарської продукції завдяки скороченню витрат на паливо, насіння й добрива, а також зберегти життя працівникам [2, с. 311].

Слід відзначити, що нові інноваційні технологічні рішення приносять зміни у практику ведення сільського господарства. Очікується, що цифрове землеробство змінить традиційну мережу зацікавлених сторін вже в найближчому майбутньому [3, с. 103]. Окрім традиційних гравців, таких як виробники, постачальники, дистриб'ютори, трейдери, роздрібні торговці та споживачі, спостерігається, що нові гравці (стартапи) входять у мережу й упроваджують цифрові технології та/або досвід для аналізу даних, отриманих у сільському господарстві, що в перспективі змінить ланцюг поставок. Ці нові

методи ведення сільського господарства можуть охоплювати весь виробничий процес та інструменти – від обладнання (техніки), наприклад автономного трактора чи дронів, аж до моніторингу посівів та врожаю за допомогою датчиків (сенсорів). Точне землеробство оновить аграрну галузь із сантиметровою точністю на полях та здатністю керувати насінням, добривами, водою, культурами, забезпечуючи постійний контроль та підтримку прийняття управлінських рішень у цій сфері господарювання.

У сільському господарстві ці нові технології можуть та модернізують агросектор, сприятимуть інноваціям в агробізнесі та створюватимуть нові можливості для товаровиробників. Цифрові технології можуть бути корисними на всіх рівнях ланцюжка вартості. Проте, нові технології також приносять нові проблеми. Впровадження інновацій завжди руйнує, і поряд із численними перевагами ланцюжок вартості агропродовольчої продукції також стикається з бар'єрами, які несе війна, а також те, що малі та середні сільськогосподарські підприємства домагаються економічності та надійності нових технологій. Впровадження нових технологій може бути наслідком розриву знань для потреб сільського господарства з боку нових постачальників технологій. Головна мета аграріїв – отримати вигоду та зменшити витрати ресурсів, не порушуючи спосіб роботи та негативно впливаючи на їхні пріоритети.

Існує кілька умов, які формуватимуть цифрову трансформацію всього агробізнесу та його суб'єктів у різних контекстах, серед яких виділяється дві групи: базові та допоміжні (рис. 1) [4, с. 57].



Рис 1. Базові та допоміжні умови цифровізації агробізнесу

Доступ до цифрових технологій може забезпечити значні переваги аграріям, малому і середньому бізнесу, посередникам, трейдерам та іншим гравцям аграрного ринку. Використання сучасних інформаційних можливостей сприятиме формуванню стратегічного партнерства, доступу до служб підтримки, таких як навчання, фінанси та юридичні послуги, дозволить розширити ринки аграрної продукції, що є критично важливим під час повоєнного відновлення економіки України.

Однак, упровадження цифрових технологій у сільській місцевості має свої особливості та складності. У всьому світі, й Україна не виняток, сільське населення зменшується, а можливості для освіти та працевлаштування стають все обмеженішими. В багатьох випадках спостерігається відсутність інфраструктури, включаючи базову ІТ-інфраструктуру, особливо у дуже віддалених сільських громадах, а витрати на неї становлять важливий виклик у сільській місцевості, де рівень бідності є порівняно високим.

Отже, цифрова трансформація аграрного сектору економіки може принести значні економічні, соціальні та екологічні переваги. Цифрові технології впливають на розвиток аграрного виробництва та діяльність сільськогосподарських підприємств, значно підвищуючи ефективність функціонування агропродовольчих систем через вплив на конфігурацію ланцюга прирощення вартості в сільськогосподарському виробництві. Основними рушійними силами, які дадуть змогу швидко й ефективно застосовувати нові цифрові технології у агробізнесі, є ініціативність та зацікавленість виробників сільськогосподарської продукції у поєднанні з бажанням поліпшити ефективність та прибутковість роботи підприємств у досягненні завдань повоєнного відновлення економіки України.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/>
2. Шерстюк Л. М. Цифрове сільське господарство: зарубіжний досвід та особливості впровадження й використання в Україні: колективна монографія. 2019. С. 310–318.
3. Руденко М.В. Управління підприємствами з урахуванням позицій зацікавлених сторін. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2020. Вип. 29. С. 103–109.
4. Information and Communication Technology (ICT) in Agriculture: A Report to the G20 Agricultural Deputies. Rome : FAO, 2021. 57 p

УДК 331.108

Захаркевич Н.

*к. е. н., доцентка, завідувачка кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,*

Арзянцева Д.

*к. е. н., доцентка, доцентка кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,*

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,

м. Хмельницький

ТЕХНОЛОГІЇ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

Сучасний активний розвиток технологічних процесів призводить до того, що інновації охоплюють дедалі ширше коло різних сфер діяльності. З розвитком технологій дедалі більше роботодавців надають своїм співробітникам можливість працювати віддалено. Ця тенденція дозволяє підбирати та наймати фахівців, які перебувають у різних точках нашої планети. Ще десятиліття тому необхідність у віддаленій роботі виникала не так часто, тому методи відбору персоналу на «дистанційку» розвивалися пропорційно до розвитку сучасних технологій та зростання вакансій, що пропонують претендентам працювати віддалено.

Слід зазначити, що у дистанційній роботі є свої особливості та безліч прогалин у законодавстві. Персонал, що працює на «дистанційці», працює поза основним місцезнаходженням роботодавця, а також поза його філією, представництвом або іншим відокремленим підрозділом. Крім того, дистанційні співробітники не мають стаціонарного робочого місця, яке може проконтролювати роботодавець. І важлива умова дистанційної роботи – для виконання своїх обов'язків та взаємодії з роботодавцем віддалений працівник повинен використовувати інформаційно-телекомунікаційні мережі загального користування, зокрема мережу Інтернет [1].

На практиці при дистанційному виконанні працівником трудової функції основні складнощі у роботодавця виникають при вирішенні таких питань як визначення місця роботи та робочого місця працівника, облік відпрацьованого працівником часу, контроль за дотриманням працівником дисципліни праці, обмін інформацією та документами між сторонами трудового договору. Однак усі ці питання можуть бути обговорені та врегульовані ще на етапі відбору персоналу.

Процес відбору персоналу складається з кількох стадій: збирання інформації про кандидата, попередня відбіркова співбесіда, заповнення анкети, основна співбесіда, медичний контроль, перевірка рекомендацій, ухвалення рішення про наймання на роботу. Залежно від виду економічної діяльності, розміру компанії, характеру посади, корпоративної культури та інших факторів набір та послідовність етапів можуть змінюватись [1].

У процесі відбору персоналу необхідно проаналізувати професійні та особистісні можливості, як якісно кандидат виконуватиме роботу, що він може

дати компанії у майбутньому, чи підходить він саме на цю посаду. Завдання відбору виявити з-поміж претендентів на вакансію, найкращого та професійно-підготовленого кандидата. Для цього потрібно визначити найефективніший набір методів та способів виміру його здібностей до виконання вимог вакансії. Відбір персоналу на сьогоднішній день здійснюється за допомогою численних методів, які поділяються на дві групи: традиційні та нетрадиційні.

До традиційних методів відносять: резюме, попередня відбіркова бесіда (співбесіда), анкетування, інтерв'ю, тестування персоналу, кейси. Проте не завжди з їх допомогою можна точно оцінити відповідність кандидата вакантній посаді. Більшість претендентів, як правило, приходять на співбесіду зі заздалегідь заготовленими відповідями.

Однак сьогодні все частіше використовують нетрадиційні методи відбору персоналу, які вважаються найефективнішими та адаптовані для відбору персоналу на дистанційну роботу:

1. Стресове інтерв'ю. Співбесіда, в якій для кандидата створюють стресові умови та спостерігають, як він на них реагуватиме. Його мета полягає у визначенні стресостійкості кандидата. Як відомо, існує кілька тактик проведення стресового інтерв'ю: перехресне опитування, уточнюючі питання, психологічний тиск, створення незручних умов для кандидата, прохання виконати кілька доручень керівника в стресовій атмосфері. Якщо перші три названі тактики можуть бути застосовані при віддаленій співбесіді, то дві останні не можуть бути застосовані до кандидата, який знаходиться в зовсім іншому місці в автономних умовах.

2. Brainteaser-інтерв'ю (дослівно - «інтерв'ю, що лоскоче мозок»). Суть даного методу полягає у необхідності відповісти на несандартне питання або вирішити логічне завдання. При цьому мета полягає у перевірці аналітичного мислення, а також творчих здібностей майбутніх працівників. Цей метод активно використовується під час проведення інтерв'ю на відстані.

3. Застосування фізіогноміки – мистецтва розпізнавати особливості характеру та схильності людини за рисами її особи. Загалом використання фізіогноміки не дає повний аналіз характеру, тому її використання виправдане лише за умови попередньої ретельної підготовки інтерв'юера [2]. Даний метод використовується роботодавцями віддалено, проте існує ймовірність, що через неякісний відеозв'язок цей метод може дати помилкові результати.

4. Ассесмент-центр (АЦ) – це метод комплексної оцінки персоналу, заснований на моделюванні професійних ситуацій діяльності співробітників, що дозволяє оцінити реальні якості претендентів, що задовольняють вимогам посади та визначити їх потенційні можливості [2]. Метод може використовуватись щодо відбору кандидатів, які перебувають в інших містах і претендують на посаду за віддаленою системою.

Таким чином, можна з упевненістю сказати, що всі перераховані вище сучасні методи відбору персоналу можуть бути застосовані до кандидатів, які добираються на віддалену роботу. Кожен метод може бути адаптований до віддаленого застосування завдяки технологічним можливостям роботодавця та

претендента. Однак вони можуть бути не настільки ефективними, як при живому спілкуванні.

Підсумовуючи, можна сказати, що пошук дистанційних співробітників кардинально не відрізняється від підбору офісних працівників, за винятком більшої оперативності в реакціях на дзвінок чи лист. Основні інструменти оцінки персоналу – співбесіда за допомогою сучасних програм, які можуть забезпечити Google Meet, Zoom, Viber, Telegram, WhatsApp, Facebook Messenger, Skype та інші. Однак можна сказати, що не всі кандидати повністю готові до такого формату співбесіди, бентежаться або губляться під час проведення дистанційних співбесід. Проте, за словами найдосвідченіших рекрутерів, мотивований кандидат знаходить можливості, а не шукає причин [3].

Найефективнішим методом відбору персоналу на віддалену роботу слід вважати комбінований, який включає сукупність перерахованих методів з урахуванням специфіки посади та характеру роботи. Також неможливо обійтися без урахування технічних можливостей роботодавця та претендента під час проведення відбору, оскільки при виборі того чи іншого методу потрібен гарний зворотний зв'язок. Саме тому найнадійнішим рішенням буде вибір системного підходу до оцінки кандидата.

Основною фобією керівників, які планують найм співробітників на віддалений формат роботи, є ризик втрати контролю над підлеглими. Головною вимогою до такого працівника є виконання роботи у строк із належною якістю. Керівник не повинен витратити час та зусилля на те, щоб нагадувати співробітнику про строки, вимоги до роботи та інші важливі умови.

Таким чином, для формування більш якісної та гнучкої системи кадрового складу кожна HR-служба може обрати засоби та методи, що відповідають цілям та інтересам компанії. Саме в цьому і полягає талант рекрутера – використовувати саме ті методи, які дозволять здійснити адекватний відбір кандидатів для роботи в тих умовах, які на сьогодні пропонує компанія (дистанційна або офісна). В свою чергу система оцінок кандидатів на вакантні посади має бути заснована на об'єктивній інформації та формувати незалежні оцінки кандидатів, стимулювати тих, хто здійснює відбір до того, щоб обґрунтовувати свій вибір, орієнтуючись на узгоджену систему критеріїв.

Список використаних джерел:

1. Філіпчук Л., Ломоносова Н. Коронавірус і дистанційна робота: що зробила держава. URL: <https://www.cedos.org.ua/uk/articles/koronavirus-i-dystantsiina-robota-shchozrobyla-derzhava>.
2. Волянська-Савчук Л. В., Царук В. Ю. Використання сучасних комп'ютерних та інформаційних технологій в розвитку корпоративної культури на підприємстві. *Бізнес-навігатор: наук.-вироб. журн.* 2018. № 2 (45). С. 189–196.
3. Лобза А. В., Юрченко К. А. Сучасні персонал-технології як засіб забезпечення ефективної системи найму та адаптації персоналу: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Молодий вчений.* 2015. № 11 (26). Ч. 2. С. 74–80.

УДК 339.5

Зеліско Н.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

Верховод І.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та
готельно-ресторанного бізнесу,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького, м. Запоріжжя*

КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ І СВІТІ

Сфера електронної комерції 2021 року показала небувале зростання – експерти наголошують насамперед справжній прорив у свідомості клієнтів. Якщо раніше онлайн-покупки за допомогою мобільних програм були пріоритетом зумерів, то зараз до них підтягнулися представники старшого покоління і додалася аудиторія у віці 25-40 років. Ключовими перевагами даної сфери були і залишаються простота, швидкість, зручність та безпека. Якщо раніше покупки в інтернеті здійснювали, переважно, молодики віком від 18 до 23 років, то наразі товари та послуги онлайн активно замовляє інша вікова категорія користувачів: від 25 до 45 років. Цей тренд розвивається завдяки зусиллям маркетологів, які дедалі більше орієнтуються на збільшення вікового порогу. Ще один цікавий тренд – покупка через смартфони, а не ноутбуки чи десктопи. Така мобільність та можливість оформити замовлення де завгодно і у будь-який час каталізує розвиток ринку електронної комерції.

Для e-commerce компаній це стало сигналом для того, щоб розширювати товарну лінійку, удосконалити логістику/сервіс/оплату та готуватися до суворої конкурентної боротьби.

Аналіз світового досвіду цифрової трансформації промисловості засвідчує, що провідними в цьому напрямку є такі концепції, як Індустрія 4.0 (Industry 4.0), Розумне виробництво (Smart Manufacturing), Цифрове виробництво (Digital Manufacturing), Інтернет у промисловості (Internet of Manufacturing), Відкрите виробництво (Open Manufacturing). нологій. За оцінками Всесвітнього економічного форуму, цифровізація має величезний потенціал для бізнесу і суспільства протягом наступного десятиліття і може надати додатково понад 30 трлн дол. США доходів для світової економіки протягом найближчих 10 років (до 2025 р.) [1]. На розгляд Верховної Ради України (кінець літа 2022 р.) внесено законопроекти щодо: поліпшення управління у сфері електронних комунікацій, забезпечення умов для розвитку та відновлення електронних комунікаційних мереж, доступу до об'єктів будівництва, транспорту, електроенергетики[2].

Впровадження нових сервісів цифрових платежів та розширення існуючих залишались такими ж важливими трендами у 2022-му, як і в попередні роки, оскільки попит на цифрову комерцію продовжував зростати. Незалежно від того, чи це електронна комерція, чи роздрібний бізнес, все більше людей

використовують безконтактну оплату, цифрові гаманці та інші цифрові методи для здійснення покупки. У статті ми розглянемо, які нові платіжні методи з'явилися та набирали популярність у світі в 2022 році.

Торговці продовжують розширювати спектр платіжних методів, щоб задовольнити потреби клієнтів у сучасних, зручних та гнучких варіантах оплати. Якщо у 2021 році 38% опитаних продавців повідомляли про розширення асортименту цифрових платежів, то у 2022 році – 53%. Із нових методів, які впроваджували торговці:

- 60% – додавали цифрові гаманці
- 60% – платежі за допомогою QR-коду
- 51% – запровадили цифрові рахунки-фактури.

За оцінками експертів, на кінець 2022 року 4,4 млрд споживачів робили покупки за допомогою цифрових гаманців, на які припадає 52% платежів електронної комерції в усьому світі.

Прогнозується, що у 2023 році 1,6 млрд споживачів у світі платитимуть за допомогою цифрових гаманців у торгових точках (POS), що становитиме 30% від загальної кількості платежів у POS. В Україні доля цифрових оплат гаджетами з NFC за картками Mastercard вже сягає більше половини всіх безготівкових оплат у фізичному ритейлі.

Досвід Китаю демонструє, наскільки платежі за QR-кодом можуть бути популярними – у країні рівень використання цього платіжного інструменту становить 70%, тоді як, наприклад, у Японії – всього 8%. Прогнозується, що протягом наступних кількох років ринок значно зросте в усіх країнах, а кількість користувачів платежів за допомогою QR-коду перевищить 2,2 млрд до 2025 року, що складає 29% усіх користувачів мобільних телефонів у світі.

QR-коди пропонують торговцям і клієнтам безліч переваг: швидкість платежу, зниження витрат, зручність. Вони також дозволяють продавцям створити додаткову цінність для своїх клієнтів, поєднуючи в одному рішенні платежі та програму лояльності. Це забезпечує безшовність процесу покупки.

Станом на третій квартал 2022 року, лише шоста частина операцій в торговельній мережі в Україні здійснювалася з фізичним зчитуванням даних із носія картки – решта операцій були безконтактними. Актуальність тренду contactless зростає із року в рік, водночас, як зазначалося вище, підприємці потребують альтернативних рішень для приймання платежів без спеціального обладнання, використовуючи лише смартфон.

Тенденція до розширення платіжних сервісів та цифрова трансформація за останні два роки стала актуальною для всіх бізнесів, незалежно від їх розмірів та спеціалізації. Ба більше, тепер це стратегія виживання в світі, який швидко змінюється та вимагає таких же швидких змін від учасників ринку. Тож очевидно, що напрямок цифрових платежів продовжуватиме розвиватися у 2023 році, ймовірно, навіть динамічніше, ніж до цього.

Головними трендами e-commerce, які у 2021-2022 роках визначали розвиток галузі, і, швидше за все, не втратять актуальності, стали: короткострокові прогнози; автоматизація; постійний облік та контроль комунікації з клієнтами; ефект присутності в інтернеті, який за відчуттями

близький до офлайн-магазинів; розвинений клієнтський сервіс; аналітичні інструменти діяльності та можливостей компаній; - просування в соцмережах, через електронну пошту, нативну рекламу та публікації в ЗМІ; нові технології та навчання; самовизначення та ідентифікація компанії на ринку; вимірюваність інструментів та показників; бізнес-відносини нового рівня (офлайн-заходи як преміальна складова комунікації).

Цифрова економіка неможлива без ІТ-сфери, адже вона спрямована на використання широкого кола послуг чи товарів, які надають ІТ-компанії, зокрема онлайн-торгівля, електронне урядування тощо. Це, у свою чергу, спонукає удосконалення всіх засобів інформаційних систем на підставі нових перспективних технологій [3]. В умовах сьогодення компанії все більше уваги приділяють електронному бізнесу, спрямовуючи в електронний бізнес інвестиційні потоки й накопичуючи людські й фінансові ресурси для забезпечення його ефективного функціонування. Електронний бізнес – це електронна економічна діяльність, в якій бізнес-процеси, обмін бізнесінформацією і комерційні трансакції автоматизуються за допомогою інформаційних систем й глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [4]. Електронний бізнес наддинамічна галузь, що стрімко розвивається, і ґрунтується на таких технологіях, як мережні технології; корпоративні; Інтернет-технології; виробничі ІТ; системи підтримки прийняття рішень, експертні системи тощо.

Список використаних джерел:

1. The digital transformation of industry (A European study commissioned by the Federation of German Industries (BDI) and conducted by Roland Berger Strategy Consultants). URL: http://bdi.eu/media/user_upload/Digital_Transformation.pdf (the date of access: 22.02.2023)
2. Електронна комерція-2022: на що варто звернути увагу українським компаніям. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/793857.html> (дата звернення 22.02.2023)
3. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять [Електронний ресурс] / Д. Д. Євтушенко // Бізнес Інформ. 2014. № 8. С. 184-188. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_33 (дата звернення: 25.12.2022).
4. Темченко О., Казак. О. Трансформація міжнародного бізнесу в умовах індустрії 4.0. 2022: III міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи" URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/272015> (дата звернення 22.02.2023)
5. Цифрова комерція у світі: ключові тенденції в 2022 та перспективи у 2023. URL: <https://fintechinsider.com.ua/czyfrova-komercziya-u-sviti-klyuchovi-tenden-cziyi-v-2022-ta-perspektyvy-u-2023/> (дата звернення 21.02.2023)

УДК 657.1.011.56

*Іваницький І.
к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
ЛНУП, м. Львів*

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ОБЛІКУ

Запровадження інформаційних систем в обліковій роботі є актуальним для багатьох підприємств, оскільки їх використання істотно покращує якість інформаційного забезпечення та підтримує планування та контроль на підприємстві. Сучасні інформаційні системи і технології в обліку поступово змінюють звичну структуру управління підприємством. Використання вирахувальної техніки суттєво підвищує якість обробки облікової інформації. Облікова робота стає більш напрямленою на вдосконалення організації обліку. Бухгалтерський облік повинен забезпечити керівників, фахівців і інших його користувачів інформацією, необхідною для прийняття ефективних управлінських рішень. Ця інформація повинна бути актуальною, повною, об'єктивною, вірогідною, своєчасною, цінною, надійною.

Автоматизовані інформаційні системи, які використовуються для управління підприємством, дозволяють значно скоротити документообіг, усунути проміжні документи, підвищити вірогідність і об'єктивність зведень.

У процесі вдосконалення управлінської діяльності інформація стала більш важливим ресурсом, у порівнянні з такими як матеріальні, енергетичні, трудові та фінансові ресурси. Інформація використовується з метою аналізу та для прийняття управлінських рішень.

Інформаційні системи передбачають використання інформаційних технологій. Будь-яка інформаційна система характеризується наявністю технології перетворення вихідних даних у результатну інформацію. Тому інформаційна технологія не може існувати самостійно, окремо від технічного і програмного середовища [1, с.59].

Впровадження інформаційних систем і технологій є обов'язковою умовою діяльності сучасного підприємства, що сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на зростання конкурентоспроможності і посилення економічної безпеки підприємства [2, с.55].

Однією з причин використання інформаційних технологій є покращення оперативності обліку. Це досягається через покращення його аналітичності. При використанні інформаційних систем в обліку рівень аналітичної роботи можна вести за різними ознаками та видами, елементами витрат та та способами оцінки, тощо, а це сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень. Застосування комп'ютерної техніки інформаційних систем дає можливість надати інформацію на будь-яку звітну дату, що також сприяє інформативності обліку. Звітність утрачає часову прив'язаність, що значно підвищує оперативність прийняття управлінських рішень з метою уникнення негативних наслідків.

Застосування інформаційних технологій сприяє підвищенню рівня контролю за оцінкою активів і пасивів підприємства. Їх використання запобігають впливу будь-яких чинників зміну реальної вартості об'єктів обліку.

Важливим елементом впровадження інформаційних систем обліку використання електронного документообігу. Формування облікової інформації в електронній формі сприяє зменшенню трудомісткості виконання облікових процедур та покращенню роботи зі змістом облікової інформації. Електронний документ має певні переваги перед паперовими. За його допомогою можуть вирішуватися проблеми документування бухгалтерських операцій, які пов'язані із скорочення витрат часу та грошей на оформлення документів; надійне зберігання і зручний пошук документів.

Основою інформаційної системи обліку прийнято вважати облікові задачі, призначенням яких є одержання інформації про фактичний стан керованого об'єкта. Облікові задачі об'єднані в комплекси, що здійснюють сукупність розрахунків, виконуваних окремими ділянками обліку.

Обов'язкова вимога до інформаційної системи – підтримка стратегії розвитку підприємства.

Застосування сучасних інформаційних систем дозволяє розширити зміст різних видів обліку, зробити їх найбільш різноманітними та оперативними. У комп'ютеризованій системі обліку первинний документ може складатись вручну безпосередньо на місці здійснення господарської операції без створення електронного первинного документу. На його основі створюють проводку, яка додається до хронологічного масиву даних – журналу операцій. Паралельно цей документ реєструється вручну в журналі реєстрації первинних документів. [2, с.119]. Так, значна частина інформації бухгалтерського обліку за умови її більш детальної розробки стає елементом оперативного управління виробництвом, як, наприклад, щоденний облік виробництва, реалізації і собівартості продукції, витрати матеріалів і заробітної плати, втрат від браку, простоїв і інших непродуктивних витрат. Підвищується оперативність статистичного обліку, більш глибока і аналітично коштовна інформація якого може замінити оперативно-технічний облік на окремих ділянках оперативного управління.

Автоматизація облікової роботи та застосування сучасних інформаційних технологій дає можливість підприємствам виходити на міжнародний рівень та залучати іноземні інвестиції. Використання інформаційних технологій сприятиме кращому переходу на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку і це дасть можливість надати користувачам повну, структуровану та якісну інформацію. Запровадження сучасних технологій в обліковій роботі показує, ефективність функціонування підприємства і впровадження нових технологій підвищує конкурентоспроможність підприємства і виводить його на якісно вищий рівень.

Основними можливостями впровадження автоматизованої системи обліку є: оперативне отримання інформації; обмін даними між відокремленими підрозділами підприємства; планування потреби в персоналі; автоматизація

обліку відповідно до вимог чинного законодавства; планування руху коштів підприємства; контроль та облік зберігання запасів в аналітичному розрізі; управління основними господарськими процесами підприємства; оперативне отримання інформації про собівартість готової продукції; створення системи оперативної звітності. Разом з тим очікувані вигоди від впровадження автоматизованої системи обліку можуть бути такі: підвищення ефективності діяльності підприємства; своєчасність прийняття управлінських рішень; ефективне управління кадрами; підвищення ефективності праці працівників; ефективний контроль за заборгованістю; ефективне управління коштами підприємства; контроль за результатами діяльності підприємства [4,с.27].

Основним недоліком автоматизації бухгалтерського обліку є висока вартість інформаційних систем. Інформаційною системою вважається сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та оброблення інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів [5, с.123]. Інформаційні системи сприяють оптимізації використання ресурсів. Саме впровадження інформаційних систем в обліку підприємств може у результаті не лише призвести до зниження витрат на здійснення інформаційного обміну даними, підвищення оперативності інформаційної системи та запобігання втратам від помилок у звітності, а й стати наслідком, що спрямований на вдосконалення організації обліку.

Інформаційні системи автоматизації бухгалтерського обліку дозволяють істотно полегшити працю бухгалтера, підвищує оперативність та точність облікової інформації, сприяють проведенню глибшого економічного і фінансового аналізу роботи підприємства та пошуку резервів щодо підвищення ефективності цієї роботи. Підприємство повинно самостійно визначитися з вибором необхідного програмного забезпечення, яке здатне забезпечити потреби обліку підприємства. Тільки за умови вибору можна максимізувати ефективність та ведення облікової діяльності, що, безумовно, є необхідним кроком на шляху до розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Івахненко С.В. Класифікація програмного забезпечення бухгалтерського обліку і контролю. *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2006. -№7. –с.55-65.
2. Юрчук Н.П. Інформаційні системи в управлінні діяльністю підприємства. *Агросвіт*. – 2015. – №19. – С.53-58.
3. Єганов О. Ю., Ажищев В. Ф., Погорелова О. В., Баланенко О. Г. Інформаційні системи і технології обліку: Монографія. 2-е видання, перероблене і доповнене. – Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2020. – 131 с
4. Назарова І.Я., Муравський В.В. Інформаційні системи та автоматизоване робоче місце бухгалтера: навч. посіб. Тернопіль, 2016. 301 с.
5. Смуглякова В. Проблеми та перспективи автоматизації бухгалтерського обліку. *Управління розвитком*. 2013. № 5. С. 121–123.

УДК 004:

*Квасній Л.
професор кафедри математики та економіки,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,
м. Дрогобич
Салашник І.
студентка групи МН-304Б,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,
м. Дрогобич*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ

«Незалежно від галузі – роздрібна торгівля, будівництво, сфера послуг, туризм, біопродукти тощо – бізнесу необхідно адаптуватися до нових стандартів та до клієнтів, потреби яких змінилися. Цифрові технології допоможуть задовольнити цей зростаючий попит і зберегти конкурентоспроможність»[1]. Практика показує, що компанії з високою цифровою зрілістю на 62% частіше, ніж їх колеги, що не практикують впроваджувати нові сучасні бізнес-технології, зазнали значного зростання продажів за останні три роки[1].

«Цифрові технології можуть не тільки швидше обробляти дані, а й розширювати можливості за межі традиційних кордонів організації»[2].

Інформаційні системи можна охарактеризувати в таких трьох вимірах: організаційний вимір, вимір управління та вимір інформаційних технологій. Ці три виміри можуть допомогти нам створити більш комплексну когнітивну інформаційну систему, вирішуючи проблеми в корпоративній організації та управлінні, допомагаючи компаніям справлятися з різними проблемами в навколишньому середовищі та створюючи цінність для компаній. Це комплексне розуміння називається грамотністю інформаційних систем. Тому інформаційні системи - це не тільки комп'ютери.

Організаційний вимір: основні елементи організації включають персонал організації, структуру, бізнес-процеси, організаційну політику та організаційну культуру. Організація складається з різних рівнів і областей спеціалізації, з чітким розподілом праці. Організаційна форма підприємства є ієрархічною, складається з трьох основних рівнів: вищого менеджменту, середнього менеджменту та нижчого менеджменту. Науковці та наукові працівники зазвичай разом із середнім менеджментом. Інформаційні системи надають послуги на кожному рівні підприємства.

Управлінський вимір: робота керівництва полягає в тому, щоб розпізнавати різні ситуації, в яких опинилася організація, приймати рішення та формулювати напрямки дій для вирішення проблем.

Технологічний вимір: інформаційні технології є одним із багатьох інструментів, які менеджери використовують для впровадження змін. Включно з комп'ютерним обладнанням, програмним забезпеченням, технологіями управління даними, мережевими та телекомунікаційними технологіями,

Інтернет-технологіями та необхідними операціями, управлінським персоналом, усі вони являють собою ресурси, якими може володіти організація та становлять інфраструктуру інформаційних технологій підприємства. Інфраструктура інформаційних технологій є наріжним каменем і платформою підприємства для побудови конкретної інформаційної системи.

На фоні глобальної економічної інтеграції поступово формується глобалізований ринок. Підприємства стикаються з дедалі більшим тиском внутрішньої та зовнішньої конкуренції. Постачальники змушені формувати ланцюжки поставок через зміну потреб виробників. З постійним розвитком сучасної економіки виробники висувають підвищені вимоги до продукції, що надається постачальниками. Виробники вимагають від постачальників надавати високоінтегровані продукти для зниження операційних витрат і підвищення ефективності. Ці причини змушують постачальників тісно об'єднуватися для формування ланцюжка поставок, що висуває підвищені вимоги до обміну інформацією між підприємствами.

У цьому зв'язку доцільно наголосити на факторах покращення функціонування та управління підприємствами. Інформаційні технології використовуються не тільки для ділових операцій між підприємствами, але також прискорюються темпи інформатизації внутрішнього управління та контролю виробничих процесів підприємств. Використання інформаційних технологій, таких як мережеві технології та технології системної інтеграції, робить внутрішні канали обміну інформацією підприємств більш плавними, а роботу більш скоординованою.

Заслуговує уваги і використання електронної комерції для підвищення вимог до якості послуг. Завдяки збільшенню прозорості ринку в умовах електронної комерції були розроблені нові продукти з нижчими цінами та нижчими послугами для підтримки конкурентоспроможності на ринку. Постачальники відчувають потребу надавати інформаційні послуги швидше та якісніше, ніж замовники. У той же час, розвиток електронної комерції також може підвищити якість післяпродажного обслуговування виробників.

У сучасному суспільстві інформація поступово стає важливим товаром для купівлі та продажу, наприклад база даних, що містить історичну інформацію про продукти, і інформація стає активом підприємства. Більше компаній використовують наявну внутрішню інформацію для прийняття відповідних бізнес-рішень.

Підприємства використовують Інтернет, щоб залучати більше клієнтів. Наприклад, через електронні дошки оголошень, інтернет-сторінки та інші бізнес-інформаційні системи.

Важливе значення має і фактори державної політики та регулювання. Згідно з існуючими вимогами національної політики та чинних нормативних актів, підприємства повинні подавати звітність до відповідних державних відомств, таких як фінансові відомства, податкові відомства та відомства охорони навколишнього середовища. Це підкреслює нагальну потребу в розвитку електронної обробки даних та обміну інформацією.

У цьому зв'язку загострення конкуренції серед продавців, що надають інформаційні послуги, спонукатиме продавців пропонувати все новіші продукти електронної комерції..

Таким чином прискоривши впровадження та використання сучасних інформаційних систем і технологій в бізнес-процесах підприємства використовуючи можливості електронної комерції, підприємства можуть отримати новий імпульс для підвищення конкурентоспроможності на ринку. Компанії повинні практикувати інтегровані цикли навчання, колективні бізнес-платформи та інші нові технології не тільки для вирішення індивідуальних бізнес-проблем, а й для вирішення глобальних проблем, що стоять перед нами сьогодні [3].

Список використаних джерел:

1. Смоляр Л.Г. Цифрова трансформація як складова підвищення конкурентоспроможності. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*: тези II Міжнародної наук.-практ. конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» (Київ, 22 квітня, 2021р.). Київ, 2021. С. 238-239.

2. Cayer M. Digital Transformation, a competitive advantage in all markets. Raymond Chabot Grand Thornton. URL: <https://www.rcgt.com/en/insights/digital-transformation-competitive-advantage-markets/>

3. Reeves M., Whitaker K. The why of digital transformation. Boston Consulting Group Henderson Institute. 02.11.2020. URL: <https://www.bcg.com/publications/2020/the-power-of-digital-transformation>

УДК 657: 286

Кирильєва Л.

*к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

Наумова Т.

*к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

МОДЕРНІЗАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В ПЕРІОД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток нових ринків та секторів економіки здійснюється відповідно до основної концепції цифрової економіки, яка передбачає поширення та використання інформаційно-комунікаційних технологій і пов'язаних з ними сервісами задля отримання економічного ефекту, а також створення новітніх комунікаційних зв'язків для пришвидшення бізнес-процесів процесів. Цифрові сервіси стають рушійною силою для розбудови ритейлу на внутрішньому та міжнародному рівні, оновлення його моделей завдяки реалізації можливостей інформаційного сервісу, що підтримується новітніми технологіями. Наразі стратегічною метою більшості зарубіжних країн (США, Великобританія, Китай, Корея, Японія, Німеччина) є розвиток електронної торгівлі з використанням цифрових платформ (Amazon, Alibaba, Taobao, Tmall, Argos, Rakuten, eBay, Otto, Gmarket, Coupang, Costco) . Погоджуємося, що спостерігаються «глобальні асиметрії і диспропорції економічного розвитку країн світу, четверта промислова революція, динамізація технологічних процесів, цифровізація бізнес процесів й національної і міжнародної торгівлі актуалізують питання взаємодії міжнародної торгівлі та електронної комерції, які наразі більше розвиваються у сфері двосторонніх торгівельних угод, та менше – багатосторонніх угод [1].

Електронна торгівля з використанням інформаційного сервісу розвивається переважно за такими моделями: B2B («бізнес для бізнесу», взаємодія між організаційними бізнес-структурами з використанням транзакцій); B2C («бізнес для споживача», взаємодія в режимі он-лайн між організаційними бізнес-структурами та покупцями); C2C («споживач-споживач», взаємодія в режимі он-лайн між кінцевими споживачами за торговельними операціями); B2G («бізнес для держави», взаємодія в режимі он-лайн між організаційними бізнес-структурами та органами влади).

В період четвертої промислової революції, характерною ознакою моделі B2B (business-to-business – «бізнес для бізнесу») є: торгівля з використанням цифрових платформ та маркетплейсів, транзакційні операції, е-документування. Оптимізувати бізнес-процеси допомагають драйвера цифрової економіки такі як: технологія Big Data (технологія пакетного оброблення даних в режимі з реального часу або часу розподілу), Інтернет речей (управління об'єктами в сучасному інформаційному середовищі за участю працівника або без прямого його зв'язку з пристроями), Блокчейн (технологія обробки, зберігання

інформації та ідентифікації клієнтів), Хмарні технології (збереження інформації на сервері, що підтримується та контролюється постачальником хмарних обчислень).

Модернізація моделі В2С відбувається через впровадження інноваційних технологій відповідно викликам сучасності. За обраною навігацією покупці обирають цифрові платформи для вибору продавця та товарів відповідної асортиментної групи. Актуалізується в цій моделі імплементація в підприємства ритейлу формату Dropshipping, сутність якого полягає «в посередництві між споживачами і виробниками чи крупними оптовиками; тобто покупець замовляє товар на сайті, інтернет-продавець опрацьовує заявку і перенаправляє її на виконання, а товар до споживача надходить безпосередньо від виробника чи гуртовика» [2].

Трансформація моделі С2С відбувається завдяки максимальному використанню можливостей цифрових платформ, популяризації торгівлі в особистих акаунтах соціальних мереж Інтернеті, безконтактним розрахунком.

Зазначимо, що в період цифровізації зникає межа між найбільш популярними моделями, зокрема В2В та В2С, а їх інтеграція трансформується в модель В2В2С (бізнес-бізнес-клієнт). Змістова частина моделі електронної торгівлі В2В2С розкривається через такі особливості її функціонування: робота на цифрових платформах, використання Інтернет-молів; обмін інформацією; консультування; системна підтримка; транзакції між бізнес-структурами; транзакції між бізнес-структурами та покупцями.

Формування стосунків між бізнесом та державою в електронному середовищі реалізується за моделлю В2G («бізнес для держави»), відповідно до якої виконуються: інституційні взаємовідносини; інвестиційні договори; державно-приватне партнерство, е-документування з використанням цифрової ідентифікації, належної інфокомунікації та відповідних транзакцій. Взаємодія державних органів влади та підприємств здійснюється на платформі Prozorro.

Таким чином, побудова діяльності організаційних структур відповідно до обраної моделі електронної торгівлі сумісно з імплементацією технологічних інновацій та технологічних трендів в господарські процеси дозволить підвищити ефективність діяльності ритейлу, покращити його інфраструктуру та комунікаційні зв'язки в глобальному просторі.

Список використаних джерел:

1. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О.О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 8 (218). С.4-15
2. Козицька Г. В. Розвиток міжнародної електронної торгівлі в умовах діджиталізації економіки. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2021 №2 (74) с. 103-114

УДК 657:004

Ксьонжик І.

*д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

Мацьків Г.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Розвиток обліку за умови цифровізації суспільно-економічних відносин пов'язаний із впровадженням передових ІТ-інструментів та технологій. Враховуючи той факт, що цифрова трансформація обліку в майбутньому лише зростатиме, тому застосування передових технологій дозволить модернізувати процеси обробки та передачі інформації, сприятиме зростанню ефективності облікових процесів. З появою все більш автоматизованих рішень для бухгалтерського обліку з'явилися цікаві розробки для трансформації всього облікового процесу. Однією з інноваційних технологій, яка може спричинити кардинальні зміни у традиційному бухгалтерському обліку є блокчейн, оскільки вона може запропонувати більш прогресивні форми обліку. Поєднання професійних аспектів обліку та блокчейнової інфраструктури мають перспективи у вирішенні проблем шахрайства та перекручення даних, задоволення інтересів користувачів у якісній інформації щодо внутрішніх і зовнішніх процесів суб'єкта управління [3].

Останніми роками питання інформатизації різноманітних сфер діяльності в Україні набуло неабиякого значення. Доказом цього є розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації», а також створення у 2019 році Міністерства цифрової трансформації України, який відповідає за формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, відкритих даних, національних електронних інформаційних ресурсів, інтероперабельності – взаємодії мережевих систем на базі уніфікованих інтерфейсів або протоколів, впровадження електронних послуг та розвиток цифрової грамотності громадян.

Вже існуючим позитивним моментом в Україні для розвитку блокчейну стало затвердження Економічної стратегії України 2030 (а саме – Україна 2030 Е– країна з розвинутою цифровою економікою) [5]. Також ВРУ прийнято Закон України «Про платіжні послуги» № 1591-IX від 30.06.2021р., «Про віртуальні активи» № 2074-IX від 17.02.2022р., тобто імплементація технології поступово відбувається, що, безумовно, є позитивним фактором.

Блокчейн покликаний здійснити революцію в інфраструктурі, яка лежить в основі фінансових послуг та багатьох інших галузей, у тому числі професії аудитора та бухгалтера. І хоча в багатьох людей блокчейн асоціюється з цифровими валютами, наприклад з біткоїном, його потенціал очевидний у

багатьох секторах економіки, серед них – фінансові послуги, охорона здоров'я, нерухомість, енергетика, торгівля та державне управління.

Технологія блокчейн – це система, заснована на розподілених книгах обліку, база даних активів чи транзакцій, якими можна ділитися у численних вузлах мережі, надаючи кожному учаснику власну копію, при цьому усі зміни відображаються в усіх копіях майже одночасно.

Кожна транзакція записується у вигляді «блоку» даних, а кожен новий блок має зашифровану копію, включеного в нього попереднього блоку. Далі блоки сполучаються за допомогою криптографічних підписів для створення «ланцюжка» дій або транзакцій із часовою міткою, розподілених і захищених від підробки. Як наслідок, блокчейн створює непідробну облікову книгу інформації, в якій майже неможливо сфальсифікувати чи знищити записи, щоб приховати певну діяльність [3].

Таким чином, блокчейн – це публічна книга, яка записує та зберігає групи транзакцій або подій у ланцюжковій структурі даних. Блок – це пакет інформації, упорядкований у ланцюжок відповідно до часу транзакції. Кожен наступний новий блок пов'язаний з попереднім блоком і містить деякий набір даних, що містить зашифровану інформацію про попередній блок. Структура блокчейна розроблена таким чином, що будь-яка інформація, введена в ланцюжок, не може бути змінена без порушення цілісності загального ланцюжка. Коли вводиться новий запис, система інформує всіх користувачів. Це робить процес прозорим і стійким до зовнішнього світу та усуває потребу в центральному органі для нагляду за надійністю системи. Вся інформація зберігається на комп'ютерах користувачів.

Інформація про завершені транзакції, надіслана вузлами, записується в кожному блоці даних. Ця інформація включає ідентифікаційні дані відправника та одержувача, суму та час транзакції тощо. Кожен блок також містить ідентифікатор, мітку часу та зв'язок із попереднім блоком. Ці блоки даних об'єднуються в ланцюжок, який записує в режимі реального часу всю інформацію про транзакції, здійснені в мережі. Якщо їх було перевірено та додано до ланцюжка, блоки більше не можна скасувати, і їх важко обійти. Такий принцип роботи забезпечує прозорість і надійність системи [2].

Блокчейн дозволяє компаніям записувати обидві сторони транзакції одночасно у спільній книзі в реальному часі, а не просто зберігати звірені записи фінансових операцій в окремих приватно створених базах даних чи книгах обліку. Він має намір покласти кінець традиційним методам виставлення рахунків, документування, договорам, реєстрам, системам обліку запасів, а також здійснення оплати у бізнесі. Таким чином, потреба у традиційному обліку з подвійним записом відпаде, оскільки перевірка добросовісності та законності бухгалтерського обліку буде повністю автоматизована у рамках блокчейну.

Численні міжнародні корпорації вже використовують технологію блокчейн, у тому числі в бухгалтерському обліку та аудиті. Станом на 2022 рік цю технологію використовують Meta, Adobe, Verizon, Nvidia, Apple, Verizon, Tesla, Walmart, Amazon, Paypal, Visa, Mastercard тощо [4].

Надійний і актуальний облік зробить процес аудиту прозорим і значно скоротить його час. Замість того, щоб перевіряти величезні обсяги щоденних транзакцій, співробітники зможуть більше зосередитися на вирішенні складних і суперечливих питань. Таким чином, автоматизація процесів призведе не до зникнення таких професій, як аудитор чи бухгалтер, а до еволюції їх професійної діяльності. Завдяки технології блокчейн стає можливим створювати записи, а також обробляти та зберігати фінансові операції та інформацію радикально по-новому. Такі компанії, як Factom, Libra та Verady, зараз розробляють блокчейн-рішення, які можна застосувати до середовища аудиту [2].

Цифровізація української економіки набуває особливого значення, оскільки зберігання документів в електронному форматі допоможе зберегти необхідні дані компаній. Оцінюючи світову практику, у сфері бухгалтерського обліку найбільш раціональним рішенням є поступовий перехід до використання технології блокчейн. Блокчейн не усуває повністю помилки і не може гарантувати абсолютну безпеку, але це хороша альтернатива класичному документообігу.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко К. В. Перспективи застосування технології блокчейн в бухгалтерському обліку. *Інфраструктура ринку*. 2020. №40. С. 198-202.
2. Мацьків Г., Смірнова І., Малікова А., Пугаченко О., Дубініна, М. Застосування технології блокчейн у бухгалтерському обліку та аудиті: досвід України та Казахстану. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(48), 2023. Р.180–192.
3. Правдюк Н. Л., Обнявко М. В. Впровадження блокчейну в облікову систему: кроки назустріч. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9913> (дата звернення: 10.03.2023).
4. Пуцентейло П.Р., Довбуш А. В. Основні вектори розвитку бухгалтерського обліку в умовах цифрової економіки. *Інноваційна економіка*. 2021. №3-4(87). С. 140-151.
5. Україна 2030 Е-країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 07.03.2023).

УДК 004.78

Кучмійова Т.

*к.е.н., доцент кафедри інформаційних систем і технологій,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

РОЗВИТОК ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Цифровізація є однією з найбільш важливих тем для розвитку сучасної України. За останні кілька років у країні спостерігається значне зростання цифрових технологій та інформаційних послуг.

У 2018 році було запущено національну програму «Дія. Електронна держава», яка має на меті покращення доступності державних послуг для громадян та бізнесу за допомогою електронних каналів зв'язку. Програма включає в себе створення єдиного порталу державних послуг, електронного кабінету громадянина та електронних послуг для бізнесу.

У 2020 році в Україні було запущено 4G-мережу та здійснено перехід на цифрове мовлення. Також у країні відбувається активний розвиток інтернет-інфраструктури, в тому числі широкопasmового доступу до мережі Інтернет.

Цифрові технології дозволяють підвищити ефективність та продуктивність бізнесу, поліпшити якість та швидкість надання послуг, забезпечити більш ефективну комунікацію та співпрацю між різними організаціями та людьми. Вони також можуть бути використані для поліпшення якості життя громадян, забезпечення доступу до новітніх технологій та послуг [1].

Цифровізація є актуальною темою для багатьох вчених з різних галузей науки, а саме, для іноземних вчених, таких як: Ерік Брайніолле, Джеймс Каллець, Мішель Кало. До національних вчених належать: Віктор Громов, Віктор Мірченко, Олександр Павленко, Олег Шевченко. Ці вчені та багато інших продовжують вивчати та проводити дослідження в галузі цифровізації, щоб зрозуміти її вплив на суспільство, економіку та культуру, а також розробляти нові технології та стратегії для ефективного використання цифрових ресурсів.

Цифровізація – це процес перетворення аналогової інформації в цифровий формат, а також використання цифрових технологій для зберігання, обробки та передачі інформації. Цифрові технології включають в себе різноманітні електронні пристрої, програмне забезпечення, мережі зв'язку та інші компоненти, що дозволяють прискорити та поліпшити роботу бізнесу, державних органів та суспільства в цілому.

На сьогодні, розвиток цифровізації передбачає використання цифрових технологій і засобів у всіх сферах діяльності, що дозволяє покращити ефективність та якість надання послуг, збільшити продуктивність, знизити витрати та покращити конкурентоспроможність. Основними причинами впровадження цифровізації є: Ефективність та продуктивність бізнесу. Поліпшення якості та швидкості надання послуг. Забезпечення доступу до новітніх технологій та послуг. Поліпшення якості життя громадян. Розвиток науки та технологій. Сприяння збереженню навколишнього середовища.

Конкурентність на міжнародному ринку [2].

Введення в дію цифровізації вимагає наявності високої кваліфікації фахівців у сфері інформаційних технологій. Разом з тим, може стати викликом для багатьох організацій і компаній, а саме: Недостатня готовність населення та бізнесу до використання цифрових технологій. Цифрові технології швидко розвиваються, і не всі працівники можуть зрозуміти їхні можливості та використовувати їх в повному обсязі. Високі витрати на впровадження цифрових технологій. Цифровізація може бути дуже дорогим процесом, включаючи витрати на розробку, випробування, впровадження та підтримку нових систем та інфраструктури. Необхідно інвестувати в підготовку персоналу, щоб вони могли ефективно використовувати цифрові технології. Збільшення кількості даних та потреба в їх захисті. Велика кількість даних, що збирається за допомогою цифрових технологій, може бути дуже вразливою для кібератак та інших загроз безпеці. Необхідно приділити належну увагу заходам забезпечення кібербезпеки, щоб запобігти можливим загрозам. Нестабільність ринку та швидка зміна технологій. Швидка зміна технологій може призвести до того, що нові цифрові системи стають застарілими навіть до того, як їх повністю випробують та впровадять. Соціально-економічна нерівність та можливість виникнення цифрового поділу. Проблеми зі стандартизацією. Цифрові технології розвиваються відносно швидко, що може призвести до проблем зі стандартизацією. [3].

В свою чергу впровадження цифровізації є важливим кроком для забезпечення конкурентоспроможності організацій та підвищення ефективності їхньої діяльності не зважаючи на виклики та ризики, які можуть бути. Цифровізація є невід'ємною складовою сучасного світу, і вона буде продовжувати розвиватися та впливати на наш спосіб життя в майбутньому.

В цілому, впровадження цифровізації може допомогти організаціям знизити витрати, підвищити продуктивність та покращити якість послуг, що дозволить їм бути конкурентоспроможними на ринку. Важливо дотримуватися належної стратегії та підходу до впровадження цифрових технологій, щоб максимально використати їх потенціал і забезпечити успішне впровадження.

Список використаних джерел:

1. Шевченко О.М. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України [Електронний ресурс] / О.М. Шевченко, Л.В. Рудич // Ефективна економіка. – 2020. – № 7. – URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8053>.
2. Шиманська, К. В. & Бондарчук, В. В. (2021). Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*, (1(95)), 17–22. URL : [https://doi.org/10.26642/ema-2021-1\(95\)-17-22](https://doi.org/10.26642/ema-2021-1(95)-17-22)
3. Україна 2020Е – країна з розвинутою цифровою економікою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

УДК 338.48:640.432

Лега О.

*к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,
Черненко К.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

ПЕРЕВАГИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В INSTAGRAM

Малий та середній бізнес в умовах війни був вимушений швидше реагувати на зміни, стаючи більш гнучким й акцентуючи увагу на потреби споживачів. Економічна криза відчутно вплинула на купівельну спроможність споживачів, тому, користуючись послугами суб'єктів господарювання, що діють у сфері інтернет, покупці мають можливість заощадити за рахунок більш низьких цін щодо найпривабливіших пропозицій.

Величезний потік інформації щодня проходить через мільйони телефонів.

Наразі однією з популярних інтернет-платформ є Instagram – соціальна мережа, що повністю орієнтована на фотоконтент. «Інстаграм» приваблює людей простотою та зручністю у користуванні. За даними аналітичної компанії PlusOne, 14 мільйонів людей користується мережею Facebook (8,7 з яких використовує Messenger), а ще 11,5 мільйонів – «інстаграмери». При цьому, спеціалісти компанії виявили, що серед активних користувачів як у Facebook, так і в Instagram, домінують жінки [1].

Instagram досить зручний для просування саме інтернет-магазинів, і характеризується найвищим рівнем взаємодії з контентом із боку користувачів. Досвід західних країн демонструє чимало прикладів зі сфери e-commerce, коли інтернет-магазини використовують Instagram як трамплін для старту бізнесу, а в подальшому ця соціальна мережа перетворюється на один з основних інструментів для залучення клієнтів. Для України сьогодні – це тренд і новинка. Однак щоразу більше потенційних і реальних клієнтів відмовляється від традиційних каналів зв'язку з продавцями (телефоном, електронним листуванням, формат особистих зустрічей), а надають переваги спілкуванню у соціальних мережах [2].

Просування СММ приносить прибутки та популярність як малим, так і великим підприємствам. Інстаграмне SMM просування – ціна, на яке завжди індивідуальна і варіюється в залежності від очікуваного результату.

Для задоволення «візуальних потреб» користувачів цієї соціальної мережі, з можливим виходом на прибутковість, потрібно мати чіткий план дій, креатив та світлина високої якості. Оптимізація і прискорення внутрішніх процесів власника можна через рішення автоматизації бізнес-процесів [3].

Розглянемо можливості та переваги автоматизації бізнес процесів з використанням програми Wlaunch. Основними напрямками використання даної програми є краса, спорт, спілкування, події, дозвілля тощо.

Розглянемо переваги використання програми Wlaunch для салону краси – таблиця 1. Інтерфейс програми є зручним та відображає фінансовий стан в

режимі реального часу – рис. 1.

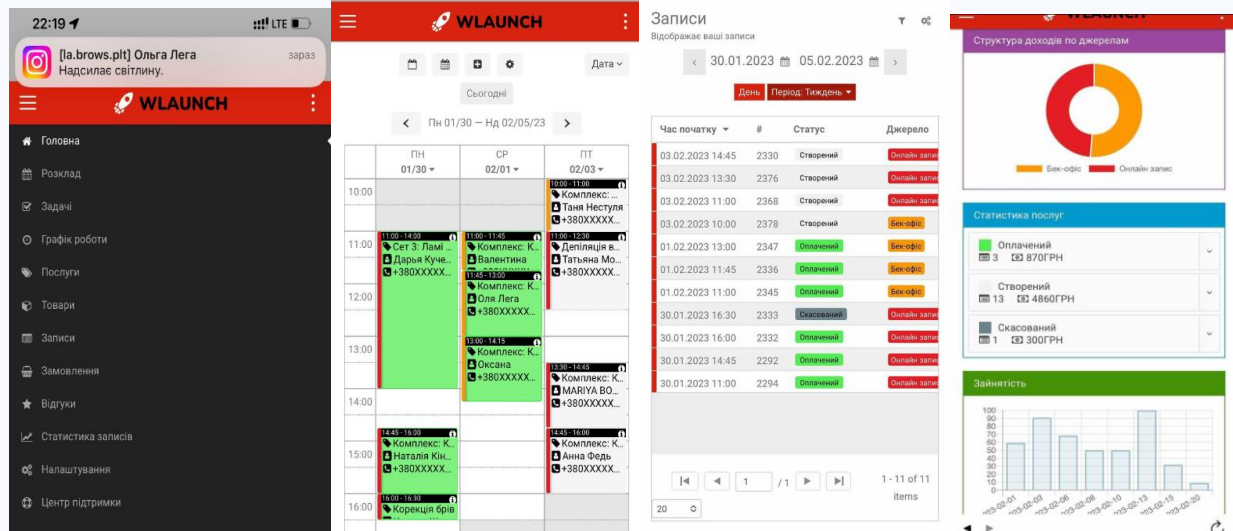


Рис. 1. Ілюстративне зображення інтерфейсу програми Wlaunch для салону краси

Таблиця 1
Функціональні можливості програми Wlaunch для автоматизації бізнес-процесів в Instagram*

Об'єкти автоматизації	Переваги автоматизації	Можливості автоматизації
Онлайн запис клієнтів	Власна форма для запису клієнтів на сайті та в соціальних мережах. Нові клієнти завжди можуть записатись на послуги компанії 24/7	Вибір дати та часу візиту Вибір працівника та послуги Підтвердження запису
Повідомлення по Telegram / SMS / Email	Нагадування для клієнтів та працівників. Повідомлення про зміну статусу записів	Налаштування правил розсилки повідомлень Конфігурація системи нагадувань Розсилка повідомлень по базі
Складський контроль	Відслідковування витратних матеріалів через технологічні карти. Повна картина залишків шляхом інвентаризації та документообігу. Оформлення замовлень, зв'язаних з записами	Каталог товарів Інформація по залишкам на складах у обраний день, як у минулому так і майбутньому Складська документація, автоматизація ключових складських операцій, проведення списання товарів, розфасовки та інвентаризації Технологічні карти
Зарплата LITE	Простий метод відслідковувати виплату заробітної платні працівникам відповідно до обраного періоду	Швидкість та простота - модуль дозволяє не витратити лишній час на розрахунок заробітної платні працівників, виплата зарплати можлива в 1 клік. Нарахування штрафів/премій працівнику відповідно до обраного періоду виплати заробітної платні або у вказаний день.

Об'єкти автоматизації	Переваги автоматизації	Можливості автоматизації
Знижки та акції	Організація програми лояльності для клієнтів та проведення спеціальних пропозицій	Автоматичні акції, їх планування акцій або спеціальних пропозицій компанії. Накопичувальна знижка Адміністратор знижок - спеціальне розширення дозволить показати рекомендовані знижки для клієнта. Спеціальний вигляд в онлайн записі - власна форма для запису клієнтів на сайті та в соціальних мережах. Нові клієнти завжди можуть записатись на послуги компанії 24/7
Опитування	Проведення різноманітних опитувань та досліджень до і після запису	До візиту - опитування для ознайомлення з умовами надання послуг, уточнення деталей потрібних для підтвердження запису та протипоказань клієнта в автоматичному режимі Після візиту - контроль якості надання послуг через отримання відгуку. Детальна статистика проходження опитувань та аналіз результатів

*узагальнено на підставі [4]

Отже, автоматизація є важливою частиною управління бізнес процесами, оскільки дозволяє їх оптимізувати та координувати [5]. Ефективно реалізована автоматизація бізнес-процесів дозволяє: уникнути людських помилок; зменшити час для збору та обробки даних; приймати обґрунтовані та правильні рішення; прискорити процеси перевірки та підтвердження; економити час та гроші на формування даних.

Список використаних джерел:

1. Instagram нарощує м'язи – як українці користуються соцмережами. URL: <https://nachasi.com/2020/03/11/facebook-instagram-in-ukraine/> (дата звернення 07.03.2023).
2. Лега О. В., Яловега Л. В., Прийдак Т. Б. Instagram-торгівля : організаційні аспекти, облік, оподаткування. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 43. С. 417 – 426. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/77.pdf. (дата звернення 07.03.2023).
3. Соловійова І. Коли компанії потрібна автоматизація бізнес-процесів. Які переваги для бізнесу може принести автоматизація бізнес-процесів та з чого розпочати? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/10/27/679100/> (дата звернення 07.03.2023).
4. URL: <https://wlaunch.net/uk/features> (дата звернення 07.03.2023).
5. Що таке автоматизація бізнес процесів: визначення, приклади та сервіси. URL: <https://snov.io/glossary/ua/business-process-automation-ua/> (дата звернення 07.03.2023).

УДК 338.32.053.4

Максимчук Т.

викладач,

ВСП «Тлумацький фаховий коледж Львівського НУП», м. Тлумач

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА, ЙОГО ОЦІНКА ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ

На сьогоднішній день підприємства вдаються до окремих економічних заходів з метою покращення власного потенціалу. Такі організаційні заходи спрямовані на оновлення виробничих фондів структури товарного асортименту, збільшення обсягу виробництва та збуту товарів запровадження прогресивних технологій оптимізації витрат обігу, забезпечення високого рівня сервісу. Ефективне функціонування промислового підприємства складається з безлічі факторів, але ключовими були і залишаються ресурси підприємства.

Знання рівня та резервів росту виробничого потенціалу дає змогу приймати своєчасні й економічно доцільні рішення в управлінні виробництвом та підприємством загалом, що значною мірою впливає на його поточний і перспективний стан.

Управління виробничим потенціалом підприємства вирішує ключові завдання оптимізації структури активів та капіталу, зростання доходів, обґрунтованості витрат, підвищення платоспроможності та зміцнення фінансової стійкості. Усе вищесказане підкреслює актуальність цього дослідження. Практичне значення розвідки полягає в тому, що запропоновані рекомендації щодо вдосконалення управління виробничим потенціалом підприємства мають універсальний характер і можуть застосовуватися як на різних часових рівнях управління, так і в управлінні різними аспектами економічної діяльності підприємства.

Результати дослідження.

Кількість вчених як зарубіжних так і вітчизняних приділяли вивченню загальних теоретичних аспектів формування і використання потенціалу підприємства. Хейс і Колесник стверджували на встановленні пріоритетності потенційних можливостей. Ці вчені наголошували, що будь-яка спроба конкурувати шляхом зниження продуктивності по кожній із виробничих характеристик (вартість, якість, надійність і гнучкість) є недостатньо безпечною. Для того, щоб вирішити дану проблему, даному підприємству необхідно встановити пріоритети своєї конкурентоспроможності для задоволення своїх стратегічних цілей. Прахалад і Хамель дослідили, що організація має формуватися на побудові якісних характеристик діяльності, які забезпечать стійку задоволеність клієнтів продукцією. Проте Тис стверджує, що потрібно створити потенційні можливості для підприємства, за допомогою цих можливостей буде досягнуто певного високого рівня для задоволення споживачів і клієнтів. Високий рівень задоволеності споживачів продукцією підвищує лояльність клієнтів до неї та підприємства і створює стійкі конкурентні переваги на ринку. Тож, використання даної теорії щодо

виробничого потенціалу здається більш виправданим у сучасних умовах господарювання через врахування ринкових умов і завдання досягнення конкурентних стійких переваг .

Також слід згадати про праці П. Фоміна та М. Старовойтова, де вирішували проблему і оцінку потенціалу на рівні країни, торговельної сфери та підприємств. В своїй роботі ці дослідники характеризують потенціал як запаси, джерела, засоби, які є в наявності і можуть бути приведені в дію, їх використовують для вирішення повного завдання, здійснення даного плану]. Проблема поняття потенціалу та його оцінка досліджено у роботах Н. Краснокутської, вона акцентує увагу на вивченні потенціалу підприємства. Визначає вона дане поняття як можливість системи ресурсів і компетенції підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів . У даному дослідженні значна увага спрямована на взаємозалежність системи ресурсного забезпечення та системи управління та наголошує на те, що тільки така взаємодія здатна створити результат для зацікавлених осіб.

Тож тут очевидно, що більша частина трактувань щодо поняття «потенціал» формується на ресурсній теорії, тобто аналізі та розробці рекомендацій щодо створення потреби в певному складі ресурсів. Проте, теоретичні аспекти функціонування і забезпечення прогресивного господарського використання потенціалу підприємств в сучасних ринкових умовах що склалися, де посилена конкурентна боротьба залишаються малодослідженими й донині. У даних наукових дослідженнях недостатньо висвітлені питання вивченню основних елементів потенціалу підприємств, відсутні методики щодо системного підходу оцінки потенціалу суб'єктів господарювання, немає точних тверджень до дальшого розвитку та забезпечення ефективного використання з урахуванням зміни кон'юнктури ринку та ділової активності торговельних підприємств.

Предметом дослідження є основні принципи, методи й організаційно-економічні підходи до управління економічним потенціалом підприємства, а також інструментальні засоби проведення експертної діагностики на підприємстві. Механізм управління виробничим потенціалом використовується в практиці функціонування промислового підприємства постійно і безперервно під час розробки та прийняття управлінського рішення, пов'язаного з виробничо-господарською діяльністю підприємства. До структури механізму управління виробничим потенціалом промислового підприємства входять такі елементи:

Об'єкт управління — виробничий потенціал промислового підприємства. Мета управління — розвиток виробничого потенціалу. Критерії управління — система показників, що забезпечують моніторинг стану і рівня розвитку елементів виробничого потенціалу промислового підприємства. Суб'єкти управління — елементи виробничого потенціалу. Методи і напрями управління — залучення, використання та нарощування виробничого потенціалу. Ресурси управління — матеріальні і фінансові ресурси, соціальний та організаційний

потенціали, під час використання яких реалізується обраний метод управління і забезпечується досягнення поставленої мети.

Отже слід зазначити що вчені розглядають поняття економічний потенціал як взаємозв'язок з властивими кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, управлінським апаратом підприємства з точки зору використання їх здібностей зі створенням матеріальних благ та послуг.

На рівень ефективності підприємства впливає різноманітна кількість факторів . В економічних дослідженнях фактори це рушійні сили розвитку явищ та процесів які відбуваються на підприємстві. В свою чергу фактори певним чином взємопов'язані між собою, тому одні впливають на підприємство позитивно, другі - негативно, а треті – нейтрально, тобто не впливають на фірму. Причому негативні фактори можуть нейтралізувати позитивний вплив інших факторів, тому для більш ефективної діяльності підприємства необхідно детальніше вивчати якомога більше факторів.

Список використаних джерел:

1. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» //Постанова Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 р. № 1440.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV// Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №18.
3. Методика оцінки майна // Постанова Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 р. № 1891.
4. Методика оцінки вартості майна під час приватизації// Постанова КМУ від жовтня 2000 р. N 1554(Із змінами і доповненнями, внесеними постановами Кабінету Міністрів України від 27 квітня 2002 року N 585)
5. Закон України " Про інвестиційну діяльність ", від 18.09.1991 № 1560-XII
7. Закон України “Про оподаткування прибутку підприємств” // В редакції Закону України від 22 травня 1997 року N 283/97ВР (із змінами станом на 16січня 2003 року N 429IV)

УДК 368.01

Маніяк О.

*ЗВО спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Науковий керівник: Дранус В.
к. е. н., доцент кафедри фінанси та кредит,
Чорноморський національний університет ім. Петра Могили, м. Миколаїв*

СУТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Сьогоднішній світ важко уявити без цифрових технологій. Діджиталізація охоплює все більше сфер сучасного життя, і ринок страхових послуг не є винятком у цій тенденції. Ринок страхових послуг є одним з основних частин фінансової системи та ринкової інфраструктури України. Це важливий елемент у системі фінансових механізмів під час захисту майнових інтересів членів суспільства від різних видів несприятливих подій та ризиків. Тому в умовах економічної, політичної та соціальної нестабільності виникає необхідність збереження ефективності функціонування страхових компаній та подальшого розвитку нових каналів продажу страхових продуктів.

Одним із способів розширення страхового ринку стає використання потенціалу інформаційно-комп'ютерних технологій і існуючих на їх основі інформаційних мереж, саме це вузькому значенні і є діджиталізацією. Поширення цифровізації підштовхує страховиків шукати нові способи зв'язку з клієнтами, розробляти нові підходи, що, в свою чергу, призводить до зміни процесу конкуренції страхових компаній та поведінки страхувальників при виборі страховика і страхової послуги [1, с.19]. В той час, цифровізація страхової діяльності супроводжується підвищенням ефективності страхової діяльності, розробкою нових програм страхування тощо.

Дану думку підтримує багато вчених: І.Гордієнко, Н.Тимошик, О.Сосновська, Л.Чвертко та інші, які мають значну кількість напрацювань в контексті визначення сутності цифровізації страхування та її впливу на розвиток страхового ринку в цілому. Однак, в умовах пандемії та повномасштабного вторгнення питання цифрової трансформації страхування набуває ще більшої актуальності, що зумовлює глибше вивчення його суті та перспектив подальшого використання.

В загальному, термін «цифрове страхування» розглядається з двох сторін. З одного боку, під цифровим страхуванням мається на увазі частина економічних відносин, зумовлених наявністю страхових інтересів в організацій та громадян та способи їх задоволення за допомогою цифрових технологій. З другого боку, цифрове страхування – це метод реалізації страхового захисту на основі використання цифрових технологій [2]. Іншими словами діджитал-страхування - це процес впровадження цифрових технологій у страхову діяльність, що дає можливість забезпечувати більш швидке та зручне обслуговування клієнтів, оптимізувати процеси внутрішнього управління та підвищувати ефективність страхового бізнесу в цілому.

Оскільки діджиталізація страхування відносно новий напрям у страхуванні, то вона відкриває нові можливості перед учасниками страхового ринку та має можливість забезпечити ряд переваг. Діджитал-страхування дозволяє страховим компаніям знизити витрати. Одним із шляхів такого зниження є впровадження онлайн-страхування. Таким чином, виникає можливість у скороченні витрат за рахунок виключення з ланцюжка продажів страхових посередників, зменшення комісійних винагород, зниження витрат на оренду приміщень тощо [3 с. 53]. Крім того, використання можливостей діджитал-страхування дозволяє страховикам підвищити якість та ефективність обслуговування клієнтів. Клієнти мають можливість отримати своєчасні оновлення щодо змін у страховій політиці компанії, чітку та зрозумілу інформацію про страховий продукт чи послугу, інновації та особливості надання індивідуальних послуг. Діджиталізація забезпечує стандартизацію, покращує якість відповідей і страхових послуг, які надаються споживачам [1, с.20].

Варто зазначити, що впровадження цифрових процесів у страхування сприяє мінімізації ризиків та шахрайства, завдяки використанню спеціалізованих програм та алгоритмів, які забезпечують перевірку достовірності даних клієнтів та ефективну роботу з великими обсягами даних. Також діджиталізація зацікавлює страховиків впроваджувати базові інновації [4, с.20].

В Україні все частіше страхові компанії цікавляться інноваціями цифрової економіки, кількість страхових продуктів зростає та продається он-лайн, впроваджуються мобільні додатки тощо. Перспективи діджиталізації страхування в Україні визначаються необхідністю адаптації до швидкоплинних змін в технологіях та змінах відносин між страхувальниками та страховиками. В подальшому задля покращення якості послуг та їх ефективності слід впроваджувати наступні напрями: активне використання штучного інтелекту та аналітики даних для більш точної оцінки ризиків та встановлення цін на страхові продукти, розвиток кіберстрахування та страхування від кіберзагроз, використання блокчейн-технологій для забезпечення безпеки та надійності даних, що використовуються в страхових операціях, впровадження віртуальних помічників та чат-ботів для автоматизації процесів підтримки клієнтів та відповіді на запитання.

Отже, цифровізація страхового ринку є процесом впровадження нових технологій у функціонування страхової компанії, що сприяє підвищенню ефективності її діяльності. Діджитал-страхування має ряд подальших перспектив і надає значні переваги як для страхувальника, так і для самої страхової компанії.

Список використаних джерел:

1. Моташко Т. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2016. №5. С.18-24.

2. Попова Л.В. Сучасні тенденції розвитку цифрових технологій у страхуванні. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. №5.

3. Приказюк Н. Роль інтернету в реалізації страхових послуг. Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка. 2014. № 156. С. 52 – 56.

4. Самошкіна І.Д. Розвиток діджиталізації страхового ринку України. Економіка та суспільство. 2022. №41. С.20-26.

ЦИФРОВІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК ЯК СПОСІБ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Актуальність цифрового управління ланцюгом поставок значно зросла в останні роки, що визнає низка дослідників [1-2], оскільки підприємства стикаються зі зростаючим тиском щодо скорочення витрат і підвищення рівня обслуговування клієнтів. Пандемія COVID-19 також підкреслила потребу в гнучких і стійких ланцюжках поставок, яких можна досягти за допомогою цифрових технологій. Крім того, зростання популярності електронної комерції та розвиток нових технологій, таких як Інтернет речей (IoT) і блокчейн, ще більше прискорили впровадження цифрового управління ланцюгом поставок. Зростаюча діджиталізація управління ланцюгом постачання зумовлена потребою у більшій ефективності, гнучкості та сталості в сучасному глобалізованому бізнес-середовищі. Використовуючи цифрові технології, підприємства можуть підвищити свою конкурентоспроможність, зменшити витрати та розширити свою здатність реагувати на зміни ринкових умов.

Цифрове управління ланцюгом поставок відноситься до використання цифрових технологій, таких як системи моніторингу та управління запасами, для підвищення ефективності та результативності процесів ланцюга поставок. Використання цифрових інструментів в управлінні ланцюгом постачання може покращити видимість, зменшити витрати та покращити співпрацю між постачальниками, виробниками та клієнтами.

Існують різні види управління цифровим ланцюгом поставок: Пристрої Інтернету речей (IoT) можна використовувати для моніторингу рівня запасів у режимі реального часу та автоматичного запуску замовлень, коли запаси закінчуються. Так, датчики, розміщені на складських полицях, можуть виявляти, коли рівень запасів стає низьким, і автоматично створювати замовлення на додаткові поставки. Технологію блокчейн можна використовувати для відстеження руху товарів через ланцюг поставок і гарантувати, що всі сторони, залучені в процес, мають доступ до однієї інформації. Це може допомогти зменшити ризик шахрайства та підвищити прозорість і підзвітність. Алгоритми машинного навчання можна використовувати для оптимізації маршрутів транспортування та скорочення часу доставки. Аналізуючи історичні дані про час доставки, структуру трафіку та інші фактори, підприємства можуть визначити найбільш ефективні маршрути для своїх відправлень і коригувати їх у режимі реального часу відповідно до змін умов. Цифрові платформи можна використовувати для зв'язку підприємств із постачальниками і клієнтами, що спрощує керування всім ланцюжком поставок за допомогою єдиного інтерфейсу. Так, платформи електронної комерції дозволяють компаніям зв'язуватися з постачальниками та

клієнтами з усього світу, спрощуючи процес пошуку матеріалів і продажу продукції.

Аналітику великих даних можна використовувати для аналізу великих обсягів даних із різних джерел, таких як попит клієнтів, графіки виробництва та продуктивність постачальників, щоб визначити закономірності та статистичні дані, які можна використовувати для оптимізації ланцюжка поставок. Це може допомогти підприємствам приймати більш обґрунтовані рішення щодо управління запасами, планування транспортування та вибору постачальника.

Хмарні платформи можна використовувати для зберігання та обміну даними ланцюга постачання в режимі реального часу, дозволяючи всім сторонам, залученим у процес, отримувати доступ до тієї самої інформації з будь-якої точки світу. Це може допомогти покращити співпрацю та координацію в ланцюжку постачання, а також зменшити ризик помилок і затримок.

Штучний інтелект (AI) можна використовувати для автоматизації рутинних завдань і процесів прийняття рішень у ланцюжку поставок, таких як обробка замовлень і управління запасами. Наприклад, чат-боти на основі штучного інтелекту можна використовувати для автоматичної відповіді на запити клієнтів і вирішення проблем, звільняючи людські ресурси для більш складних завдань.

Робототехніка та автоматизація можуть бути використані для оптимізації процесів виробництва та розподілу в ланцюжку постачання. Наприклад, автоматизовані керовані транспортні засоби (AGV) можна використовувати для транспортування товарів навколо складу, а роботизовані руки можна використовувати для збору та пакування замовлень.

Цифрове управління ланцюгом поставок може допомогти підвищити прозорість і відстежуваність у всьому ланцюзі поставок, що може бути особливо важливим для забезпечення етичної та сталої практики закупівлі. Наприклад, підприємства можуть використовувати цифрові інструменти для відстеження походження та руху сировини та продуктів.

Загалом, цифрове управління ланцюгом поставок – це галузь, яка швидко розвивається, і вона трансформує спосіб управління своїми операціями в ланцюзі поставок. Використовуючи такі цифрові технології, як IoT, блокчейн, машинне навчання, як великі дані, хмарні обчислення, штучний інтелект і робототехніка, підприємства можуть оптимізувати свій ланцюжок поставок і підвищити ефективність, зменшити витрати та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Коляденко С. Використання ланцюгів постачання в умовах діджиталізації економіки. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). С. 41-52.
2. Негода А. В. Діджиталізація логістичних процесів та ланцюгів постачань. *International relations*. 2019. Vol. 2, № 20. С. 99-101.

УДК 658.012.23(043.3)

*Немчук П.
науковий співробітник,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ: ПЕРЕВАГИ, ЕТАПИ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ, НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Управління бізнес-процесами та системи управління бізнес процесами в організаціях, які серйозно ставляться до поліпшення своїх бізнес-процесів, створюють структури управління цими процесами.

Управління бізнес-процесами (УБП) можна вважати посиленням планування, документування, впровадження та розповсюдження бізнес-процесів організації за підтримки інформаційних технологій.

УБП – це більше, ніж автоматизація процесу і не можна використовувати забезпечення конкурентної переваги, хоча вона може зробити бізнес ефективнішим.

У вдосконаленні бізнес-процесів, можна виділити такі напрями:

1. Взаємодія між системами. Коли дві системи або пакети програмного забезпечення взаємодіють одна з одною, має бути обмін даними. Більшість часу це робиться вручну, за умови друкарських помилок і навіть зволікання. Способом зниження ризику обміну даними є створення інтеграційного інтерфейсу між двома системами. Приклад використання цього спрощення бізнес-процесу дуже часто зустрічається в програмному забезпеченні графічного дизайну.

2. Стандартизація процесів. Одним з найбільш об'єктивних способів спрощення організаційних процесів є стандартизація повторюваних та ідентичних процесів.

3. Визначення бізнес-правил. Основна мета збору бізнес-правил – сприяти прийняттю рішень. Вони мають бути простими, обминаючи потік процесу без затримок чи нерішучості. Прикладом є визначення розподілу банківських кредитів. Бізнес-правило просто: до суми X тисяч доларів менеджер агентства може надати кредит автономно. За будь-якої суми вище, вони повинні проконсультуватися зі своїм менеджером.

4. Аутсорсинг. був поширений у минулому, і сьогодні він повернувся в іншому контексті: завдяки комунікаційним та інтеграційним можливостям серед професіоналів з використанням технологій хмарних обчислень [1].

Управління бізнес-процесами більше орієнтується на повторювані та поточні процеси за передбачуваною схемою. Використовується на постійній основі для покращення порядку бізнес-процесів, розуміння та ефективності колективних робочих процесів, які складають будь-який бізнес-процес.

Мета організацій, що займаються УБП, полягає в тому, щоб взяти під контроль їх процеси і постійно їх оптимізувати, щоб створити більш ефективну організацію, яка краще здатна надавати свої кінцеві товари та послуги.

Управління бізнес-процесами складається з кількох етапів. (проектування, моделювання, виконання, моніторинг, оптимізація), тоді як інші експерти перераховують шість чи більше етапів та/або використовують різні назви для цих кроків [2].

Незважаючи на відхилення у кількості та назвах етапів, компоненти життєвого циклу УБП зазвичай включають:

- розробка бізнес-процесу, оскільки він має в ідеалі існувати та аналізувати цей процес; який він є в даний час і що необхідно для його поліпшення;
- моделювання або розгляд того, як працює бізнес-процес у різних сценаріях;
- реалізація або виконання рішень щодо покращення, включаючи стандартизацію та автоматизацію процесів;
- моніторинг покращень; а також
- продовження оптимізації бізнес-процесів.

Таким чином, управління бізнес-процесами дозволяє менеджерам організацій розуміти різні процеси, що відбуваються у їхніх організаціях, аналізувати їх від початку до кінця та вдосконалювати їх на постійній основі.

Ця діяльність дозволяє менеджерам організації оптимізувати наскрізні бізнес-процеси, а не просто покращувати окремі завдання, тим самим надаючи менеджерам можливість більш впливати на результати.

Добре виконане УБП може скоротити кількість відходів, скоротити кількість помилок, заощадити час та створити якісніші послуги та продукти.

Система управління бізнес-процесами має підвищити ефективність, продуктивність та гнучкість у повсякденній діяльності бізнесу.

Системи управління бізнес-процесами автоматизують основні бізнес-процеси від початку до кінця [3].

Це означає, що хороша система управління бізнес-процесами має інструменти та технології для включення завдань, орієнтованих на людину, поряд із програмами машинної обробки, що дозволяють компанії або організації гнучко керувати своєю роботою.

Системи управління бізнес-процесами також включають можливості створення звітів та складання діаграм, що дозволяють кінцевим користувачам та менеджерам зрозуміти швидкість та особливості протікання бізнес-процесів.

Деякі з переваг використання систем управління бізнес-процесами включають:

- підвищує операційну ефективність, прискорює час виходу ринку та час обслуговування;
- використовує існуючі стандарти, дозволяючи повторно використовувати застарілі програми;
- покращує відповідність нормативним вимогам, досягаючи цього за рахунок удосконалення контролю, регулювання та моніторингу процесів;
- пропонує підвищене утримання клієнтів, досягаючи цього завдяки більш кращій, швидкій та глибшій інтеграції систем управління клієнтами та продажами.

УБП у поєднанні з СОА (Сервіс-Орієнтована Архітектура) поєднує розрив між технічно мислячими творцями сервісів та бізнес-орієнтованими користувачами [4].

Результати дозволяють зробити висновок про наявність перспектив застосування інформаційних систем та можуть бути корисними при вдосконаленні управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Гомонай-Стрижко М.В. Інформаційні системи та технології на підприємстві.: Конспект лекцій. – Львів: НЛТУ, 2014. – 200 с.
2. Костенко О.М. Індикатори інформаційно аналітичної системи управління діяльністю підприємства / О. М. Костенко // Облік і фінанси. — 2014. — № 4. — С. 133—139
3. Яремко С.А. Розробка критеріїв оцінювання сучасних інформаційних систем обліку та управління бізнес процесами підприємств / С.А. Яремко, С.В. Бевз // Вісник Хмельницького національного університету. — 2014. — № 1 (208). — С. 158—163.
4. Системи оброблення економічної інформації: Практикум, Сендзюк М.А., Науменко І.А. – К.:КНЕУ, 2018. – 332 с.

*Помазан Л.
викладачка кафедри маркетингу,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для інформаційного суспільства, яке інтенсивно розвивається, в сучасних умовах характерним є зростання ролі інформатизації та цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація відносин між усіма суб'єктами ринку з використанням мережі Інтернет та цифрових каналів, формування глобального простору та розвиток цифрової економіки. Інформаційне суспільство набуло значного розвитку в Україні, де інтенсивно почала розвиватися цифрова економіка. «Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивація попиту та формування потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості... – зазначено в схваленій Кабінетом міністрів України Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. [1]. В цій концепції підкреслено, що «шлях до цифрової економіки пролягає через внутрішній ринок виробництва, використання та споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій» [1].

Одним із дієвих інструментів цифрової економіки, а саме інтерактивного маркетингу є контент-маркетинг. Контент-маркетинг це не реклама. Контент-маркетинг – це планомірна і постійна робота зі створення цікавого і корисного контенту для своєї цільової аудиторії. Це можуть бути тексти, графіка, відео, вебінари або інший формат. Нічого нового, скажете ви і будете праві. Адже перші приклади того, що компанія може принести користь не лише своїм продуктом, а й інформацією, з'явилися понад 125 років тому. Рецепти випічки, написані доктором Еткер на упаковці з пекарським порошком Backin, з'явилися в 1891 році. А інша американська компанія John Deere випускала в 1895 році сільськогосподарську техніку і одночасно – журнал "Борозда". У ньому розповідалося, як фермерам правильно вести сільськогосподарський бізнес: коли і що сіяти, як правильно вести фермерську бухгалтерію, як боротися зі шкідниками і так далі. Журнал випускається досі і доступний в онлайн-форматі [2, с. 134-136].

Але якщо раніше про просвітництво своєї аудиторії дбали одиниці, то останнім часом це стало трендом.

Контент-маркетинг – це розповсюджена в сучасній маркетинговій практиці технологія привернення уваги та залучення цільової аудиторії до бренду за допомогою створення та поширення пов'язаної з ним актуальної та цінної інформації. Що дає контент-маркетинг: Експертний статус; Підвищення значущості сайту для пошукових систем; Зростання лояльності клієнтів, конкурентів та претендентів; Капіталізація;

На якому етапі розвитку бізнесу необхідно займатися контент-маркетингом? По-хорошому, це роботи, які мають вестись із самого початку. Але зазвичай власники компаній і маркетологи не вважають за потрібне вкладати гроші в ті інструменти, які не приносять швидкої віддачі. І частка правди тут є, адже у більшості-то й системи електронного маркетингу до ладу не побудовано.

Розглянемо "ідеальний приклад". Уявімо, що система електронного маркетингу вибудована, є стратегічний план, чітко розписані роботи на кожен місяць. Припустимо, що ви знаєте, звідки приходить кожен клієнт і скільки він коштує. При цьому всі дані зберігаються в CRM, і ви вимірюєте ефективність свого маркетингу не в ROI, а в LTV (чистий прибуток, який бізнес отримує від клієнта за той час, який цей клієнт з нею співпрацює за своє «життя») - непогано б зайнятися контент-маркетингом.

Адже контент-маркетинг дозволить знизити вартість клієнта і підвищити його тривалість співпраці з нашою компанією. Плюс збільшити кількість клієнтів, звичайно.

Як відбувається розробка стратегії контент-маркетингу?

Етапи цієї роботи:

1. Формування цілей контент-маркетингу.
2. Сегментація цільової аудиторії.
3. Пошук місць концентрації цільової аудиторії.
4. Аналіз конкурентів у межах контент-маркетингу.
5. Вибір каналів розповсюдження.
6. Вибір типу вмісту під кожен канал.
7. Розробка стратегічного та операційного плану.

Читаючи це все, думаєш, що пройти кожен крок легко і просто. Насправді це далеко не так. Адже по суті необхідно організувати свій невеликий Видавничий Дім. Та й кожен тип контенту має свої особливості.

Пам'ятайте, що контент-маркетинг – це не реклама, а реальна допомога своїм клієнтам. Якщо після вашої статті або відео у клієнта залишиться відчуття, що йому щось «впарюють» і він не отримав відповіді на своє питання, значить вам ще є чого прагнути [2, с. 134-136].

Список використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67 «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/proshvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>.

2. Помазан Л.М. Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу: Матеріали X Ювілейної Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Дніпро, 25-26 жовтня 2022 р. Дніпро: ПП Інтеграл, 2022, С. 134-136.

УДК 338.1:004

*Похиленко Н.
к.е.н., старший науковий співробітник
відділу організації менеджменту,
публічного управління та адміністрування,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ЦИФРОВЕ ДОРАДНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ

Нині інформація виступає цінним глобальним товаром. Величезні її запаси є безцінним ресурсом для планування та прийняття рішень, що дозволяє вдосконалювати політику й покращувати умови господарювання і життя, в тому числі в сільській місцевості. Інформація у поєднанні з інтелектуальною спроможністю експертів здатна трансформуватись у інноваційний продукт (процес, послугу). Але для прискорення проникнення в суспільство інноваційних ідей, необхідно, щоб знання про новинки швидко досягали цільової аудиторії. Слід зауважити, що значимість і водночас складність адгезії інформації щодо інновацій та успішних практик господарювання значно вища для людей, чиї засоби до існування більш обмежені. Такими є переважно сільське населення. Україна не є виключенням, адже рівень монетарної бідності сільського населення за фактичним прожитковим мінімумом по витратах 2018 року перевищила 59%, тоді як міського 45% [1, с.92]. Збройна агресія рф ці тенденції лише посилила.

Переважаючою сферою економіки в сільській місцевості країн, що розвиваються (серед яких і Україна) до нині залишається агробізнес. Він стикається дедалі з більшою кількістю та зростаючою складністю викликів: мінливість клімату, обмеженість та вичерпність ресурсів, погіршення стану навколишнього середовища і т.д. Отже, виробники сільськогосподарської продукції мають бути забезпечені різноплановою інформацією: про засоби виробництва, технології виробництва, зміни на ринку, кліматичні зміни, законодавчі вимоги, тощо. В одночас в аграрному виробництві задіяно значну кількість учасників, які потребують інтелектуальної допомоги у специфічних питаннях.

Нині надійним каналом поширення знань серед виробників сільськогосподарської продукції є сільськогосподарське дорадництво. Його результативність досягалась переважно через спілкування віч-на-віч між фермерами та дорадниками. Однак, цей канал зв'язку, як свідчить практика, потребує значних матеріальних та часових ресурсів, що виступає значним обмежуючим фактором для країн, які розвиваються. Ці обставини, пандемія Covid 19 та збройна агресія рф частини території України вимагають від вітчизняної науки пошуку інноваційних способів використання надійних і дешевих каналів зв'язку для операторів аграрного ринку.

Серед ключових інформаційно-комунікаційних та цифрових інструментів та пристроїв в дорадчій діяльності слід виділити радіо, телефонію, телебачення,

Інтернет (відео, мобільні програми та пристрої, соціальні медіа та технології). Вони відкривають можливості збільшення доступу до цінної інформації, в тому числі про інновацій, серед ширшої аудиторії, дозволяють більш ефективно організувати навчання та обмін досвідом.

Найбільш цінними цифровими інструментами в дорадчій діяльності, вбачаємо, цифрові платформи. Вони дозволяють збирати великі обсяги даних про місцеві умови господарювання, організувати дистанційно обмін досвідом. Повідомлення, передані через цифрові інструменти, стимулюють обговорення в межах існуючих соціальних мереж про успішну сільськогосподарську практику та задіяні ресурси. Не менш цінним є можливість організувати інтерактивний тип навчання на локальному рівні в режимі реального часу. Використання цифрових платформ в дорадчій діяльності забезпечує значну економію фінансових ресурсів та часу за рахунок масштабу, адже в них акумулюються значні обсяги даних користувачів, які можуть бути спрямовані також на здійснення експериментів і коригувань при низьких витратах [2].

Цифрові технології в дорадчій діяльності активно впроваджуються в Бангладеш, Гані, Кенії, Малаві, Малі, Ефіопії, Нігерії, Танзанії, Уганді, Кенії, Афганістані, Гані, Пакістані, Індії, Індонезії і т.д. [3; 4, с.85-86]. Так, в Уганді представлено платформу цифрового дорадництва Omulimisa, через яку консультанти можуть поширювати актуальну для фермерів інформацію (не лише щодо технологічних особливостей виробничого процесу, й щодо змін на ринку та погоди), працювати в форматі питань-відповідей, в тому числі через фотофіксацію підозрюваних захворювань культур. В платформу вбудовано додаток EzyAgric, який дозволяє здійснювати онлайн-купівлю засобів для виробництва (напр., насіння, добрива). Поряд з тим діє сповіщення через радіо та месенджер WhatsApp від місцевих постачальників засобів виробництва. В Ефіопії запущено платформу Vitrix24, яка забезпечує дистанційне управління взаємовідносинами агробізнесу та консультантів (дорадників): спілкування, обмін інформацією, звітами та відгуками. А проєктор Digital Classroom System (DCS) забезпечує можливість навчатись через відеоролики в місцях з обмеженим доступом до електрики та Інтернету. В Кенії, Ефіопії, Уганді та Танзанії застосовується діагностичний інструмент Cojengo для спостереження, поліпшення діагностики захворювань та лікування великої рогатої худоби. У Гані запроваджено інтерактивну платформу «Esoko», яка інтегрує дрібних фермерів у ланцюг створення доданої вартості шляхом використання цифрових технологій налаштованих до мобільних телефонів.

В Україні також започатковано використання цифрового інструменту дорадчої діяльності: eДорада. Представлені у 2022 році оновлення дозволяють використовувати її як навчальну електронну платформу для фінансових/кредитних сільськогосподарських дорадників [5]. На цій платформі розміщені навчальні відео матеріали, є можливість спілкуватись з викладачами в форматі питання-відповідей. Крім того, eДорада дозволяє створювати електронні кабінети дорадникам для індивідуального спілкування з представниками агробізнесу, формувати блоги.

Пропонуємо розширити функції навчальної платформи eДорада, а саме:

- розширити тематичний спектр;
- доповнити функціонал електронних кабінетів дорадників можливістю створення спільнот за тематичними дослідженнями;
- створити електронний документообіг фінансового забезпечення з бюджетів різних рівнів (державного, обласних та місцевих) дорадчої діяльності;
- фіксувати рейтинг учасників платформи (дорадника/науковця/викладача);
- створити взаємозв'язок рейтингу дорадника та фінансового забезпечення його діяльності.

Разом з тим, при впровадженні цифрових дорадчих послуг слід враховувати, що цінність інформації залежить від контексту, не вся інформація може бути корисною, дієвою, технічно доступною та зрозумілою. Інформація, завантажена на цифрову платформу, може виявитись недосяжною для багатьох представників дрібного агробізнесу за відсутності орієнтованого на користувача дизайну, який має полегшити доступ, розуміння інформації та враховує рівень грамотності фермерів [2].

Отже, розбудова цифрового дорадництва передбачає формування каналів надання дистанційно керованих послуг для сільськогосподарських виробників та інші учасників ланцюжка вартості, що відкриває можливості прискорення потоків знань та інновацій для широкого кола зацікавлених сторін. Двосторонній характер таких цифрових комунікаційних технологій, на відміну від більш обмеженого телефонного зв'язку, а тим більше одностороннього радіозв'язку, дозволяє не лише обмінюватися інформацією, навчатись, а навіть організовувати експерименти для розробки інноваційних рішень, що розширює сфери досліджень.

Список використаних джерел:

1. Когатько Ю.Л. Бідність сільських дітей в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2020, № 2 (40) С. 89-102 URL: <https://dse.org.ua/archive/40/6.pdf> (дата звернення 11.03.2023)
2. Fabregas, R., Harigaya, T., Kremer, M., Ramrattan, R. (2023). Digital Agricultural Extension for Development. In: Madon, T., Gadgil, A.J., Anderson, R., Casaburi, L., Lee, K., Rezaee, A. (eds) *Introduction to Development Engineering*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86065-3_8
3. Tasai R. Building Africa's first "e-Extension Platform" for smallholder farmers. Sasakawa Africa Association. URL: <https://globalagriculturalproductivity.org/building-africas-first-e-extension-platform-for-smallholder-farmers/> (дата звернення 06.03.2023)
4. Olagunju Ol., Adetarami, Ol., Koledoye G. F., Olumoyegun A. T., Nabara I. Sh. Digitization of Agricultural Extension System for Effective Management of Emergency in Nigeria *Journal of Agricultural Extension*. 2021, Vol. 25 (4) С. 81- 91 <https://dx.doi.org/10.4314/jae.v25i4.9>
5. Дистанційне навчання фінансових/кредитних сільськогосподарських дорадників. URL: <http://elearn.uafata.org.ua/> (дата звернення 06.03.2023)

УДК 338.48:640.432

Прийдак Т.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Лега О.*

*к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,
Яловега Л.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ

Війна майже зупинила ресторанний бізнес. За даними сервісу автоматизації Poster (мова йде про 5000 закладів) в перший тиждень війни в Україні зупинили роботу 80% закладів харчування. Якщо спочатку в Україні залишався відкритим кожен п'ятий заклад, вже через два місяці працювало 54% усіх ресторанів та кав'ярень. Їхня виручка впала пропорційно (на 55% від довоєного рівня) і відновлюється такими ж темпами [1].

Воєнний стан для ресторанного підприємництва України став справжнім викликом. Це обумовило пошук шляхів вирішення проблеми щонайшвидшого переналаштування діяльності закладів харчування зі штатного на ситуативний тип з врахуванням воєнної специфіки, яка характеризується утворенням нових викликів і небезпеки [2]. Для утримання постійних клієнтів та отримання нових, потрібно скорочувати час на виконання різних завдань, мінімізувати зловживання з боку персоналу, одержувати детальні звіти, надавати клієнтам найкращий сервіс [3].

Сучасні ІТ-рішення допомагають автоматизувати щоденні задачі, покращити логістику, оптимізувати виробничі процеси, отримати прогнози за результатами аналізу та сформувані інформативні звіти за попередні періоди діяльності [4].

Усі власники ресторанів намагаються максимально завтоматизувати роботу свого закладу, щоб мати більше часу на аналіз статистики, поліпшення сервісу, продумування нового меню й масштабування бізнесу.

Саме тому програмне забезпечення для ресторану – один із кращих способів вивести бізнес на якісно новий рівень, так би мовити, полегшити собі життя, використовуючи сучасні технології. По суті, автоматизація ресторану стосується тільки деяких процесів: обліку, контролю, безпеки, резервування або приймання замовлень з сайту, документообігу та обліку робочого часу.

На сьогоднішній день одним з найпотужніших і найпродуктивніших ПЗ для ресторацій, кафе, кав'ярень тощо є застосунок Poster. Можливості застосунку Poster для автоматизації бізнес-процесів ресторанного бізнесу узагальнено на рис. 1.

Крім того, функціональні можливості застосунку Poster можна мають низку корисних характеристик [4, 5]:

БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Основні бізнес-процеси - процеси логістики, виробництва, продажу, прийому та обслуговування споживачів, маркетингу

Зал. Офіціант приймає замовлення і вносить дані на термінал. При наявності планшету офіціант може віддати замовлення на кухню чи бар, не відходячи від столика з гостями. У такому разі ризик увести неправильну позицію мінімальний.

Кухня. Замовлення з терміналу потрапляє на кухню, де над ним негайно починають працювати. Способи передати замовлення: друкований «бігунець» чи текст на екрані.

Бар. Замовлення напоїв з терміналу офіціанта передаються до бару. Замовлення готують і віддають безпосередньо гостям або офіціантові. Коли розкorkовують марковану пляшку, система неодмінно це фіксує, щоб бармен не мав змоги розливати «свій» алкоголь.

Обслуговуючі бізнес-процеси: процеси технічного обслуговування обладнання, забезпечення предметами матеріально-технічного оснащення, забезпечення безпеки

Склад. Усі надходження на склад вносяться в систему обліку, де списується як інгредієнти страв під час підготування замовлень на кухні, барі. Списання відбувається згідно з технологічними картами, що створює шеф-кухар ресторану.

Каса. Коли замовлення готове й гості просять рахунок, видруковується пречек, який офіціант віддає гостям. Відвідувачі вибирають зручний спосіб оплати, і тільки потім їм видають фіскальний чек. Дані про транзакцію передаються через ПРРО або «за-лізне» РРО в податкову. За допомогою терміналу відкривають, закривають касові зміни, проводять інкасацію, формують Z-звіт.

Управління бізнес-процесами – процеси, що впливатимуть на основні процеси, персонал, фінанси, інформацію, відносини з зовнішнім середовищем

Бухгалтерія. Усі дані системи у вигляді графіків і звітів можна подивитися в адмінпанелі для власників. Бухгалтерію можна вести як у системі автоматизації, так і в програмах, імпортуючи туди всю потрібну інформацію.

Менеджмент. У системі автоматизації можна вести облік робочого часу персоналу: зміни, години працівників, кількість чеків, суми тощо. Також можна побачити найпопулярніші позиції меню, піковий час завантаження залу і т.п, що допоможе підвищити ефективність роботи закладу.

Рис. 1. Можливості Poster для автоматизації бізнес-процесів ресторану*

*узагальнено на підставі [4, 5]

- додаток сумісний з портативними комп'ютерами (планшетами) на базі Android та iOS;
- додаток ідеально працює з різним устаткуванням, до прикладу, сканерами, принтерами і т.д.;
- програмне забезпечення здатне працювати навіть у режимі «офлайн». Тому така форс-мажорна обставина, як відключення Інтернету, не внесе відчутний негатив у роботу закладу;
- додаток оптимізує час оформлення замовлень та обслуговування клієнтів;
- за допомогою додатку є можливість вести фінансовий та складський облік, здійснювати фінансовий контроль та контролювати роботу персоналу;
- програмне забезпечення дає можливість аналізувати загальну роботу закладу, створювати та застосовувати на практиці нові маркетингові кампанії тощо;
- додаток забезпечує керування бізнесом дистанційно. Маючи доступ до мережі Інтернет, управлінський персонал закладу має змогу контролювати роботу ресторану.

Отже, описані вище функціональні можливості системи автоматизації ресторану Poster – це можливість покращити роботу закладу, оптимізувати всі процеси та вести детальну аналітику. Отримані результати та узагальнені висновки є підставою для підвищення ефективності бізнесу, контролю витрат, доходів, фінансових результатів, оперативності вирішення будь-яких проблемних питань.

Список використаних джерел:

1. Симоненко К. Нагодувати й вижити: як ресторанний бізнес змінився під час війни. URL: <https://rau.ua/novyni/restorannij-biznes-chas-vijni/> (дата звернення 08.03.2023).
2. Аштаєва Н.Л. Ресторанний бізнес під час війни. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15573/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-308-309.pdf (дата звернення 08.03.2023).
3. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. URL: <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes-adaptuetsya-do-viklikiv-viyni-doslidzhennya> (дата звернення 08.03.2023).
4. Автоматизація ресторанного бізнесу: в чому переваги? URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/210338-Avtomatyzatsiia-restorannoho-biznesu-v-chomu-perevahy> (дата звернення 08.03.2023).
5. Автоматизація ресторану. URL: <https://joinposter.com/ua/business/restaurant> (дата звернення 08.03.2023).

УДК 330.34

*Роздайбіда Н.
спеціаліст вищої категорії, викладач методист,
Бойчук О.
спеціаліст вищої категорії,
ВСП «Вишнянський фаховий коледж ЛНУП», с. Вишня*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Для підвищення ефективності функціонування і забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах необхідно активно впроваджувати інноваційні технології в управлінні підприємством загалом і виробничими системами зокрема. Забезпечення розвитку і конкурентоспроможності вітчизняних підприємств може бути досягнене завдяки ефективному впровадженню інновацій на підприємствах України. Основними методами управління вітчизняними підприємствами повинні бути стратегічне планування і бюджетування; застосування логістичного підходу в управлінні; впровадження інноваційних технологій в менеджменті [1].

В умовах сучасного розвитку економіки ефективне функціонування підприємств залежить від їхньої здатності швидко й вчасно адаптуватися під безперервні глобальні зміни зовнішнього середовища, яке характеризується високою динамічністю, невизначеністю й непередбачуваністю. У період значних глобалізаційних змін «існуючі моделі управління підприємством стають малоефективними, а система управління знаходиться в кризовому стані» [2]. Гнучке реагування системи управління підприємством на ці зміни відіграє ключову роль у підвищенні конкурентних переваг та ефективності господарювання підприємства на ринку. Формування ефективної системи управління під впливом інноваційних змін, здатної вчасно адаптуватися до викликів зовнішнього середовища підприємства, створення передумов підвищення якості управлінської діяльності є запорукою стійкого розвитку його діяльності.

Сучасний стан економіки характеризується розвитком інформаційних технологій, глобальною трансформацією економічних процесів, які протікають у світі. В таких умовах забезпечення ефективної діяльності підприємства потребує перегляду підходів до формування системи управління підприємством на основі інноваційного вдосконалення її складових. У цей час система управління повинна бути не тільки інструментом, а стати ключовим елементом реалізації стратегічних цілей підприємства та механізмом підтримки цінностей його організаційної культури.

Сучасні системи управління повинні бути автоматизовані, інтелектуалізовані та інтегровані, що дозволяє охоплювати весь ланцюжок створення продукції на підприємстві від технології бізнес-процесів, виробництва продукції, до продажів і обслуговування, а також забезпечувати ефективність цього процесу по всьому ланцюжку, демонструючи зацікавленим

сторонам, що вони спільно створюють загальну цінність. Завдяки високим темпам розвитку інформаційних технологій і цифрової економіки, системи управління підприємством стають інструментом комунікацій у реальному часі з постійною взаємодією із зацікавленими сторонами.

Останнім часом у вітчизняній економіці проявляється значний інтерес до діджиталізації процесів управління, що не може не позначитися на інноваційних змінах, які повинні відбутися в системі управління підприємством.

Діджиталізація бізнес-процесів підприємства прискорює процес децентралізації його системи управління. Ріст кваліфікації співробітників, зниження обсягу рутинних операцій визначає характер управління на новому етапі [2].

Цифрова трансформація - це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Цей підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій. Як наслідок, підвищуються продуктивність кожного співробітника і рівень задоволеності клієнтів, а компанія здобуває репутацію прогресивної і сучасної організації.

Цифровізація процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі обирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам зовнішнього середовища, що стрімко змінюється. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібною торгівлі, державного сектора та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожної компанії.

Цифрова трансформація бізнес-процесів спрямована на те, щоб компанії оперативніше ухвалювали рішення, блискавично адаптували роботу до вимог поточного моменту та задовольняли потреби клієнтів.

Технології цифровізації дозволяють організувати максимально персоналізовану взаємодію, якій надає перевагу більшість клієнтів. Цифрові канали зв'язку, омніканальність, штучний інтелект, роботизація - з усім цим вже мають справу більшість успішних підприємств.

Цифрова трансформація процесів оптимізує роботу співробітників підприємства, завдяки чому зростає продуктивність кожного окремого члена команди. Наприклад, автоматизація рутинних операцій надає більше часу для вирішення справді важливих і складних завдань.

Цифровізація бізнесу використовує інноваційних способів функціонування підприємств. Зокрема:

- Хмарні технології дозволяють працювати над одним проектом кільком командам одночасно та ефективно використовувати ресурси компанії.
- Стратегія Mobile First дозволяє підприємству отримувати швидкий доступ в інтернет використовуючи мобільні пристрої і може принести реально відчутні вигоди для онлайн бізнесу.
- Програмні продукти Готові рішення дозволяють заощаджувати час на вирішення широкого спектру завдань для управління різними аспектами

діяльності підприємства. Різні програми, розширення та конектори оптимізують роботу компанії із мінімальними витратами часу на їхнє впровадження та адаптацію.

Ці та інші технології цифрової трансформації значно спрощують створення і ведення бізнесу в різних сферах економіки. Запустити власний бізнес і розвивати його стало простіше завдяки величезній кількості інструментів, які надає цифровізація галузей і підприємств.

Інформація - ключовий ресурс у сучасному світі. Щомиті людство генерує величезні масиви цифрових даних, які не тільки потребують місця в сховищах, а й допомагають компаніям вести бізнес. Щоб скористатися всіма можливостями доступної інформації, необхідно її акумулювати, структурувати та аналізувати.

Цифрова трансформація підприємства сприяє цьому завдяки прогресивним технологіям, наприклад, Big Data (великі дані) або Artificial Intelligence (AI, штучний інтелект). Вони спрямовані на обробку потоків інформації, на підставі якої можна ухвалювати рішення, адаптувати пропозиції під конкретних клієнтів і прогнозувати їхню поведінку.

Цифровізація створює нові можливості для співпраці з іншими компаніями. Завдяки сучасним технологіям географія вже не є перешкодою в роботі: вести бізнес і шукати партнерів можна в будь-якій точці земної кулі. А відкритий API перетворює співпрацю на простішу та зручнішу. Наприклад, у цифровізації фінансів, зокрема, банківської сфери, програмні інтерфейси використовуються вже декілька років [3].

Провідні компанії вже зараз втілюють стратегії цифрової трансформації в життя і хочуть співпрацювати з тими, хто відповідає їхньому рівню розвитку та поділяє їхні цінності. Цифровізація тією чи іншою мірою зачепила кожен галузь бізнесу, і це лише початок. Підприємства, націлені на успіх і розвиток, зобов'язані приймати виклики сучасної економіки - тільки в цьому разі вони зможуть стати лідерами. Саме в цьому їм і допоможе цифрова трансформація.

Список використаних джерел:

1. Свінарьова Г. Інноваційні зміни в системі управління підприємством [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201207>
2. Шацька З.Я. Трансформація системи управління підприємством в період глобальних змін. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6029>
3. Як цифрова трансформація допоможе розвитку вашої організації. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua/page/digital-transformation>

УДК 332.33.004.12:631.95

*Сидоренко Є.
науковий співробітник,
ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

У наш час штучний інтелект відіграє все більшу роль у різних галузях економіки. Нещодавно Україна отримала доступ до найбільш популярного світового чат-бота зі штучним інтелектом ChatGPT, кількість активних користувачів якого перевищила 100 мільйонів. 18 лютого 2023 року міністр цифрової трансформації Михайло Федоров розповів, що після перемовин, дзвінків, офіційних листів, та зустрічі з представниками компанії OpenAI — ChatGPT став доступним для рестрації користувачам з України[1].

Розглянемо які існують перспективні рішення на основі штучного інтелекту для сільськогосподарських виробників. Ні Saaі, це нова інтелектуальна платформа — перша в світі у своєму роді — діятиме як суперконсультант, який миттєво дасть відповідь на будь-які запитання, пов'язані з сільським господарством. Saaі, сільськогосподарська компанія у місті Преторії ПАР, запускає першу в світі платформу штучного інтелекту для фермерів, і незабаром вона стане безкоштовною для всіх дрібних фермерів. Платформа Ні Saaі заснована на WhatsApp і використовує мільярди точок даних в інтернеті для розробки складної структури, яка може запропонувати вичерпні відповіді на запитання, пов'язані з сільським господарством, за лічені хвилини. Генеральний директор Saaі Франсуа Россу каже, що його компанія надає його подібним сільськогосподарським організаціям на шести континентах, щоб гарантувати, що фермери збережуть право власності на свої дані та можуть підвищити свою конкурентоспроможність на ринках світу, що стають дедалі меншими. Також він зазначає що завдяки активній участі компанії у Всесвітній організації фермерів вони хочуть переконатися, що такі організації, які захищають інтереси дрібних фермерів, першими заповнять цю прогалину та візьмуть на себе відповідальність за технології. Компанія Ні Saaі зосереджується на наданні широкомасштабних послуг і надає кожному фермеру доступ до найкращого досвіду та інформації. Сільськогосподарські технічні консультаційні послуги надаються з інтелектуальної платформи та охоплюють усі аспекти сільського господарства, такі як агробізнес і планування виробництва, фінансові консультації, механізація, хімічне застосування, маркетинг і програмування. Платформа буде доступна для найвіддаленіших, найменших і найбільш необхідних фермерів – їм потрібне лише підключення до Інтернету. Ця платформа все ще перебуває на стадії розробки та вчиться на власному досвіді та дослідженнях, щоб вдосконалюватися. Технологічна команда Saaі очікує, що подібних непередбачуваних збоїв на платформі буде більше і виправлятиме їх, щойно вони з'являться. Тим часом залучається велика група фермерів, щоб потенційні перешкоди можна було усунути

якомога швидше. Голова правління Saaі доктор Тео де Ягер вважає, що малі та середні фермери світу можуть вижити в середовищі, де корпоративні групи та транснаціональні компанії поступово захоплюють первинне виробництво, лише одним способом – через найкращі цифрові технології[2]. Також на його думку фермою майбутнього керуватимуть великі дані, роботи, дрони та супутники, інтернет речей, технологія блокчейн і особливо штучний інтелект. Як мережа для сімейних фермерів, місія Saaі полягає в тому, щоб ця технологія була доступною для кожної фермерської сім'ї[3].

Також є цікава система в Україні — Taranis. Для того щоб зібрати весь потрібний для аналізу масив даних, необхідно здійснити дронами 4-5 облетів на рік — на певних стадіях розвитку рослин. Під час цих облетів робиться багато якісних знімків і вони накопичуються у базі. Фотографії дозволяють зрозуміти що відбувається з культурами в кожній частині поля. І це дуже велика кількість графічної інформації. Пересічна людина просто фізично не зможе проаналізувати такий масив даних, тому і було впроваджено технологію штучного інтелекту. Ця система продовжує навчання і вже досить якісно розрізняє на знімках пшеницю, пирій, ріпак, свиріпу. Якщо літати над пшеницею, яка посіяна після ріпака, то у цьому випадку ріпак потрібно буде розглядати як бур'ян. Проте якщо літати по ріпаку, тоді вже цю культуру потрібно буде розглядати як основну. Це суто українська розробка, в США чи Бразилії такого ще не робили. Зібравши всю необхідну інформацію, системі потрібно буде близько двох діб, щоб обробити масив даних і видати рекомендації по полю. У підсумку отримується різнобічна інформація, яка дозволяє запобігти багатьом важливим проблемам у полі. Густота рослин на 1 гектар — дозволить побачити проблемні зони у полі. Фітостан поля визначить, де і які є бур'яни, та на якій стадії розвитку. На основі цієї інформації можна розробляти план обробок на наступний рік, враховуючи теперішній стан. Також видно, що відбувається у полі: хвороби, недостатність калію, фосфору, азоту, поживних речовин. Тому інсектициди вносяться лише туди, де в цьому є потреба. І ці усі завдання вирішує одна програма — Taranis[4]. У ній також можна продивитися кожен обліт дрона і побачити, чи змінили вжиті заходи щось на краще, чи ні.

Як бачимо програми засновані на використанні штучного інтелекту успішно працюють в Україні і за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Офіційний телеграм канал URL:<https://t.me/zedigital/2893> FEDOROV
2. Pioneering intelligence platform for small-scale farmers URL:<https://www.africanfarming.com/pioneering-intelligence-platform-for-small-scale-farmers/>
3. Для фермерів створено безкоштовну платформу зі штучним інтелектом URL:<https://kurkul.com/news/32460-dlya-fermeriv-stvoreno-bezkoshtovnu-platformu-zi-shtuchnim-intelektom>
4. Штучний інтелект у сільському господарстві URL:<https://aggeek.net/ru-blog/shtuchnij-intelekt-u-silskomu-gospodarstvi>

УДК 658.1:330.4

*Сусліков А.
здобувач ступеня доктора філософії,
ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

НЕЙРОМЕРЕЖЕВЕ МОДЕЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Оцінювання й прогнозування ринкової вартості корпоративних підприємств є актуальною проблемою фінансової науки і практики, для розв'язання якої необхідне відповідне математико-статистичне забезпечення.

Нейромережеві методи нині являють собою технологію обробки великих масивів даних, що динамічно розвивається. Одним із напрямів розвитку нейромережевих технологій є розроблення та вдосконалення самоадаптивних алгоритмів, які здатні до динамічного оновлення на основні даних фондового ринку, фінансово-економічного стану емітента цінних паперів, експертних оцінок розвитку інституційного середовища тощо.

До того ж, як свідчать напрацювання вчених [1, 2], нейромережеві архітектури зараз активно використовуються для вирішення широкого кола фінансових завдань, зокрема прогнозування динаміки фондового ринку, є одним із інструментів визначення середньострокового характеру поведінки цін закриття фінансових інструментів на ринку цінних паперів.

Для оцінювання й прогнозування ринкової вартості корпоративних підприємств можуть бути використані як двофакторні, так і багатофакторні нейронні моделі. Незважаючи на більшу, порівняно з двофакторними моделями, складність навчання нейромережі, попередньої обробки вихідних даних, прогнозні результати багатофакторної моделі є точнішими, що приводить до значної економії коштів при практичному її використанні. До того ж, нині вже немає апаратних і програмних обмежень щодо збереження й обробки великих масивів даних, а хмарні сервіси і технології розподілених обчислень дають змогу проводити розрахунки з мінімальними витратами комп'ютерного часу.

В основах багатофакторної нейромережевої архітектури лежать фактори, що формують фундаментальну ціну акцій корпоративних підприємств у статистиці [1]. З іншого боку, застосування комбінованого підходу дає змогу враховувати динаміку та зміну взаємного впливу чинників, що спонукає нейромережу до навчання образів відносно один одного. Останній факт допомагає отримати більш точні прогнозні значення оцінок і прогнозів ринкової вартості корпоративних підприємств.

Під час створення і навчання нейромережевої архітектури, здатної оцінювати й прогнозувати ринкову вартість корпоративних підприємств, необхідно виходити із наступних методичних засад.

За загальною логікою статистичного моделювання, розглядається залежність майбутніх значень фінансового ряду від попередніх, віддалених на деякі періоди в часі, значень. Нейромережа навчається шляхом подачі на входи

цих попередніх значень і наступним порівнянням отриманих виходів із фактичними теперішніми значеннями.

Розмір навчальної вибірки має включати достатню кількість значень, які сформували б достовірні образи всередині нейромережі. Розмір вікна має бути не меншим за середній наявний у вибірці образ, що являє собою середньостроковий тренд вихідного динамічного ряду.

У нейромережевій структурі, що прогнозує динаміку фінансового ряду, кількість входів має переважати над кількістю виходів. Водночас кількість виходів має бути обмежена одним на кожен із чинників моделі, тому що, по-перше, наявність кількох виходів може поставити нейромережу перед неправильним вибором під час навчання, що призведе до усереднення вихідного образу; по-друге, поставить експерта перед вибором: значення якого з виходів нейромережі прийняти за прогнозні під час подальшого багатокрокового навчання; по-третє, обмежить нейромережу в навчанні важливими передпрогнозними образами вхідної вибірки.

Ми вважаємо, що структура двошарового перцептрона з нелінійною функцією активізації в прихованому шарі та лінійною функцією на виході дає змогу здійснювати достовірне навчання та прогнозування ринкової вартості корпоративних підприємств.

Для нормування фінансового ряду перед навчанням мережі вважаємо недоцільним використовувати при перетвореннях нелінійні функції, а нормувати вихідні дані. При цьому нормалізація вихідних даних за допомогою віднімання середнього значення і ділення на дисперсію вибірки є ліпшою, ніж нормалізація в інтервалі $[-1,1]$, що, в більшості випадків, забезпечує швидшу збіжність і меншу похибку навчання нейромережі [2]. Також слід зазначити, що нейромережа видає більш достовірні прогнозні значення за умови прив'язки їх до лінійної складової, тобто коли на входи і виходи нейромережі подають попарно значення фінансового часового ряду і відповідні їм моменти часу.

Як критерій навчання нейромережі для оцінювання й прогнозування ринкової вартості корпоративних підприємств ліпше використовувати крос-ентропію, а не функції вартості для виявлення прихованих закономірностей у довгих рядах реальних фінансових значень.

Під час побудови двофакторних нейромережевих структур доцільно використовувати як входи, крім цін закриття торгів на відповідній фондовій біржі, також і моменти часу, що відповідають цим значенням. Це дає змогу ув'язати значення ціни закриття і відповідного моменту часу з подальшою корекцією прогнозних значень ціни за відомими заздалегідь часовими інтервалами або їх дискретними значеннями.

Список використаних джерел:

1. McNelis P. D. *Neural Networks in Finance : Gaining Predictive Edge in the Market*. Saint Louis : Elsevier Science, 2014. 261 p.
2. Cheng J., Dinghua X., Saeki O., Shirai T. (eds.). *Proceedings of the Forum "Math-for-Industry" 2018 : Big Data Analysis, AI, Fintech, Math in Finances and Economics*. Singapore : Springer, 2021. xiv, 179 p.

УДК 339.5:658.5:004

Сусол Л.

*студентка 3 курсу освітнього рівня бакалавр
спеціальність «Міжнародні економічні відносини»,*

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Науковий керівник: Гнилянська Л.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ТИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ЇХ РОЛЬ У БІЗНЕСІ

Інформаційна система – це поєднання програмного забезпечення, апаратного забезпечення та телекомунікаційних мереж для збору корисних даних, особливо в організації. Багато підприємств використовують інформаційні технології для завершення та керування своїми операціями, взаємодії зі своїми споживачами та випередження конкурентів. Деякі компанії сьогодні повністю побудовані на інформаційних технологіях, як-от eBay, Amazon, Alibaba та Google. Також інформаційні системи з роками набули величезної популярності в бізнесі. Майбутнє інформаційних систем та їх важливість залежить, більшою мірою, від автоматизації та впровадження технології штучного інтелекту.

Інформаційні технології можуть використовуватися в спеціалізованих і узагальнених цілях. Узагальнена інформаційна система надає загальні послуги, такі як система керування базою даних, де програмне забезпечення допомагає організувати загальну форму даних. Наприклад, різні набори даних отримують за допомогою формули, яка дає змогу зрозуміти тенденції купівлі-продажу за певний проміжок часу.

Навпаки, спеціалізована інформаційна система будується для виконання певної функції бізнесу. Наприклад, експертна система, яка вирішує складні задачі. Ці проблеми зосереджені на певній галузі дослідження. Основна мета – запропонувати швидші та точніші послуги, ніж окрема особа могла б зробити це сама [1].

Типи інформаційних систем:

1. Інформаційна система оперативного рівня підтримує фахівців-виконавців, обробляючи дані про угоди й події (рахунки, накладні, зарплати, кредити, потік сировини й матеріалів). Призначення ІС на цьому рівні – відповідати на запити про поточний стан і відслідковувати потік угод у фірмі, що відповідає оперативному керуванню. Щоб з цим справлятися, інформаційна система повинна бути легкодоступною, безперервно діючою й надавати точну інформацію.

Інформаційна система оперативного рівня є сполучною ланкою між фірмою й зовнішнім середовищем. Якщо система працює погано, то організація або не одержує інформації ззовні, або не видає інформацію. Крім того, система – це основний постачальник інформації для інших типів інформаційних систем в організації, тому що містить і оперативну, і архівну інформацію.

Інформаційні системи оперативного рівня: 1) бухгалтерська; 2) банківських депозитів; 3) обробки замовлень; 4) реєстрації авіаквитків; 5) виплати зарплати тощо.

2. Інформаційні системи фахівців допомагають фахівцям, які працюють з даними, підвищують продуктивність інженерів, проєктувальників тощо. Завдання подібних інформаційних систем – інтеграція нових відомостей в організацію й допомога в обробці паперових документів. У міру того як індустріальне суспільство трансформується в інформаційне, продуктивність економіки все більше залежить від рівня розвитку цих систем.

Даний тип ІС можна поділити на дві групи:

1) інформаційні системи офісної автоматизації;

1. інформаційні системи обробки знань.

Інформаційні системи офісної автоматизації внаслідок своєї простоти активно використовуються працівниками будь-якого організаційного рівня. Основна мета – обробка даних, підвищення ефективності їхньої роботи й спрощення канцелярської праці. ІС офісної автоматизації зв'язують воєдино працівників інформаційної сфери в різних регіонах і допомагають підтримувати зв'язок з покупцями, замовниками та іншими організаціями. Їхня діяльність в основному охоплює керування документацією, комунікації, складання розкладів тощо.

Інформаційні системи обробки знань, у тому числі експертні системи, вбирають у себе знання, необхідні інженерам, юристам, ученим при розробці або створенні нового продукту. Їхня робота полягає у створенні нової інформації. Наприклад, існують спеціалізовані робочі станції з інженерного й наукового проєктування, які дозволяють забезпечити високий рівень технічних розробок.

3. Інформаційні системи рівня менеджменту використовуються працівниками для моніторингу, контролю, прийняття рішень і адміністрування.

Основні функції ІС: порівняння поточних показників з минулими; складання періодичних звітів; забезпечення доступу до архівної інформації; прийняття рішень, структуризація завдань; орієнтація на контроль, звітність і прийняття рішень за оперативною обстановкою; використання існуючих даних і їх потоків всередині організації; забезпечення вирішення проблем, розвиток яких важко прогнозувати; оснащення складними інструментальними засобами моделювання і аналізу; використання технологій максимально орієнтованих на користувача.

4. Стратегічні інформаційні системи

Розвиток і успіх будь-якої організації багато в чому визначаються прийнятою стратегією. Під стратегією розуміється набір методів і засобів вирішення перспективних довгострокових завдань. У наш час питанню стратегії розвитку й поведіння фірми стали приділяти велику увагу, що сприяло корінній зміні в поглядах на інформаційні системи. Вони стали розцінюватися як стратегічно важливі системи, що впливають на зміну вибору цілей фірми, її завдань, методів, продуктів, послуг, дозволяючи випередити конкурентів, а також налагодити більш тісну взаємодію зі споживачами й

постачальниками. З'явився новий тип інформаційних систем – стратегічний. Стратегічна інформаційна система – комп'ютерна інформаційна система, що забезпечує підтримку прийняття рішень з реалізації стратегічних перспективних цілей розвитку організації [2].

Основні ролі ІС у бізнесі:

1. Зберігання та аналіз інформації.

Завдяки застосуванню інформаційних систем компанії використовують складні та повні бази даних, які можуть містити всю необхідну інформацію про компанію. Інформаційні системи зберігають, оновлюють і навіть аналізують інформацію, яку потім компанія може використовувати для точного визначення вирішення поточних або майбутніх проблем. Крім того, ці системи можуть інтегрувати дані з різних джерел, як всередині компанії, так і за її межами, тримаючи компанію в курсі внутрішньої продуктивності та зовнішніх можливостей і загроз.

2. Допомога з прийняттям рішень.

Довгостроковий успіх компанії залежить від адекватності її стратегічних планів. Команда менеджменту організації використовує інформаційні системи для формулювання стратегічних планів і прийняття рішень для процвітання організації. Підприємство використовує інформаційні системи для оцінки інформації з усіх джерел, включаючи інформацію із зовнішніх джерел про загальну економіку. Цей аналіз і порівняння з ринковими тенденціями допомагає організаціям аналізувати адекватність і якість своїх стратегічних рішень.

3. Допомога з бізнес-процесами.

Компанії можуть інтегрувати інформаційні системи з виробничим циклом, щоб забезпечити відповідність продукції, яку вони виробляють, вимогам різних стандартів управління якістю. Впровадження інформаційних систем спрощує бізнес-процеси та усуває непотрібні дії. Крім того, інформаційні системи усувають повторювані завдання та підвищують точність, дозволяючи співробітникам зосередитися на функціях більш високої значущості. Інформаційні системи також можуть сприяти кращому плануванню та реалізації проектів завдяки ефективному моніторингу та порівнянню за встановленими критеріями [3].

Список використаних джерел:

1. What is Information System? Definition, Examples, & Facts | Emeritus India. Emeritus - Onl | Diploma Programsine Certificate Courses. URL: <https://emeritus.org/in/learn/information-system/> (дата звернення: 11.03.2023).

2. Типи інформаційних систем. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/5064248/page:14/> (дата звернення: 11.03.2023).

3. What is Information System? Definition, Examples, & Facts | Emeritus India. Emeritus - Onl | Diploma Programsine Certificate Courses. URL: <https://emeritus.org/in/learn/information-system/> (дата звернення: 11.03.2023).

УДК 330

*Шibaєва Н.
докт. екон. наук, доцент, доцент кафедри глобальної економіки,
Єфремов А.
аспірант,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

РОЛЬ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У МОДЕЛЮВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Підприємства функціонують у все більш складному та динамічному середовищі. Щоб досягти успіху, підприємства повинні бути здатними розуміти поведінку споживачів, конкурентів та інших економічних агентів і приймати рішення, які базуються на цьому розумінні.

Бізнес-процеси – це послідовність дій, які підприємство здійснює для досягнення певної власної мети. Моделювання бізнес-процесів передбачає створення візуального представлення цих видів діяльності та їх взаємодії, щоб краще зрозуміти, як працює бізнес, і визначити сфери, які потрібно вдосконалити.

Моделювання бізнес-процесів є важливим, оскільки воно дозволяє підприємствам оптимізувати свою діяльність, зменшити витрати, підвищити якість і підвищити ефективність. Розуміючи, як працює бізнес, і визначаючи області для вдосконалення, підприємства можуть оптимізувати свою діяльність, зменшити відходи та підвищити загальну продуктивність. Крім того, моделювання бізнес-процесів може допомогти підприємствам підготуватися до змін у своїй галузі або на ринку, таких як нові правила чи нові технології, і відповідним чином адаптуватися.

Актуальність даної теми можна розглядати з точки зору, що сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для моделювання бізнес-процесів. Впроваджуючи ці теорії в бізнес-моделі в свою діяльність, підприємства можуть приймати більш досконалі рішення та підвищувати свої шанси на успіх у складному конкурентному середовищі □1-5□.

Сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для моделювання та аналізу економічної поведінки. Включаючи ці теорії в бізнес-моделі, підприємства можуть отримати уявлення про те, як оптимізувати свою діяльність, як реагувати на зміни на ринку та як приймати стратегічні рішення, які, швидше за все, приведуть до успіху.

Наприклад, мікроекономічні моделі можна використовувати для оптимізації ціноутворення та виробничих рішень, теорію ігор можна використовувати для розуміння стратегічної поведінки конкурентів, а поведінкову економіку можна використовувати для розуміння поведінки та переваг споживачів.

Крім того, збільшення доступності даних і обчислювальної потужності дозволило розробити більш складні економічні моделі, які можуть забезпечити точніші прогнози та розуміння економічної поведінки.

Однією з ключових областей сучасної економічної теорії, яка особливо стосується бізнес-моделювання, є мікроекономіка. Мікроекономіка зосереджена на поведінці окремих економічних агентів, таких як споживачі, виробники та фірми, а також на тому, як вони взаємодіють на ринках. Мікроекономічні моделі можна використовувати, щоб зрозуміти, як підприємства приймають рішення щодо виробництва та ціноутворення, як вони реагують на зміни попиту та конкуренції та як вони розподіляють ресурси.

Іншою важливою областю економічної теорії для бізнес-моделювання є теорія ігор. Теорію ігор можна використовувати для моделювання стратегічної взаємодії між фірмами на конкурентних ринках і для розуміння того, як фірми приймають рішення, коли вони перебувають у положенні взаємозалежності з іншими фірмами.

Крім того, поведінкова економіка є відносно новим напрямом економічної теорії, який набув популярності в останні роки. Поведінкова економіка зосереджується на тому, як люди приймають рішення та як їхні рішення можуть відхилитися від прогнозів традиційної економічної теорії. Поведінкові економічні моделі можна використовувати, щоб зрозуміти, як споживачі роблять вибір, як вони реагують на різні стимули та як вони сприймають і оцінюють ризики.

Таким чином, сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для розуміння економічної поведінки та моделювання бізнес-процесів на основі прийняття обґрунтованих рішень у складному та динамічному середовищі. Включаючи ці теорії в бізнес-моделі, підприємства можуть отримати уявлення про те, як оптимізувати свою діяльність, як реагувати на зміни на ринку, як взаємодіяти із навколишнім середовищем та як приймати стратегічні рішення, які, швидше за все, приведуть до успіху.

Список використаних джерел:

1. Помазун О. М. Сучасні аспекти прийняття рішень з управління бізнес-процесами підприємства. Ефективна економіка. 2016. № 3 (дата звернення: 20.02.2023).
2. Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
3. Трусова Н. В., Вініченко І. І., Дьяченко Н. К. Моделювання бізнес-процесів сільськогосподарських підприємств. АГРОСВІТ 2022. № 4. С. 18-26.
4. Чайковська І.І. Економіко-математичне моделювання в завданнях управління знаннями підприємства. Університетські наукові записки. 2017. № 64. С. 347-358.
5. Шуляр Р. В. Формування та розвиток економіко-управлінського інструментарію забезпечення бізнес-процесів: дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2019. 495 с.

*Яковлев В.
асистент кафедри обліку і фінансів,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

СУТНІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ

Сучасний світовий ринок характеризується активним впровадженням інноваційних технологій у господарську діяльність підприємства. В умовах постійного розвитку комунікаційних та інформаційних технологій та постійного зростання питомої ваги користувачів мережі Інтернет процеси діджиталізації набули значного поширення. Для забезпечення зростання конкурентних позицій, компанії постійно намагаються впроваджувати та розробляти інноваційні технології, які користуються попитом у цільових груп. Вони використовують Інтернет як засіб комунікації з потенційними клієнтами, компанії пропонують потрібні продукти як частину доцільних маркетингових стратегій.

Зараз набувають поширення дослідження у сфері фінансової діджиталізації, але за рахунок підвищення постійного інтересу до цього процесу, набувають актуальності дослідження у сутності «діджиталізації» у секторі фінансів.

Глобалізація фінансового сектору стала поштовхом для стрімкого розвитку цифрової економіки, створенню інноваційних моделей управління фінансами та фінансовими послугами, збільшенню цифрових коштів та мобільних (цифрових) банків, окрім цього стимулюється розвиток та роль небанківських фінансових посередників, зростає конкуренція між посередниками набанківських фінансових послуг.

Ринок фінансових технологій розвивається нерозривно пов'язаний із процесами діджиталізації та вимагає постійного залучення відповідних інноваційних технологій для забезпечення високого рівня лояльності цільової аудиторії. Сучасні споживачі з кожним роком все більше використовують цифрові сервіси, надаючи перевагу тим продуктам, які вважаються важливими в конкретних просторово-часових умовах. Це означає, що відбувається еволюція фінансових продуктів із постійною заміною застарілих пропозицій інноваційними рішеннями, які викликають великий інтерес у потенційних клієнтів. Процеси діджиталізації у фінансовому секторі активно розвиваються як через бажання компаній зміцнювати свої позиції на ринку, так і через попит на відповідні інноваційні продукти [1].

Серед науковців трактування сутності діджиталізації викликає багато питань, так наприклад науковець Соколова Г. відзначає, що діджиталізація характеризується створенням цифрових (на основі байтів і бітів - мінімально адресованих одиниць інформації) аналогових версій речей на папері, документів, фільмів і фотографій, зображень, звуків [2]. Фахівці Лігоненко Л., Хріпко А.В., Доманський А.О. стверджують, що діджиталізація є необхідним

процесом для розвитку сучасних підприємств в умовах неоекономіки. Вона призначена для спрощення та прискорення роботи з великими базами даних, забезпечення автоматизації всіх видів діяльності (основної та допоміжної операційної, інвестиційної, фінансової), покращення комунікації з клієнтами, постачальниками та партнерами, а також усіма інституціями зовнішнього середовища, формування нових правил взаємодія всередині компанії - між відділами, співробітниками, керівництвом, перехід на нові організаційні форми управління (мережева та віртуальна економіка) [3]. Тетерятник Б.С констатує, що «діджиталізація базується на можливостях ІТ-індустрії, процес використання інформаційно-комунікаційних технологій суб'єктами господарювання для досягнення мети господарської діяльності, спрямований на зміну існуючих економічних відносин шляхом їх діджиталізації; сукупність активів реалізації оцифрованих об'єктів для досягнення цілей господарської діяльності, що розглядаються в їх єдності та пов'язані зі створенням нової форми економічних відносин – цифрової» [4].

На нашу думку під «діджиталізацією» слід розуміти процес впровадженні сучасних інноваційних технологій суб'єктами господарської діяльності, який спрямований на оптимізацію бізнес-процесів, збільшенню комунікації з потенційними клієнтами для підвищення конкурентоспроможності та збільшенню економічного ефекту від підприємницької діяльності.

Основним фактором розвитку цифрової трансформації ринку фінансових послуг є технологія, яка переглядає функціонування фінансового сектору та спосіб взаємодії суб'єктів, що надають ці послуги, з клієнтами. Технологія не тільки відкриває бізнес-можливості для нових учасників, новачків на ринку фінансових послуг, але завдяки діджиталізації пропонує зв'язок, який дозволяє традиційним фінансовим установам зменшувати витрати та підвищувати ефективність, будучи основним рушієм фінансових інновацій.

На сучасному етапі діджиталізація відіграє важливу роль у розвитку підприємства та його конкурентоспроможності, це сприяє підвищенню бізнес-процесів та поліпшенню довіри клієнтів до підприємств фінансового сектору. Фінансовий сектор має активно впроваджувати новітні технології та інструменти для впровадження нових послуг, які відповідають нагальним потребам суб'єктів господарювання та сприяють сталому розвитку економіки України.

Список використаних джерел:

1. Пономаренко І. В. Діджиталізація фінансового сектору. *Маркетинг в Україні*. 2020. № 3 (119). С. 48-52.
2. Sokolova H. B. Some aspects of the development of the digital economy in Ukraine». *Economic Bulletin of Donbass*. 2018. No. 1(51). P. 92–96.
3. Лігоненко Л. О., Хріпко А. В., Доманський А. О. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 2. Т. 2. С. 20–32.
4. Тетерятник Б. С. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Юриспруденція». 2017. № 29. Т. 2. С. 21–23.

РОЗДІЛ 6

МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

УДК 657

*Andrushko R.
Candidate of Economic Sciences
associate professor of the department of accounting and taxation
Lviv national environmental university, Lviv*

FEASIBILITY OF CREATING AN ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM OF AGRO-INNOVATION COSTS FOR INCREASING CONTROL EFFICIENCY

Effective functioning of the accounting system in modern conditions is impossible without the use of the latest information technologies for collecting, processing and transmitting information.

Based on a large number of scientific interpretations of the category "innovation" there is a need to study the organizational principles of accounting and control over the formation of costs for agroinnovation of enterprises.

The current state of the agricultural sector is due to the global impact of technological modernization, which is not always appropriate and does not meet the real needs and capabilities of agricultural producers. Agrarian enterprises, striving to adhere to the basic principles of innovative development must take into account the features and capabilities of the domestic agricultural market and the need for environmental safety.

Innovative activity is an activity aimed at finding opportunities to intensify agricultural production and meet social needs in competitive products and services through the use of scientific, technical and intellectual potential [1].

Innovations in agriculture are the implementation in economic practice of the results of scientific research, which are embodied in new plant varieties, breeds and species of animals, new or improved food, materials, new technologies in animal husbandry, crop and processing industries, new methods of prevention and treatment of animals and birds, new fertilizers and pesticides in crop and livestock production, new forms of organization and management, new approaches to the provision of social services, which can increase production efficiency [2].

In Law and Ukraine "On innovation activity", noted that innovation - a newly formed (applied) and (or) improved competitive technologies, products or services as well as organizational and technological solutions of industrial, administrative, commercial or otherwise, which significantly improves structure and quality of production and (or) social spheres [3].

For accounting purposes, "innovation - new advances in industry, technology or management, intended for use in operating activities of the enterprise [4].

Agroinnovation is an asset of economic activity of agricultural enterprises and a separate object of accounting. Agroinnovative products are the costs of the enterprise to create, improve or acquire assets (products) that are innovations. Agroinnovation processes cover all aspects of activity (operational, financial and investment) and represent the costs of implementing measures to implement innovations [5].

A distinctive feature of agroinnovation is the presence of a separate group of innovations related to the presence of biological elements in the agro-production system, which should include not only crops and animals, but also agricultural land.

According to current national standards, the definition of accounting objects «agricultural innovation» and «agroinnovation» does not exist. In addition, these objects are not reflected in the relevant indicators in the financial statements.

To build an effective system of accounting for innovation costs, agricultural enterprises should take into account and determine the following factors, Fig. 1.

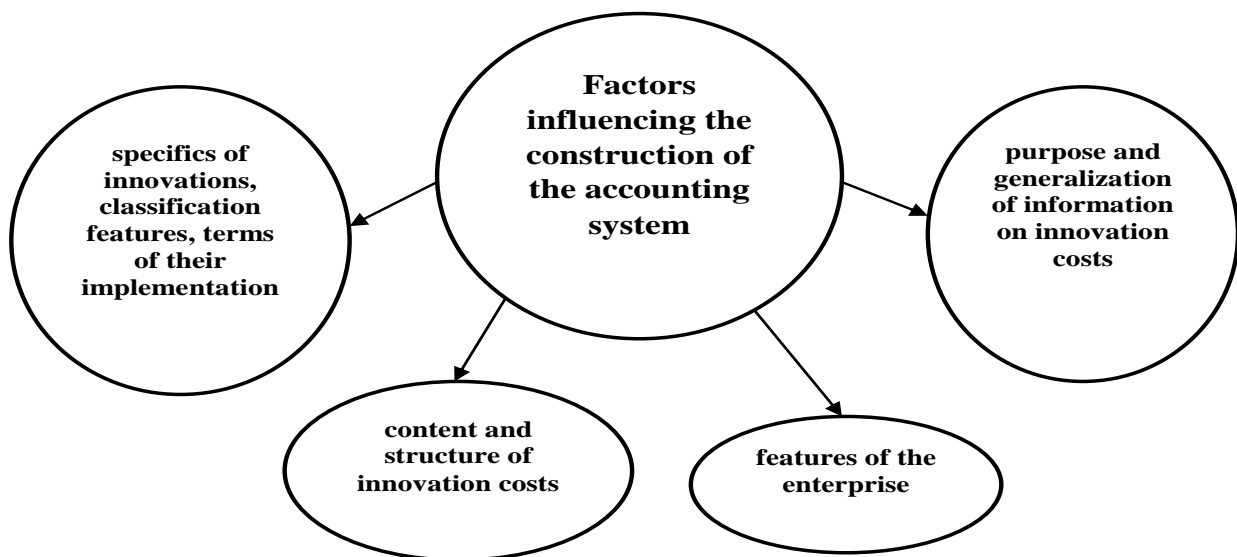


Fig. 1. The main factors that determine the accounting system of agro-innovative enterprises

Source: generated by the author.

For the purposes of accounting, the system of classification features of agro-innovative activity is of decisive importance (Fig. 2): by types of objects; ways of creating; terms of project implementation.

The accounting system built in this way will allow to obtain complete and reliable information on innovation costs in various aspects and use it for planning, management, analysis and control.

In the context of the system of accounting, agro-innovation is a a set of economic operations that have a quantitative-conditional expression and form a single process: development (expansion) - expansion - implementation - operation of innovations and reflected in the registers of management accounting and financial reporting, as the assets of enterprises and the source of its formation.

The general technique of operative control of agroinnovative activity developed by us will allow to provide reduction of level of expenses as bases of increase and efficiency of work of the agrarian enterprises, fig. 4.

A weak link in the formation of effective innovative development of agricultural enterprises is the study of demand for agroinnovation. Marketing should become an integral part of the formation of orders for research and development.

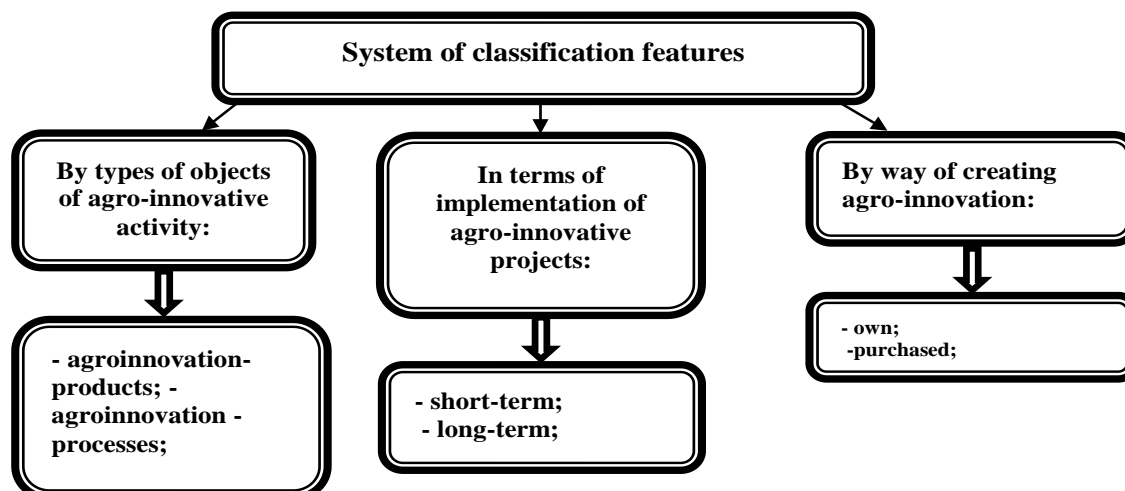


Fig. 2. The system of classification features of agro-innovative activity
Source: generated by the author.

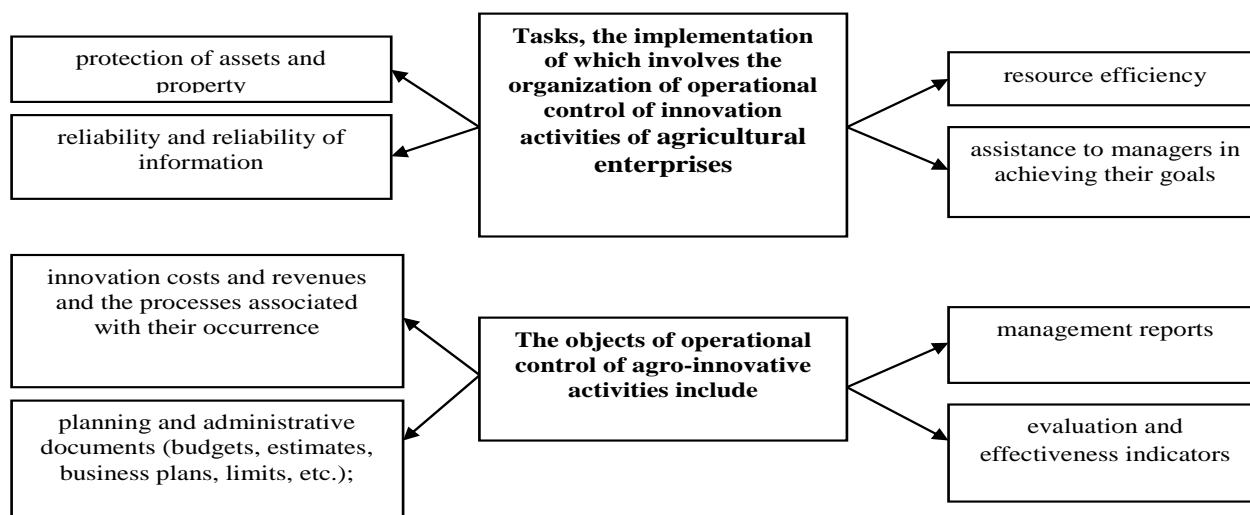


Fig. 3. The main tasks and objects of operational control of agro-innovative activities of enterprises

Source: generated by the author.

And when selecting agro-innovative projects to conduct a deep economic examination. Evaluate efficiency indicators and work out schemes for promoting the obtained results in production.

Innovative activity is an important component of the system of measures to accelerate the development of agricultural enterprises, increase their efficiency and competitiveness of products.

For accounting purposes, the decisive factor is the division of agroinnovation by types of objects of innovation, methods of creation and timing of projects, which will increase the analytical information. Enterprises that aim to implement a system of continuous management of agro-innovation should develop their own system of measures to organize financing, accounting and costing, which in turn will improve product quality and competitiveness.

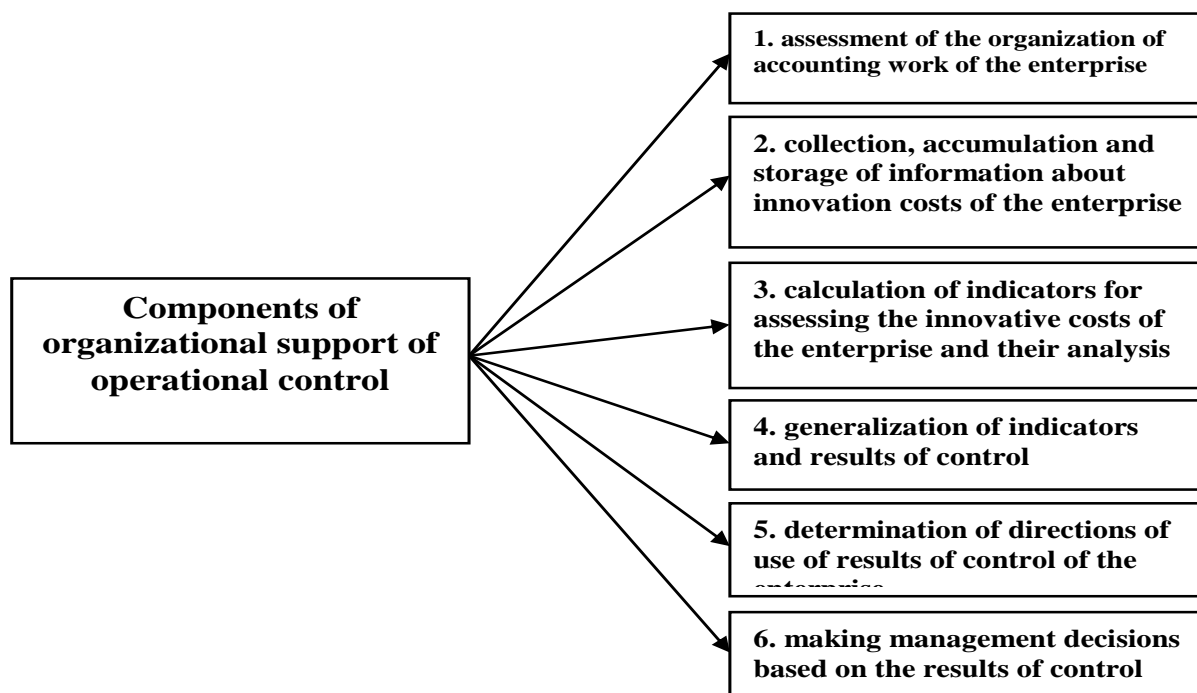


Fig. 4. The main stages of organizational support for operational control of agro-innovative activities

Source: generated by the author.

Effective enterprise management involves obtaining information about the costs and benefits that can bring certain innovation processes and products.

Solving the above problems will contribute to a significant increase in innovation activity, create a comprehensive accounting and analytical system and increase the effectiveness of control.

All participants in the innovation process should be interested in combining interests in the application of new technologies in order to enter the domestic and foreign markets with high-tech products.

References:

1. Kot O. (2008) Theoretical aspects of innovative development of agrarian sector of economy and its organizational and economic support. Problems of science. № 9. pp. 30–37.
2. Andrushko R., Myronchuk Z. (2020) Agroinnovation as an object of accounting and control. Agrarian economy. T.13. №3-4. pp. 10-19.
3. On Innovative Activity: Law of Ukraine of 04.07.2002 №40-IV. Access mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
4. Didykh D. (2012) Innovation as an object of accounting and analysis // Bulletin of the Zhytomyr National Agro-Ecological University. № 1 (2). pp. 319–331.
5. Andrushko R., Myronchuk Z. (2019) The expediency of innovative development of agricultural production and optimization of accounting and control. Bulletin of Lviv National Agrarian University: Economics of AIC. № 26. pp. 119-123.

UDC 338.4:339.5:339.9:631.1:658.8

Ciloci R.

Associated professor, PhD

Dean of the Faculty of Economic Engineering and Business,

Technical University of Moldova, Chisinau

Trushkina N.

Candidate of Economic Sciences, senior researcher, professor of the Department of

Marketing, Finance, Banking and Insurance,

Private Institution of Higher Education "Rauf Ablyazov East European University",

Cherkasy

Prokopyshyn O.

Candidate of Economic Sciences, associate professor of the Department of

Accounting and Taxation,

Lviv National Environmental University, Lviv

INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRARIAN ENTERPRISES: THEORETICAL FUNDAMENTALS

Today, the problems of recovery and transformation of the agrarian sector have become of particular importance as it is the key priority of the state policy of Ukraine to ensure food security in the system of national security. To solve the described problems, a specific focus should be made on the issue of activation of the network interaction and partnership relationship on the basis of established agro cluster structures [1]; management of marketing [2] and logistic [3-4] activity of agricultural enterprises in conditions of economy digitalization.

Moreover, development of the agrarian sector is an export-oriented kind of economic activity. Analysis of foreign economic activity is an important constituent of the complex economic assessment of agrarian enterprise development, a necessary prerequisite of effective management in conditions of globalization and European integration. Thus, one of the strategic direction of effective organization of foreign economic activity of enterprises operating in the agro-industrial complex [5] is to provide the information and analytical support for managing export-imports transactions.

The problems of information and analytical support for management with consideration of the specificity of different spheres of economic activity are studied in the numerous works of foreign and domestic scientists. It is worth noting that the concept of information and analytical support is variously interpreted by scientists (*Table*). According to A. Zosimova, essence of the information and analytical support of foreign economic activity (IAS FEA) is outlined by the fundamentals of the concept of information society, theory of risks and situational management, theory of competition which are used as a basis for choosing the direction of assessment of the efficiency of performance of an export-oriented enterprise, degree of manifestation of the export competitiveness risks, competitive position at the global market. She considers that in its most simplified form, the information and analytical support of

enterprises includes elements of economic analysis, methods and ways of assessment, tools of analysis and analyzed information sources.

Table

Approaches to interpretation of the concept of “information and analytical support” proposed by different economic schools

Interpretation of the concept	Scientists
a complex of interdependent and properly shaped organizational, organizational-legal, information, methodic, program-technological components ensuring the required quality of the managerial decisions by means of the rational use of information resources and information technologies	A. Puhach
a kind of activity intended to satisfy information needs of the society by means of analytical technologies by processing initial information and obtaining principally new knowledge	R. Abdeiev
a goal-oriented process of collecting, processing and analyzing of information about complicated (self-organization and self-development) social, political and economic systems which create the object of management under control of management authorities	M. Doroshko N. Shpakova
a complex of actions and measures to collect, accumulate, process and analyze data by information technologies, with a particular focus on the system character of the range of questions which appear in the process of basic activity of the information consumer, analysis of them and forecast of the trends of development	N. Diachenko
a process of creating optimal conditions to satisfy information demands and exercising powers by the state authorities on the basis of formation and use of the information resource	R. Koval
a complex of information processes necessary for expedient, rational and effective process of management	A. Nesterov
a specific direction of activity related with determination, processing, storage and distribution of information mainly in the field of managerial, political and economic activity	S. Vyrovyi
a complex of technologies, methods of collecting and processing of information which provides characteristic to the object of managerial impact, specific tools of their diagnostics, analysis and synthesis, as well as assessment of the consequences of different variants of political decisions	S. Teleshun and others.
a system of related methods, measures and means which assist in creation and performance of the technology of collecting, transfer, processing, storing and representation, as well as use of information to conduct effective activity in any sphere	O. Parkhomenko
an organic complex of initial data, indicators and methods of their determination and analytical assessment which can be used as a scientific and methodological prerequisite for making decisions by the regional managerial authorities when determining an effective direction of business development	Ya. Pushak
an interrelated logical system of selection and systematization of information about conditions of the object of management in order to make assessment and diagnostics of the corresponding data for making proper and effective managerial decisions	I. Khvalchyk L. Voloshchuk

Source: composed by the authors by consolidating scientific sources.

Hence, analysis of the literary sources confirms the fact that there is no single agreed approach to identification of the concept of “information and analytical support”. Scientists mostly interpret the notion as a complex of components for making managerial decisions; a specific kind of activity; a goal-oriented process of information and analytical work; a complex of actions and measures; a process of creation of the appropriate conditions to satisfy information needs; a complex of information processes; a complex of interrelated technologies, methods of collecting and processing of information, etc.

In the present work, information and analytical support for management of foreign economic activity of agrarian enterprises is defined as a complex of methods, means of collecting and processing of information, digital technologies, intellectual systems which are used to assess, to make diagnostics and forecast of statistical and analytical data in order to make proper, scientifically substantiated and effective decisions on improvement of management of foreign economic activity of the business entities in agrarian sector. However, the current conditions of economic activity require principally new approaches to information and analytical support which should consider the continuous changes of exogenous environment and improve efficiency of the system of management of foreign economic activity of the enterprises operating in the agro-industrial complex with consideration of the innovative, information, marketing, logistic technologies.

In the further studies, the authors plan to substantiate conceptual fundamentals of management of foreign economic activity of the enterprises operating in the agro-industrial complex by involving the information and analytical tools and to develop practical recommendations on their implementation.

References:

1. Koshkalda I.V., Prokopyshyn O.S., Trushkina N.V. Conceptual fundamentals of creation of the innovative agro clusters under conditions of sustainable development of the national economy. *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Series Economics and management in oil and gas industry*. 2022, 1(25), P. 74-88. URL: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1\(25\)-74-88](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1(25)-74-88).
2. Hnatyshyn L., Prokopyshyn O., Trushkina N. Transformation of marketing activity of agricultural enterprises in the digital economy: theoretical aspects. *Digitalization and Information Society. Selected Issues: Monograph 53 / Edited by A. Ostenda, T. Nestorenko*. Katowice: Publishing House of University of Technology, 2022. P. 361-372.
3. Trushkina N., Prokopyshyn O., Dranus L. Customer relationship management in the system of logistics administration at agricultural enterprises. *Security management of the XXI century: national and geopolitical aspects: collective monograph. Iss. 4 / in edition D. Diachkov; Poltava State Agrarian University*. Prague: Eastern European Center of the Fundamental Researchers, Nemoros s.r.o., 2022. P. 190-196.
4. Kwilinski A., Hnatyshyn L., Prokopyshyn O., Trushkina N. Managing the Logistic Activities of Agricultural Enterprises under Conditions of Digital Economy. *Virtual Economics*. 2022. Vol. 5. No. 2. P. 43-70. [https://doi.org/10.34021/ve.2022.05.02\(3\)](https://doi.org/10.34021/ve.2022.05.02(3)).
5. Prokopyshyn O.S., Trushkina N.V., Serbina T.V. About organization of foreign economic logistic activity of agrarian enterprises under war conditions. *Bulletin of the Economic Science of Ukraine*. 2022. No. 1(42). P. 209-217. URL: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1\(42\).209-217](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).209-217).

UDC 334.72:339.92] =111

*Opyr M.
senior lecturer of the Department of Foreign Language,
Dobrovolska S.
candidate of Economic Sciences (PhD), acting associate professor,
Panchyshyn S.
senior lecturer of the Department of Foreign Languages,
Lviv National Environmental University, Lviv*

GLOBAL BUSINESS SPEAKS ENGLISH

English is the global language used by most international companies. The business world is developing every day. To be a good entrepreneur it is necessary to know how to communicate to impress the clients. Conducting international businesses, language plays a vital role in setting the ideal platform for interaction. To meet all these demands everybody needs to master business English and to think very carefully about the way they use it.

Business English is a general term used for English related to trade, finance and industry. It is a specific tool with which non-native speakers can interact, join and communicate in the international market with people of different languages. If non-native speaker wants to join English speaking company, conversational English is not enough. He needs to learn Business English.

Business English actually includes vocabulary and phrases that are used especially in Business. It is used in professional settings, meetings, conferences, presentations, business writings or letters, negotiating or describing graphs and charts. With all these skills in mind Business English is the criteria in modern day international cooperation and global business [1].

Business English is a bit different from regular English and its usage and purpose. Employers and employees rarely use regular English whether it is meeting, conference, contracts or email. Business English will always be the priority in the global cooperate market. The most common example of Business English is an email. Email writing is a vital aspect of business communication. To improve email writing skills in English, learn useful language and techniques for writing, organising and checking emails. To write a great email, it is necessary to know two things: common mistakes to avoid, and next-level strategies to get ahead. Regular English on the other hand is only used to communicate or to convey the message without making an effort to make it more professional or formal.

Since it is clear that English is a language of the Global Market, its importance can never be underestimated. It will help the organisation to participate in business internationally and improve relationship with the organisations worldwide. Using Business English attracts potential customers from other countries because they feel comfortable while interacting. While learning Business English you will learn how the business world works and how the international companies collaborate with each other.

Business English solves the problem of culture diversity. Every company hires people from a different region, language and background. While working in an office you need to communicate and interact with your colleagues no matter how introvert you are. So, learning Business English is inevitable to express yourself to others. Speaking skills will always be considered as Plus Point. It shows how diverse you are and it means if you want to be in the good books of your superiors you need to be fluent and efficient in writing and speaking as well.

In the global business world, having a good command of English can provide many benefits for individuals and organizations. Here are some of the key advantages of English proficiency in international business:

Improved Communication: English proficiency can improve communication between individuals and organizations from different countries and cultures. It can help to avoid misunderstandings, promote clear and concise communication, and facilitate effective collaboration.

Increased Job Opportunities: In many industries, English language proficiency is a requirement for employment. Having strong English skills can open up new job opportunities and career paths for individuals looking to work in the international marketplace.

Enhanced Business Relationships: Strong English language skills can help to build trust and credibility with international partners, clients, and customers. It can also improve the ability to negotiate effectively and close business deals.

Competitive Advantage: In today's global business world, having a competitive edge is essential. English proficiency can provide an advantage over competitors who do not have strong language skills, particularly in industries such as finance, technology, and international trade [4].

While English proficiency can provide many benefits for individuals and organizations operating in the international marketplace, there are also challenges associated with the dominance of English as the lingua franca of global business. Here are some of the key challenges:

Linguistic and Cultural Barriers: Even with a good command of English, linguistic and cultural barriers can still present challenges in international business communication. Different accents, dialects, and idioms can cause confusion, and cultural differences can affect business negotiations and decision-making.

Exclusion of Non-Native Speakers: The dominance of English in global business can create a disadvantage for non-native speakers who may not have the same level of proficiency. This can lead to exclusion and marginalization in international business settings.

Overemphasis on Language Skills: In some cases, there may be an overemphasis on language skills in international business, at the expense of other important skills such as cultural awareness and global business knowledge [3].

English has a significant impact on the global market in several ways:

Facilitating International Trade and Commerce. English is the language of international business, and its widespread use enables companies to communicate effectively with clients and partners from different countries. This facilitates

international trade and commerce, allowing businesses to expand their customer base and reach new markets.

Providing a Common Language for Global Communication. English has become a lingua franca for global communication, enabling people from different countries to communicate effectively with each other. This is particularly important in the business world, where effective communication is essential for building strong relationships with clients and partners.

Standardizing Business Practices. The widespread use of English in the global market has helped to standardize business practices, enabling companies from different countries to operate more efficiently. This has led to the development of common business practices, such as international accounting standards and shipping regulations.

Enabling Globalization. English has played a significant role in the process of globalization, which has led to the integration of economies and cultures around the world. The widespread use of English has enabled companies to expand their operations globally, and has facilitated the movement of people, goods, and ideas across borders.

Providing Access to Information and Knowledge. English is the language of science, technology, and innovation, and much of the world's knowledge is written in English. This has made English proficiency essential for success in many fields, particularly in the business and technology sectors.

Boosting Economic Growth. English proficiency can provide a competitive advantage in the global market, enabling companies to expand their customer base and reach new markets. This can lead to increased sales and revenue, which can boost economic growth and create new jobs [2].

In conclusion, English has a significant impact on the global market, facilitating international trade and commerce, providing a common language for global communication, standardizing business practices, enabling globalization, providing access to information and knowledge, and boosting economic growth. English language proficiency can provide many benefits for individuals and organizations operating in the international marketplace.

References:

1. Cai, X. (2009). Business English Education and Regional Economic Development. China Adult Education
2. Crystal, D. (2003). English as a global language. Cambridge University Press.
3. Gjata, F. (2017). The Importance of English in the Development of International Relations and Diplomacy. "Aleksandër Xhuvani" University. Faculty of Human Sciences. Elbasan, Albania.
4. Rubinstein, A. (2000). Economics and Language: Five Essays. Cambridge University Press.

UDC 811.111:334.72

Panchyshyn S.
senior lecturer of the Department of Foreign Language
Dobrovolska S.
candidate of Economic Sciences (PhD), acting associate professor
Опир М.
senior lecturer of the Department of Foreign Languages
Lviv National Environmental University, Lviv

ENGLISH PROFICIENCY IS THE KEY TO SUCCESS IN GLOBAL BUSINESS

English proficiency has long been considered a crucial aspect of success in global business. In today's globalized economy, English is the dominant language of business, making it essential for professionals to have a good command of the language to succeed [2]. In this article, we will explore the importance of English proficiency in business and the various ways it can impact an individual's career.

English is the primary language used for communication in international business. Whether it is negotiating contracts, conducting meetings, or making presentations, English is the language used to convey ideas, opinions, and proposals. Being proficient in English, therefore, enables individuals to communicate effectively with colleagues, clients, and partners from different parts of the world. This, in turn, can lead to more successful collaborations, better relationships, and increased opportunities for career growth.

English proficiency is essential for professionals who wish to advance in their careers. In many industries, a good command of English is a prerequisite for promotions and leadership positions. This is especially true in multinational corporations, where senior management positions often require individuals to have the ability to communicate fluently in English. In addition, English proficiency can also open up opportunities for professionals to work in different countries or even relocate to international offices of their companies.

Furthermore, English proficiency can also have a significant impact on an individual's earning potential. Many employers offer higher salaries and bonuses to employees who are fluent in English. This is because these individuals are better equipped to work with international clients and partners, which can result in increased revenue and profits for the company. In addition, individuals who are proficient in English may also have access to more high-paying job opportunities, both domestically and internationally.

In addition, English proficiency is crucial for individuals who wish to start their businesses or become entrepreneurs. In today's interconnected world, the ability to communicate effectively in English is essential for entrepreneurs who wish to expand their businesses globally. This is because English is the language used in most international trade, investment, and finance transactions. Being proficient in English, therefore, enables entrepreneurs to communicate with potential clients, partners, and investors from different parts of the world, increasing their chances of success.

English proficiency is a clear advantage in business world. As more and more companies expand their operations across borders and interact with partners, clients, and employees from different countries, English has emerged as a common language of communication. Here are some reasons why English proficiency is an advantage in global business:

International communication: English is the most commonly spoken language in the world, and many international companies use English as their official language for communication. Proficiency in English enables individuals to communicate effectively with colleagues, clients, and partners from different countries, leading to better collaboration, understanding, and negotiation.

Access to global markets: English proficiency allows businesses to reach a wider audience and expand their customer base across different countries. With the rise of e-commerce and online marketplaces, businesses can easily access new markets and target international customers with effective communication in English.

Professional networking: Attending international conferences and events is an important aspect of global business. Proficiency in English allows individuals to network more effectively with professionals from different countries, exchange ideas and knowledge, and build strong professional relationships.

International job opportunities: Many multinational companies require English proficiency as a basic requirement for hiring. In addition, individuals with strong English skills have access to a wider range of job opportunities in different countries, especially in industries such as finance, law, and technology.

Competitive edge: English proficiency can provide a significant competitive edge in the job market and business world. Individuals and businesses with strong English skills are more likely to succeed in international trade and business negotiations, leading to higher profits and greater success [1].

While English proficiency can be a valuable asset, not everyone has had the opportunity to develop strong English skills. However, there are many strategies [4] that individuals can use to improve their English proficiency, including:

Immersion: One of the most effective ways to improve English proficiency is through immersion. This involves surrounding oneself with the language as much as possible, by watching English-language TV shows and movies, listening to English music, and speaking with native English speakers.

Practice: Practice is essential for improving any skill, and English is no exception. This can involve practicing speaking, writing, reading, and listening in English, either through formal classes or informal language exchange programs.

Technology: Technology has made it easier than ever to improve English proficiency, with a range of online tools and resources available. This includes language-learning apps, online courses, and virtual conversation partners.

Travel: Traveling to an English-speaking country can be an effective way to improve language skills, as it provides an opportunity to immerse oneself in the language and culture.

Patience: Learning a language takes time and patience, and it is important to set realistic goals and expectations. Consistent effort over time can lead to significant improvements in English proficiency.

English proficiency can be a key factor in success in business, particularly for those operating on a global scale. The ability to communicate effectively in English can enable business to reach a wider audience, negotiate deals with foreign partners, and navigate cultural differences. English proficiency can be important for individual career success, providing opportunities for international travel and collaboration with colleagues from different parts of the world. By using strategies such as immersion, practice, technology, travel, and patience, individuals can improve their English skills and enhance their chances of success in the business world.

English is the language of education and international travel. Many of the world's top universities and colleges offer courses and programs in English, and English proficiency is often a requirement for admission to these institutions. Additionally, English is the language of international travel, which means that many professionals who work in global business are likely to encounter English speakers in their daily lives.

In addition, English proficiency can also help individuals to stay up-to-date with the latest trends and developments in their industries. Many of the leading industry publications, reports, and websites are written in English, which means that being able to read and understand English is essential for staying informed about the latest news, innovations, and best practices. English proficiency can also be beneficial for individuals who wish to work in multinational corporations or relocate to different countries. Many multinational corporations require employees to be proficient in English, especially in leadership and management roles. In addition, English proficiency can make it easier for professionals to adapt to new cultures and environments, which is essential for success in a globalized economy [3].

In conclusion, English proficiency is essential for success in business. It enables individuals to communicate effectively with colleagues, clients, and partners from different parts of the world, opens up opportunities for career growth and advancement, and can have a significant impact on earning potential. Additionally, it is also essential for entrepreneurs who wish to expand their businesses globally and for individuals who wish to pursue higher education or professional development opportunities. Therefore, individuals who work in global business should prioritize improving their English language skills and seek out opportunities to practice and develop their fluency. With the right skills and mindset, anyone can succeed in the global economy.

References:

1. Cai, X. (2009). Business English Education and Regional Economic Development. China Adult Education
2. Crystal, D. (2003). English as a global language. Cambridge University Press.
3. Gjata, F. (2017). The Importance of English in the Development of International Relations and Diplomacy. "Aleksandër Xhuvani" University. Faculty of Human Sciences. Elbasan, Albania.
4. Rubinstein, A. (2000). Economics and Language: Five Essays. Cambridge University Press.

UDC 811.111:339.5

Panchyshyn S.
senior lecturer of the Department of Foreign Language
Dobrovolska S.
candidate of Economic Sciences (PhD), acting associate professor
Опир М.
senior lecturer of the Department of Foreign Languages
Lviv National Environmental University, Lviv

IMPORTANCE OF ENGLISH IN INTERNATIONAL BUSINESS AND TRADE

English has become the global gold standard when it comes to doing business and fostering international trade. It is the language used in official business proceedings, as well as being a common language among geographically dispersed organizations.

This makes negotiating deals and contracts much easier, because there is no need for costly translations or other intermediaries. Having one shared language also simplifies communication between vendors, partners, and customers across different nations.

The English language is assumed as excellence for international trade. In the production of goods and services, production costs are low due to the fact that US companies use cheap labour, hiring workers hired in Latin American countries that do not speak English, which is why they do not have the right to have good wages because they do not speak English. In the economy, industry, business, international trade, throughout the productive world is written, spoken and read in English as an official language. If you handle the English language any worker will be opened almost all doors in the workplace and with better opportunities. Without a doubt, English is important and fundamental for our profession, although we can be successful professionals without mastering the English language [2]. But today to handle another language is to duplicate the opportunities of success in life and par excellence and importance should be English that other language, managing English allows you to cross frontiers supported by the technology of communication and information. Our society must be aware that knowledge of English is one of the most useful and necessary tools when establishing international business.

English is the essential medium in business and trade, but its dominant role in other areas as well as is difficult to overestimate. In order to fully grasp its significance, it is important to get a general understanding of the language's scope and reach around the world [1]. English still tops the list as the most widely used language in the Internet.

English is also the language of the information age. Computers talk to each other in English. More than 80 percent of information of any kind (scientific, commercial, personal) is stored and exchanged in English. Business and trade can't exist now without English. It is the official language of international aid organizations such as

OXFAM and Save the Children Fund as well as of UNESCO, NATO and the United Nations.

The need to know English when establishing international business relationships reaches the point that there are a series of terms in English coined specifically for this type of business (usually including moving goods between countries) [1]. The so-called «Incoterms», from the acronym in English «International Commercial Terms» are necessary terms, which include specific connotations, coming from English and without any possible translation.

All this leaves only one interpretation open, and that is that when establishing international business relationships, the lack of a level of English, which must also be quite technical, can be and is a huge disadvantage and even the inability to establish such relationships.

Salacuse describes six distinctive features of international business negotiations. He identifies six elements which are common to all international business negotiations, and which as a set distinguish international business negotiations from domestic negotiations.

Negotiation is a communication process in which the parties deal with conflicts to reach an agreement, solve problems, or make arrangements. Negotiation is a widespread social phenomenon involving a wide range of countries, institutions and individuals [4]. Business negotiation is an important part of social and economic life and an important means of information exchange and business contacts between enterprises. Business negotiation is the means for enterprises to achieve economic goals, obtain market information, and explore gain competitive intelligence and market information. Thus, business negotiation is indispensable either to the bargaining in daily life, the cooperation between enterprises and legal persons, and the economic and technological exchanges between countries.

International business negotiation is the general name for business activities discussed by the subjects of business activities between different countries to meet a particular need or achieve a certain goal [4]. Due to the increasingly fierce competition in the international market economy, more and more attention has been paid to international business negotiations [3]. As such, international business negotiation has become a main content area and core of international business theory. Under the condition of market economy, business negotiation is not only a bridge for international enterprises to conclude contracts, but also an important means to improve the economic benefits of enterprises.

The main parties of international business negotiation come from two or more countries. Human culture shapes these business negotiations. People communicate with each other through dialogue, using words to exchange information and in turn, express their own views, opinions, and suggestions. The main parties of international business negotiation come from two or more countries. Human culture shapes these business negotiations. People communicate with each other through dialogue, using words to exchange information and in turn, express their own views, opinions, and suggestions. Business negotiation can be conducted through silent language as well as oral language. Language is a social phenomenon, which is the most important tool for human communication, the tool for thinking and

transmitting information, and the carrier for human beings to preserve their cognitive achievements [5]. Language communication is essential for business negotiation; therefore, business negotiation must adapt to the context. The language skills in business negotiation can be divided into behavioural language skills and cultural language skills. Behaviour language includes actions, dress and speech. Cultural language includes professional language, diplomatic language, legal language, literary language and military language [4].

Finally, English is fast becoming the default language of international communication over digital channels such as email and messaging services. By using a single tongue that all parties can understand, companies can stay informed with their overseas counterparts in almost real time.

All these factors have contributed to English becoming the world's pre-eminent language of international business and trade.

References:

1. Dawson R. (2008). *Secrets of Power negotiating*. Chongqing Publishing House.
2. Du G.R. (2006). Skills and coping strategies in international business negotiation. *Enterprise dynamics*. vol 22, p94-p95
3. Gong H. (2014). *Business Negotiation and Communication: Theory, Skills, Practice*. Posts & Telecom Press.
4. Wu X.P. (2014). *Business Negotiation*. Peking University Press.
5. Xing C.R. (2011). *The Art of Negotiation*. Liao Hai Publishing House.

UDC 330.341

Pylypenko K.

*Doctor of Economic Sciences, professor of the Department of Economics and
Hotel and Restaurant Business,
Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Zaporizhzhia
(Ukraine)*

Cherniavska T.

*Doctor of Economic Sciences,
Professor of the State University of Applied Sciences in Konin (Poland)*

Sorokovyk N.

*Student Recruitment Manager,
European Humanities University, Vilnius (Lithuania)*

DEVELOPMENT AND PERFORMANCE OF RURAL TOURISM IN UKRAINE: REGULATORY CONTROL AND IMPACT FACTORS

In the recent decades, the trend of mass promotion of the nature-oriented tourism in getting more popular, especially in the conditions of pandemic and closed borders.

Agro-ecotourism is a multi-component kind of activity which is rather prevalent and its further development will contribute to a complex use of all resources of rural area, i.e. natural-climatic, cultural-historical, recreational, infrastructural, labor and financial, agricultural, business skills as an economic resource.

Scientists give different interpretations of the concept. Wikipedia defines the concept of “Rural tourism in Ukraine” as supplying/obtaining services of tourism attractions associated with vacation and related with using eco-system potential of the agro-industrial complex and local infrastructure of some region of the rural area of Ukraine, or its specific picturesque peculiarity (cultural, architectural, ethnic, economic, etc.) [1].

The problem of defining the notion of agrarian and rural tourism (as well as tourism generally) is rather complicated and can be solved in different countries in a different way. All concepts found in the literature have the common so-called “degree of details” [2], and afterwards it can be used to interpret the kind of business and taxation burden, procedure of registration and choice of a single tax group.

The main goal of green (eco-) tourism development is to study the national heritage, traditions, to learn different aspects of everyday rural life by involving natural tourism resources of farms and households of population.

Nowadays, the issues of scientific studies are relevant, but require legal fundamentals of creation and performance of the eco-tourism infrastructure in the regions of Ukraine and institutional and financial mechanisms of their implementation.

The industry legal aspects are studied in numerus works which outline the necessity of more clear regulation of that issue. For instance, O. Tuieva [3] studies the problems of legal regulation of rural green tourism and justifies the necessity to improve legislation on standardization, state support and stimulation of rural green

tourism. In his monograph called “Greening and development of rural green tourism in Ukraine”, K. Nikolaiev writes that “... nowadays, there are no target regulatory acts which would completely regulate the relationship established in the process of providing tourism services. There are no plans and programs on the complex development of ecotourism zones and regions... Unfortunately, the existing legislative acts in the field of tourism and agriculture cannot regulate the peculiarities of performance and organization of rural tourism, as well as relations which appear between business entities, tourists and the state” [4].

Development of rural tourism in Ukraine is influenced by a set of factors similar to the other countries in the world, particularly:

- growing demand for studying cultural values, traditions, local holidays and ethnography;
- increasing mobility of citizens due to the growing number of personal transport;
- effective organization of free time;
- tourists’ desire to have comfortable accommodation conditions;
- promotion of healthy lifestyle (excursions, walks, specific sports);
- growing dynamics of the modern urban life and level of stress;
- reorientation of a share of tourist flow from international routes (including due to pandemic and other reasons) to recreation inside the country;
- diversity and continuous improvement of the level of service quality provided by owners of rural households;
- priceless experience of learning native traditions.

The importance, character and degree of impact of the mentioned factors both on the total system of agro-ecotourism, and on its separate elements is the most significant condition for the system to be stable and highly efficient.

Unlike traditional business, development of that kind of activity does not require large investments of the state but has a multiplicative effect. In that case, it is a capacity, due to initiatives, to force development of numerous productions to satisfy tourism demands on the areas visited by agro-ecotourists. It is about the enterprises, which exist because of the immediate work with tourists (owners of agro-ecoresidences, travel operators, travel agents), and also organizations of public catering, transportation means, private museums, workshops of craftsmen, other objects of tourism, i.e. organization which somehow participate in providing services for tourists. The multiplicative effect is revealed in creation of additional jobs in other spheres of economics, as well as determines a complex of benefits for the region.

Effective development of agro-ecotourism as a kind of business activity provides a complex of economic benefits, as well as a significant social, socio-cultural and environmental effect.

It is worth mentioning that development of the sphere of agro-ecotourism practically contributes to solution of a complex of such important national problems as migration of the residents of rural citizens to cities and unemployment that is reduced due to self-employment.

One should note that development of agro-ecotourism also provides a stimulating effect on development of agrarian sector and the region primarily due to production of ecologically clean agricultural products.

References:

1. Agrotourism in Ukraine. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96
2. Pinchuk T.A. Agrotourism as a form of business on rural area. *Scientific bulletin of UzhNU. Series Economics*. 2009. Iss. 28, 49-53. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pinchuk2.htm
3. Tuieva O.M. Organizational and legal fundamentals of supporting activity in the field of rural green tourism. *Current issues of public and private law*. 2017, 2(16), 29-34.
4. Nikolaiev K.D. Greening and development of rural green tourism in Ukraine: monograph. Kyiv: Published by M.P. Drahomanov NPU, 2016.

UDC 338.1

Tesliuk Y.

*PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Economics,
Dnipro State Agrarian and Economic University,*

METHODS OF STATE REGULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY

Implementation of the state innovation policy is ensured by state administration bodies through a system of methods and tools (means) of state regulation.

Methods of state regulation of innovative activity - direct and indirect ways of influencing the behavior of state administration bodies on the behavior of subjects of innovative activity with the aim of increasing their interest in the creation, development and dissemination of innovations and implementing, on this basis, an innovative model of the country's development. Instruments (means) of state regulation of innovative activity are acts of a regulatory or directive nature that regulate certain aspects of innovative activity.

By applying these tools, the state can slow down or speed up the pace of the innovation process, increase or decrease the efficiency of innovation activity. It is important to determine the optimal ratio between them in order to avoid "manual" management of innovative processes and to form an effective economic mechanism for their stimulation. The classification of instruments of the state innovation policy can be carried out on the basis of the "supply-demand" approach. Its essence is that the state exerts influence by stimulating demand for innovative products, tools for creating a favorable institutional and legal environment for entrepreneurs - innovators. Demand regulation instruments are contracts concluded by central or regional state regulatory bodies with subjects of innovative activity regarding the development and production of innovative products, technologies and services.

Supply regulation tools are actions aimed at providing innovators with financial and technical assistance, including the creation of innovation infrastructure: providing innovators with grants, loans, subsidies, guaranteed loans, research tax credits, providing researchers and engineers with appropriate equipment and devices, premises and services, the creation of state institutions for the combination of science and production of various forms of ownership, for example, by creating and promoting the development of technology parks, exhibitions, fairs, etc [1]. The tools for creating a favorable environment for the innovation process are tax benefits, preferential lending and subsidizing, insurance and guarantees, the granting of rights to accelerated depreciation of equipment, the development of patent law by the state, the legal basis for the production and consumption of quality products - the system of standardization and certification of production and certain types of products, regulation of monopolistic enterprises and types of activities, permission of a temporary monopoly of an innovator. This is the creation of conditions for favorable international activity. It is also the development and support of the education system in the country. By applying these tools, the state can slow down or speed up the pace of the innovation process, increase or decrease the efficiency of innovation activity.

Regulation of innovative activity, in accordance with the Law of Ukraine "On Innovative Activity", can be carried out at different levels of state management by various state structures - from the Verkhovna Rada to local executive authorities.

The domestic practice of supporting innovative activities is not effective enough, because direct administration methods are preferred, and the incentive for the innovator can be greater income provided by indirect methods of regulation (financing of various support programs, preferential taxation, preferential lending, etc.).

Forms of state funding of research and development works are classified into direct and indirect. Direct financing is applied, first of all, to budgetary scientific institutions. A form of direct funding can also be a state order for research and applied development on a competitive basis. Indirect financing is based on the creation of favorable conditions for the implementation of innovative projects due to preferential lending, accelerated depreciation, tax benefits.

Forms of financial support for innovations can be subsidies, subsidies, real financial investments in the form of long-term investments of state funds in scientific and technical developments and in transactions with securities of enterprises that carry out innovations, financial leasing [2].

References:

1. Heyets, V.M. (2015), *Innovatsiina Ukraina 2020 [Innovative Ukraine 2020]*, NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
2. Malik, M.U. Shpikyliak, O.G. and Lyzan O.Y. (2013), "Institutes and institutions in the development of integration processes in agriculture", *Ekonomika APK*, vol. 4, pp. 86-92.

UDC 378.1(477)

Ishchenko O.
Senior Lecturer,
LNUP, Lviv

GLOBALIZATION AND ITS IMPACT ON INTERNATIONAL ACTIVITIES AT HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

One of the trends of the modern world is the fact that it is developing extraordinary fast, it is complex and all transformational processes taking place are interrelated. Under such conditions, the need to strengthen partnership relations and coordinate actions at the national, regional, and international levels in order to ensure the quality of higher education systems around the world is increasing. It was in response to this need that the process of internationalization began and continues to develop intensively in higher educational institutions. But internationalization is not only a response to the needs of higher education, but also meets the needs of international economic, social, political and cultural integration, under conditions of total globalization. It is also a response to the challenges of the global problems of today, which can be solved only with the help of joint efforts of the world community on the basis of productive international cooperation. This requires the formation of modern global thinking, global responsibility, abilities and skills to live together, a system of global and intercultural competence in general.

International cooperation around the world is now considered as one of the main indicators of determining quality of education and science and, at the same time, one of the main tools for ensuring and improving it. Therefore, almost all institutions of higher education (HEIs) in all countries around the world are involved in international activities and seek to expand them, at the same time demonstrating differences in the understanding of its values, goals, tasks and means. Internationalization has largely ceased to be a marginal, occasional, or specialized activity and has become a more centralized, carefully organized, and thoughtful component of institutional action, and universities around the world are moving from a reactive to a proactive stance on the issue.

Indicators of such changes according to Jane Knight 1 are:

- Development of new international networks and associations.
- Increasing the number of students, teachers and researchers participating in academic mobility programs.
- Increasing the number of courses, programs and qualifications that focus on comparative and international topics.
- Paying more attention to the development of international/intercultural and global competences.
- Stronger interest in international topics and joint research.
- Increasing number of cross-border delivery of academic programs.
- Increasing extracurricular activities with international or multicultural components on campus.
- Stimulating the involvement of foreign students.

- An increase in number of joint or double degrees.
- Partnership expansion, franchising, offshore branches.
- Creation of new national, regional and international organizations.
- New regional and national state policies and programs to support academic mobility and other internationalization initiatives.

All these phenomena entail significant consequences for higher education, in terms of its quality, access to it, diversity and its financing.

In general, the relationship outlined above can be characterized, following J. Knight 1, as follows: "Internationalization is changing the world of higher education, and globalization is changing the world of internationalization". Elements of globalization are Knowledge and Society, Information and Communication Technologies, Market Economy, Trade Liberalization and Management.

Increasing importance is given to the production and use of knowledge as a creator of wealth for the nations. Emphasis is made on continuous education, lifelong learning and permanent professional development; It creates a large disaffected demand for post-school education. There is a necessity to develop new skills and cognitive results in new types of programs and qualifications. The role of universities in the production of knowledge is being changed and education is becoming increasingly commercialized. Study programs have become more responsive to market demand. Specialized training programs are being developed for niche markets and professional development and distributed worldwide. The international mobility of students and teachers who participate in different international educational, scientific and training programs is increasing. Mobility becomes both physical and virtual.

New technologies have been developed in information and communication technologies and systems. New delivery methods are used for domestic and cross-border delivery education, especially online and satellite forms. Innovative methods of international delivery are used, including e-learning, franchises. Satellite campuses require more attention to program/provider accreditation, recognition of qualifications.

The number and the influence of market economies around the world have considerably increased. Commercialization and commodification of higher education and training on domestic and international levels is growing. New doubts arise about the appropriateness of educational programs and materials in different cultures and countries. A new tendency and potential for homogenization and hybridization of education is developing.

New international and regional trade agreements have reduced barriers to trade. Import and export of educational services and products increases as barriers are removed. Emphasis on commercially oriented export and import of educational programs is being strengthened. The importance of international development projects continues to decrease.

New international and regional management structures and systems have been created. The role of subjects of education both state and non-state level is changing at the national level. New regulatory and political frameworks are being considered at all levels. Attention is given to new international and regional frameworks for

complementation national and regional policy and practice, especially in the field of quality assurance, accreditation, bank transfers, recognition of qualifications and students' mobility. But for the development of an effective strategy of internationalization of higher education, a simple statement of its relationship with the processes of globalization is not yet sufficient. It should be taken into account that globalization is a complex, multidimensional and ambiguous process in its consequences². Accordingly, the impact of globalization on the internationalization of higher education is multidimensional and ambiguous. For countries that are not "stakeholders" of globalization, to which Ukraine belongs, P. Scott's remark that all universities are involved in the process of globalization, but in different ways - "partly as objects and even victims of these processes" can be an important warning, and partly as subjects and main mediators of globalization. At the same time, their position is determined by national systems that are closed to their national contexts"³.

References:

1. Altbach, Philip G., Reisberg, Liz, Rumbley, Laura E.
2. Trends in global higher education: tracking an academic revolution; a report prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education. 2009.
3. Knight, J. Higher education in Turmoil. The changing world of internationalisation. Rotterdam, the Netherlands: Sense Publishers. 2008
4. Scott P. Massification, internationalization, and globalization // The globalization of higher education. Ed. by Scott Buckingham, UK: SRHE & Open University Press, 1998. Pp. 108–129.

УДК 339.5

*Архієреєв С.
д-р екон. наук, проф. кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків*

ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮЖКИ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Найновіші рекомендації щодо інтеграції міжнародного бізнесу України в глобальні ланцюжки створення вартості (ГЛСВ) включають: забезпечення сили закону та підвищення прозорості при видачі дозволів та проведенні закупівель, продовжуючи при цьому здійснення міжсекторальних реформ для покращення оцінки іноземними інвесторами ділового середовища; зміцнення інвестиційної політики країни з приділенням особливої уваги перспективним секторам для залучення інвестицій та збільшення експорту (автомобілів, машин та обладнання, електроніки/ІТ). Крім того, нарощування підприємницького та інноваційного потенціалу місцевих фірм, щоб вони могли брати участь у глобальних ланцюжках створення вартості. А також усунення існуючих кваліфікаційних прогалин та жорсткості ринку праці; використання розширеного доступу на ринок ЄС через розвиток послуг у галузі спрощення процедур політики торгівлі, її заохочення та підтримки; усунення вузьких місць в інфраструктурі, що стримують промислову діяльність та зростання експорту [1]. Ці заходи досить відомі і зрозумілі, але, думається, недостатньо чітко сформульовані для реалізації вирішального етапу реорієнтації міжнародного бізнесу України, що передбачає зміну її економіко-теоретичного аспекту у вигляді переходу до участі в глобальних ланцюжках створення вартості.

При цьому відбувається розвиток у міжнародному аспекті спільно-розділеної праці на новій основі, коли він втілюється вже не тільки в сукупному глобальному продукті, а у значній кількості окремих продуктів, що є результатом функціонування ГЛСВ. У зв'язку з цим для подальших досліджень цієї ключової проблеми реорієнтації залишаються великі можливості, які, сподіваємось, привернуть увагу вчених у найближчій перспективі.

У світлі розуміння сучасної стадії поділу праці як міжнародного поділу-суміщення праці (коли подальший поділ праці призводить вже до спільного виробництва благ різними національними економіками в рамках одного ланцюжка створення вартості) відбуваються відповідні зміни інноваційних процесів. У цьому відношенні хочеться зазначити, що нарощування інноваційного потенціалу українських фірм не слід розуміти лише як потенціал створення знань. Переосмислення національної інноваційної системи як дуальна задача ринкової трансформації [2] триває вже протягом великого періоду, але на сучасному етапі це переосмислення набуває принципово нових рис. Йдеться про зміну розуміння ролі створення нових знань у розвитку міжнародного бізнесу, важливу роль поряд з яким відіграє абсорбція знань.

Щоб побачити важливість цього фактора, можна порівняти становище України зі становищем найбільш просунутої по хай-тек експорту та імпорту Малайзії за трьома основними показниками, що стосуються метаболізму знань в економіці, – їх створенню, абсорбції та розповсюдженню, які, в кінцевому рахунку, визначають ефективність міжнародного аспекту національної інноваційної системи. За показником створення знань становище України набагато краще, проте щодо абсорбції знань істотно гірше, ніж Малайзії. Природно припустити, що загальне відставання України щодо поширення знань викликане слабкою абсорбцією знань. Правда, можливе заперечення, що абсорбція знань характерна тільки для економік, що розвиваються. Ґрунтовний аналіз показує, що у сучасному світі це зовсім не так.

Зміна ситуації з абсорбцією знань у більшості розвинених країн, у тому числі країн Великої сімки відбулася у середині другого десятиліття ХХІ століття, що виявилось у підвищенні їх рангів за показником абсорбції знань у Глобальному індексі інновацій. Якщо у 2013 році 6 із 7 країн займали місця з 30 по 60, тобто у другій тридцятці, то після періоду бурхливого зростання абсорбції знань у більшості провідних країн у 2013–2017 роках 6 із 7 країн займають місця у першій тридцятці (у 5-му десятку опинилася лише найбільш проблематична економіка Італії) [3]. Становище України за цим показником хоч і покращилося, але й у 2020 р. все ще значно відрізняється від становища країн Великої сімки, як сучасного, так і на початку періоду.

Отже, в сучасних умовах навіть найрозвиненіші країни мають звертатися до абсорбції знань як до важливого джерела розвитку. Не вирішивши це завдання, Україна, як, втім, і будь-яка інша країна, не може розраховувати на суттєве поліпшення становища свого міжнародного бізнесу. Щодо головної мети нашого дослідження це означає необхідність реорієнтації на процеси, що є основою абсорбції знань. Тут впливає необхідність звернення до спільно-розділеної діяльності у глобальному масштабі. Крім того, тут знову ж таки йдеться про участь у глобальних ланцюжках створення вартості. Адже через них країни обмінюються не тільки продукцією, але також технологіями й знаннями. Таким чином, участь у глобальних ланцюжках створення вартості актуальна з усіх точок зору і є головною метою реорієнтації міжнародного бізнесу в посттрансформаційній економіці України, але її умовою є абсорбція знань.

Список використаних джерел:

1. Haddad, M. et al. Creating markets in Ukraine: country private sector diagnostic. Doubling Down on Reform: Building Ukraine's New Economy. Executive Summary. *International Finance Corporation*. Washington. 2021. 27 p.
2. Архієреєв С. Дуалізм інституційної архітектоніки та завдання ринкової трансформації. *Інституційна архітектоніка та механізм економічного розвитку: матеріали симпозіуму*.–Харків: ІЕП МОН України. 2005. С.85-88.
3. Global Innovation Index – web site. URL: <https://www.globalinnovationindex.org>

УДК 338.48

*Башинська Ю.
молодший науковий співробітник відділу регіональної екологічної політики
та природокористування,
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього» НАН України,
м. Львів*

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Україна є надзвичайно багатою країною на туристично привабливі об'єкти. Деякі з них є дуже популярними та часто відвідуваними, та багато ще залишаються маловідомими для широкого кола туристів, як іноземних, так й українських. Найбільш популярними серед туристів в Україні є західний та південний регіони та традиційно – столиця м. Київ.

Починаючи з 2017 року Україна демонструвала найшвидший ріст за індексом конкурентоспроможності у галузі туризму та подорожей (Travel&Tourism Competitiveness Index (ТТСІ)) у Євразійському субрегіоні. Україна піднялась на десять сходинок та посідала 78 місце у світі. Такий результат став можливим завдяки економічній стабілізації, покращенню бізнес-середовища (із 124 до 103 місця), підвищенню рівня безпеки (із 127 до 107 сходинки), відкритості до світу (із 78 до 55) та поліпшенню загальної інфраструктури (із 79 до 73 місця). У 2019 році понад 14 мільйонів іноземців відвідали Україну, а середній чек їх перебування в Україні склав 526 доларів. Попри це, туристична галузь становила лише 1,4% ВВП України у довоєнний період [1]. Отже, є великий потенціал для подальшого розвитку туризму в Україні та підвищення його частки у ВВП.

Згідно з рейтингом туристичної привабливості, складеним на основі соціологічних опитувань, найбільш популярними серед українських туристів у 2021 р. були наступні області: Закарпатська, Львівська, Чернівецька, Чернігівська, Волинська, Івано-Франківська, Одеська [2].

Західний регіон України є відомим завдяки безлічі історичних, культурних пам'яток та рекреаційних ресурсів: від затишних середньовічних пам'яток архітектури Львова до старовікових лісів Карпат.

Вагомим стимулом розвитку туризму з боку регіональних органів влади в західному регіоні України є обласні програми розвитку туризму та курортів. Так, в рамках Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 роки було реалізовано сучасний проєкт ВелоБескиди, котрий з'єднав вело- та пішохідний маршрут завдовжки у 100 кілометрів Трускавецьку, Бориславську та Східницьку територіальну громади. Метою проєкту є розвиток туристичної інфраструктури регіону, популяризація активного й здорового відпочинку. У межах проєкту проклали та розбудували пішохідно-трекінгову та велосипедну інфраструктуру і створили безпечні умови для туристів, які здійснюють свої мандрівки гірськими територіями Львівської області. Окрасою

проекту стала збудована 15-метрова оглядова вежа на горі Цюхів Верх біля села Орів, з якої відкривається незабутній вид на цілий регіон [3].

Серед найбільш вагомих перешкод та труднощів, з якими зіткнулися туристи в Україні, відзначають: незадовільний та поганий стан доріг, забруднене навколишнє середовище, зокрема проблема засміченості територій та поводження з відходами, висока вартість та низька якість наданих послуг, погана якість міжміського транспорту, брак інформації щодо туристичних маршрутів [2].

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт UkraineInvest : your investment matters. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/>

2. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» компанією «Хюмен Ресеарч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>

Офіційний сайт Львівської ОВА . Управління туризму та курортів. 03 червня 2022, 16:25. URL: <https://loda.gov.ua/news/30281>

УДК 339.91:330.342.23

Булик О.

*к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

РОЗВИТОК ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ

Особливість розвитку транснаціональних корпорацій полягає в розширенні сфери своєї діяльності не лише на інші компанії, але й на держави. Існують певні цілі та причини, чому відбувається об'єднання корпорацій. До таких цілей або причин можна віднести: придбання відсутньої у корпорації галузі, котра є в іншій компанії, тобто відбудеться галузевий поділ; придбання потрібних ресурсів, щоб збільшити конкуренцію на світовому ринку.

Слід зазначити, що ТНК розвинених країн є вагомими учасниками міжнародних кредитних та фінансових відносин, і здійснюють значний вплив на регіональний розподіл прямих іноземних інвестицій. Аналіз регіонального розподілу ПІІ, їх масштабів, динаміки зростання виявляє таку закономірність: якщо в середині 1990-х років переважна роль належала в цьому процесі найбільш розвиненим країнам, причому в якості не тільки донорів, але і реципієнтів, то в останні роки країни, що розвиваються займають все більшу частку в розподілі прямих іноземних інвестицій. Також варто додати, що ТНК мають велику кількість накопичень всередині корпорацій, за допомогою яких вони можуть покривати виникаючі в процесі діяльності витрати, тобто ТНК – це величезний організм, що самофінансується. Але все ж, корпорації потребують залучення сторонніх, зовнішніх ресурсів, щоб фінансувати своє зростаюче виробництво. Для цього багато ТНК вдаються до міжнародних кредитів. В більшій мірі, провідні розвинені компанії використовують для залучення іноземного капіталу, євроринок. За сумарною короткостроковою і середньостроковою заборгованістю найбільших ТНК на європозики припадає понад 40%.

Передумови створення та подальшого розвитку ТНК чітко показують їхнє місце в економіці окремих країн, а отже, і роль тих самих економік у глобальній економіці. Звісно, це корпорації таких країн, як Велика Британія, Швейцарія чи США, значення яких важко переоцінити ні на початку 20 століття, ні у 21 столітті. Цікавим є той факт, що якщо на перших етапах розвитку ТНК прагнули лише посилити свій вплив на нові ринки, а отже збільшити оборот і прибуток за рахунок дешевих виробничих ресурсів (робоча сила, сировина), то сучасний етап характеризується прагненням до диверсифікування власних ризиків шляхом зменшення залежності від ситуації в тій чи іншій країні.

Проведення порівняння доходів транснаціональних корпорацій, які входять до сотні великих ТНК світу (ТОП 100 за 2021 р.) і ВВП деяких країн показує, що загальний обсяг продажу 200 провідних ТНК перевищує сукупний ВВП 187 країн світу, що складає більше 30% світового ВВП при кількості зайнятих менше однієї третини світового населення [1, 270].

Ще одним важливим призначенням міжнародного кредитного ринку для корпорацій розвинених країн є вигідне розміщення своїх накопичень, фінансових і грошових ресурсів. Важливою тенденцією на міжнародному кредитному ринку, якою почали користуватися ТНК провідних країн – це кредитні деривативи. Якраз, за допомогою даних похідних фінансових інструментів ТНК можуть забезпечити собі безпечну діяльність, зокрема виключити кредитний ризик. Злиття і поглинання також є тенденцією і на міжнародному кредитному ринку. Тут вони більше відбуваються щодо ТНБ, так як практично весь капітал цих банків концентрується на кредитному ринку промислово розвинених країн. Особливо, дане явище поширене в Європейському Союзі. За останні вісім років у Франції відбулися злиття БНП і Париба, Креді Ліоні і Креді Агріколь з утворенням нового банку Лє Креді Ліоне (LCL), Банку Популер і корпоративного банку Натаксіс, до яких приєдналися пізніше кредитно-фінансова група Бред (BRED) і Банк Федераль Популер [2].

Також важливим явищем в останні роки, стала конкуренція між провідними ТНК розвинених країн, а саме: американськими, європейськими та країнами Південно-Східної Азії. Вони почали застосовувати різні методи боротьби, основним з яких є розміщення філій в офшорних зонах. В основному, це пов'язано з ухиленням від сплати податків.

На прикладі інвестиційної діяльності США слід відмітити, що головною відмінністю інвестицій у розвинені країни і ті, що розвиваються є те, що на ринках, що розвиваються, основна мета не максимізація прибутку за допомогою різних фінансових і податкових пільг, а створення живого конкурентного середовища і розширення свого впливу на більшу кількість країн.

Істотним прикладом діяльності корпорацій на розвинених ринках може послужити японська автомобільна сфера. Автомобілебудування в Японії є однією з великих і розвинених діяльностей за чисельністю залучених працівників, вироблених автомобілів, а також множинної кооперації з іншими компаніями різних країн. Головними особливостями японського управління ТНК є: висока якість вироблених автомобілів. Вони націлені на отримання ідеального результату продукції, ніж на максимізацію прибутку; гнучка організаційна структура управління корпораціями, тобто працівник робить все, що йому потрібно для поліпшення виробництва, начальство зважає на думку працівників; гнучкість в адаптаційний питанні до нових ринків, тобто розробка нових бізнес-моделей, якщо того вимагає кон'юнктура нового ринку. Також основним показником серйозної діяльності японських ТНК є їх інвестування в НДДКР.

Японські ТНК на сьогоднішній день перевищують провідні економіки світу – США і ЄС – за такими інноваціями: якісні характеристики автомобілів; екологічні параметри, так японські ТНК ставлять собі за мету, створити самий екологічно чистий автомобіль, отримуючи хорошу підтримку від держави і громадськості; створення спеціалізованих центрів для утилізації автомобілів, які вже непридатні для використання, для Японії – це досить актуальне питання, так як число автомобілів, перевищує кількість доріг в країні.

Для транснаціонального бізнесу у розвинутих країнах характерна велика практика ведення бізнесу маючи трьохсторонні та багатосторонні угоди. Так, компаніям Ford і Mazda належить по 25% в капіталі компанії Ханганг Ford Mazda Engine, а в компанії Changang Ford Mazda Automobile їм належить 35% і 15% акцій відповідно [3, С.23]. Помітним є також той факт, що кількість материнських ТНК у розвинених країнах більш ніж у два рази вища, ніж у країнах, що розвиваються. Країни, що розвиваються – це потенційний і прибутковий ринок з великою можливістю введення нових товарів, тому ТНК користуються можливістю освоєння нових секторів саме в цих країнах. Можна з впевненістю прогнозувати, що найближчими роками трійка лідерів (Китай, США та Індія) залишиться без змін, адже ці країни мають найстабільніший внутрішній ринок.

Таким чином, ТНК перетворили світову економіку на міжнародне виробництво, забезпечили розвиток НТП у всіх його напрямках: технічного рівня і якості продукції; ефективності виробництва; вдосконалення форм менеджменту, управління підприємствами. Вони діють через свої дочірні підприємства і філіали в десятках країн світу за єдиною науково-виробничою та фінансовою стратегією, що формується в їх «мозкових трестах», володіють величезним науково-виробничим і ринковим потенціалом, що забезпечує високий динамізм розвитку.

Список використаних джерел:

1. Булик О.Б. Особливості ТНК як форми міжнародного підприємництва. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2022 р. ч. 2. Львів: ЛНУЦ, 2022. с. 268-271.

2. Булик О.Б. Вплив транснаціоналізації на світову економіку. *Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 28–29 квітня 2021 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. URL: http://science.inem.lviv.ua/wp-content/uploads/2017/01/CONF_NTSA_2021pdf С. 124-126.

3. Булик О.Б. Практика транснаціональних корпорацій в Україні на матеріалах філій NESTLE в Україні. *Економічні студії: науково-практичний журнал*. 1(31) квітень 2021. С.19-24.

*Васильєв С.
к.е.н., доцент кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ТРЕНД СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Становлення глобальної економіки, яка здатна функціонувати як єдина система в масштабі всієї планети, безпосередньо пов'язане зі стрімким розвитком процесів транснаціоналізації виробництва і капіталу. В цьому плані, транснаціоналізацію можна розглядати як вищу еволюційну стадію розвитку підприємництва, що здійснюється не лише заради економічного ефекту (прибутку), а й реалізації геоекономічних амбіцій держав та налагодження їх інтеграційних відносин [1, с. 21-22].

Транснаціоналізація – це процес посилення світової інтеграції у результаті глобальних операцій ТНК, в межах якої значна частина виробництва, споживання, експорту, імпорту і доходу країни залежить від міжнародних центрів за межами держави. Головна особливість ТНК – поєднання централізованого керівництва з певним ступенем самостійності вхідних в неї і знаходяться в різних країнах юридичних осіб та структурних підрозділів (філій, дочірніх компаній) [2].

В процесі глобалізації відбулася еволюція ТНК: якщо спочатку їхня діяльність була пов'язана з розробкою сировинних ресурсів периферійних країн та виробництвом військово-технічної продукції, то останні два десятиліття на світовій арені утвердилися глобальні ТНК з планетарним баченням ринків та процесів конкуренції.

Інтенсивному розвитку ТНК у світі у другій половині ХХ ст. сприяли наступні джерела ефективної діяльності:

– переваги володіння та доступу до природних ресурсів, капіталу та результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР);

– наявність можливості оптимального розподілу підприємств головної (материнської) компанії в різних країнах з урахуванням розмірів національних ринків, темпів їх економічного зростання, наявних цін, доступності економічних ресурсів, а також політичної стабільності;

– можливість якнайшвидшого акумулювання капіталу в межах усієї системи ТНК;

– безпосередня близькість до споживачів продукції зарубіжної філії ТНК та можливість отримання об'єктивної інформації про перспективи розвитку місцевих ринків та конкурентне потенціал аналогічних компаній приймаючої країни;

– горизонтальна диверсифікація в різні сировинні галузі та вертикальна диверсифікація по технологічному принципу в межах однієї галузі, що сприяють забезпеченню економічної стабільності та фінансової стійкості ТНК;

– здатність продовжувати життєвий цикл технологій та продукції ТНК, «скидаючи» їх по мірою старіння в зарубіжні філії та зосереджуючи ресурси підрозділів ТНК на розроблення нових технологій та виробів у материнській компанії в країні базування;

– за рахунок прямих інвестицій є можливість долати експортні бар'єри на шляху впровадження своїх товарів ринку тієї чи іншої країни;

– безперервна поінформованість про кон'юнктуру товарних, валютних та фінансових ринків в різних країнах, яка дозволяє оперативнo спрямовувати потоки капіталів у ті країни, де складаються більш сприятливі умови для отримання максимального прибутку.

Специфічною особливістю ТНК є те, що вони мають можливість враховувати потреби світового ринку та значною мірою формувати попит на свою продукцію на початок її виробництва. Оскільки реалізація монопольного надприбутку стає можливою лише при свідомому обмеженні розмірів виробництва відповідно до існуючим суспільним попитом на цю продукцію та з уже сформованими виробничими потужностями, то рамки, створювані корпораціями, стають необхідними умовою існування самих ТНК.

В ХХІ ст. процес транснаціоналізації виробництва і капіталу став не тільки безпосередньою умовою функціонування і розвитку ТНК, але і головним чинником, який значною мірою визначає темпи і пропорції розвитку всієї світової економіки. Зростання в діяльності ТНК ролі зовнішньоекономічної сфери стає **все** більш діючим чинником їхнього економічного зростання.

Згідно рейтингу найдорожчих компаній світу, оприлюдненого журналом *Forbes*, перше місце належить компанії Apple, вартість бренду якої у 2020 році було оцінено у 241,2 млрд. дол. США, що на 17% більше ніж минулого року. На другому місці знаходиться компанія Google з вартістю в 207,5 млрд. дол. США та зростанням за рік на 24%. Третє місце посіла компанія Microsoft, вартість якої становить 162,9 млрд. дол. США, що на 30% більше, ніж у 2019 р.

До першої п'ятірки найдорожчих компаній світу також потрапили представники ІТ-сфери: окрім названих увійшли компанії Amazon (135,4 млрд. доларів США), яка за рік додала у своїй вартості 40%, та Facebook (70,3 млрд. доларів США), вартість якої за рік знизилася на 21%.

У декілька брендів відбулися суттєві зрушення в річному рейтингу, якщо розглядати фінансові дані у порівнянні з минулим роком. Visa піднялась з 25-го на 18-е місце, Adidas – з 61-го на 51-е, а Netflix – з 38-го на 26-е. Деякі люксові бренди також зазнали значних змін: Chanel змістилася з 79-го на 52-е місце, а Cartier – з 64-го на 56-е.

ТОП-10 найдорожчих компаній світу за версією журналу *Forbes* у 2020 році показано в табл. 1 [3].

Таблиця 1

ТОП-10 найдорожчих компаній світу за версією журналу Forbes у 2020 році

Ранг	Компанія	Рік заснування	Країна	Сфера діяльності	Вартість бренду, млрд. дол. США	Відхилення у порівнянні з 2019 р., %
1	Apple	1976	США	Технології	241,2	+17
2	Google	1998	США	Технології	207,5	+24
3	Microsoft	1975	США	Технології	162,9	+30
4	Amazon	1994	США	Технології	135,4	+40
5	Facebook	2004	США	Технології	70,3	-21
6	Coca-Cola	1892	США	Харчова промисловість	64,4	+9
7	Disney	1923	США	Індустрія розваг	61,3	+18
8	Samsung	1969	Південна Корея	Технології	50,4	-5
9	Louis Vuitton	1854	Франція	Товари розкоші	47,2	+20
10	McDonald's	1940	США	Харчова промисловість	46,1	+5

Список 2020 року включає в себе декілька новачків: Nintendo, Hennessy, Burger King і AXA входять в топ-100. Між іншим, деякі компанії з самими великими втратами були застарілі технологічно компаніями, такі як GE, HP Inc. та IBM, у яких загальна вартість зменшилася на 14%, 12% и 10% відповідно. Компанії Phillips, Hewlett Packard Enterprise и Kellogg's повністю випали з рейтингу.

Згідно Forbes у 2020 р. загальна вартість 100 найдорожчих компаній світу становила 2,54 трлн. дол. США у порівнянні з 2,33 трлн. дол в минулому році, що на 9% більше.

Таким чином, транснаціоналізація виробництва і капіталу, здійснюючи все більший вплив на міжнародні економічні відносини та світову економіку в цілому, стає найважливішими глобальним трендом світової економіки.

Список використаних джерел:

1. Михайлишин Л.І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія / Л.І. Михайлишин. Вінниця: ДонНУ, 2016. 314 с.
2. Моторнюк У.І., Терехух М.І., Стасюк Н.Р. Транснаціоналізація як фактор розвитку світової економіки. Ефективна економіка. 2018. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/105.pdf
3. The World's Most Valuable Brands Forbes. URL: <https://www.forbes.com/the-worlds-most-valuable-brands/#5fdec5c9119c> (дата звернення: 16.03.2023).

УДК 338.46

Васильцова С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,

Гончаренко С.

магістр, кафедра маркетингу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут,

м. Харків

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

В умовах глобалізації та постійного загострення конкуренції фундаментом конкурентоспроможності є інновації, які дають можливість країнам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати належне місце в світовому співтоваристві.

У бізнесі та економіці інновації можуть стати каталізатором зростання. Зі швидким прогресом в транспорті та комунікацій протягом останніх кількох десятиліть, концепції факторе старого світу надбання та порівняльна перевага, які зосереджені на унікальних ресурсах території, застаріли сучасну глобальну економіку. Економіст Йозеф Шумпетер, який зробив великий внесок у вивчення інноваційної економіки стверджував, що галузі повинні постійно революціонізувати економічну структуру зсередини, тобто інновації за допомогою кращих або ефективніших процесів і продуктів, а також ринку дистрибуція, наприклад зв'язок від ремісничої майстерні до фабрики. Він стверджував, що «творче руйнування є суттєвим фактом про капіталізм» [1, с. 10– 12]. Одним із яскравих прикладів був бурхливий бум стартапів у Кремнієвій долині, який вийшов із Stanford Industrial Парк.

В організаційному контексті інновації можуть бути пов'язані з позитивними змінами в ефективності, продуктивності, якості, конкурентоспроможності і завоюванні частки ринку. Однак останні результати досліджень висвітлити додаткову роль організаційної культури в тому, щоб організації могли перекладати інноваційна діяльність у відчутне підвищення продуктивності [2, с. 54 – 55].

Компанії повинні будуть скоротити чи реорганізувати свою діяльність, щоб залишатися конкурентоспроможними. Це вплине на зайнятість оскільки підприємства будуть змушені скорочувати кількість зайнятих під час виконання такої же обсяг роботи, якщо не більше [3].

Якщо компанії засвоять і застосують ці основні принципи – по-своєму, відповідно до свого контексту, можливостей, організаційної культури та конкретним контекстом, можливостями, організаційною культурою та схильністю до ризику, вони підвищать ймовірність того, що вони також зможуть відродити втрачену іскру інновацій. У цифрову епоху темпи змін перейшов у гіпершвидкість, тому компанії повинні отримати ці стратегічні, творчі, виконавчі та організаційні фактори, щоб успішно впроваджувати інноваційні проекти.

Розглянемо основні принципи інновацій [4, с. 18 – 19].

Прагнення. Кількісне визначення "інноваційної цілі для зростання" і включення її в майбутні стратегічні плани допомагає зміцнити важливість інноваційного плану, важливість інновацій та відповідальність за них

Вибір. Свіжі, креативні ідеї безцінні, але багато компаній стикаються з труднощами не стільки через дефіцит нових ідей, скільки через боротьбу за те, щоб визначити, які з них підтримати та масштабувати.

Відкрита для себе. Інновації також потребують дієвих та диференційованих ідей – таких, що зацікавлюють клієнтів та створюють нові категорії та ринки.

Еволюціонує. Інновації в бізнес-моделях, які змінюють економіку ланцюжка створення вартості, диверсифікують потоки прибутку та/або модифікують моделі постачання, завжди були життєвоважливим елементом сильних інновацій та інноваційного портфеля.

Прискорює. Вірусні антитіла підривають інновації в багатьох великих компаніях. Обережні процеси управління полегшують задушливій бюрократії в маркетингових, юридичних, ІТ та інших функціях пошук причин для зупинки або уповільнення. Занадто часто компанії просто стають на заваді власним спробам впроваджувати інновації.

Масштабна. Деякі ідеї, такі як предмети розкоші та багато додатків для смартфонів, призначені для нішевих ринків. Інші, як соціальні мережі, працюють у глобальному масштабі. Чітке врахування відповідного масштабу та охоплення певної ідеї є важливим для того, щоб забезпечити залучення належних ресурсів та ризиків для її реалізації

Розгорнута. Лише за кілька років компанії майже в усіх галузях визнали, що інновації вимагають залучення зовнішніх співробітників. Потоки талантів і знань все частіше виходять за межі компаній і географічні кордони.

Мобілізована. Найкращі компанії знаходять способи впровадити інновації в свою культуру, від ядра до периферії. Вони починають з прагнень, які формують тісний зв'язок між інноваціями, стратегією і результатами діяльності. Великим компаніям нелегко переосмислити себе як провідних інноваторів. Занадто багато фіксованих рутин та культурних факторів може стати на заваді.

Для тих, хто робить спробу, інноваційна досконалість часто досягається багаторічними зусиллями, які зачіпають більшість, якщо не всі, частини організації.

Список використаних джерел:

1. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. Київ: Україна, 1994. 319 с.
2. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Київ: Основи, 1997. 390 с.
3. Скворцов Д.І Інновація, інноваційність та інноваційний розвиток з позицій економічної теорії. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/24636/1/46-309-314.pdf>.
4. Стерхова С. А. Інноваційний продукт – інструменти маркетингу: монографія. Київ: Діло, 2019. 302 с.

УДК 332.1:631.1

*Гацько А.
д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Приходько Т., Ігнатова Є.
здобувачі вищої освіти,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРАГНЕНЬ УКРАЇНИ

Глобалізаційні процеси в світовій економіці, що супроводжуються жорсткою конкуренцією за місце на ринку збуту тих чи інших товарів зумовлюють необхідність пошуку нових інноваційних рішень, спрямованих на забезпечення сталого соціально-економічного розвитку та добробуту населення. Реакцією на такі глобалізаційні виклики, що призвели в певній мірі до послаблення економічних позицій європейських країн на світовому ринку стала концепція «розумної спеціалізації» (smart specialization) [1].

У національній доповіді «Інноваційна Україна 2020» дане поняття визначене як нова концепція регіонального розвитку, що базується на поєднанні промислової та інноваційної політики та має на меті забезпечити ефективно та дієво використання державних інвестицій, концентруючи увагу на сильних сторонах регіону, якими й визначається власне його спеціалізація регіону [2, с. 193]

В цьому контексті актуалізується питання дослідження економічного потенціалу сільськогосподарської галузі регіону з метою виявлення перспектив його подальшого розвитку.

Харківська область має величезний ресурсний потенціал, що забезпечує їй потужні експортні можливості на світовому ринку як промислової, так і сільськогосподарської продукції. За результатами 2019 р. валовий регіональний продукт Харківської області склав 247667 млн грн., забезпечивши їй 3-тє місце після м. Києва та Дніпропетровської області за обсягами вкладу у ВВП України. Також область входить в десятку найбільших експортерів промислової і сільськогосподарської продукції.

Площа Харківської області становить 3141,8 тис. га, що становить 5,2 % від загальної площі України. За площею території Харківська область займає 4-те місце – після Одеської, Дніпропетровської та Чернігівської областей.

В аспекті територіального розміщення найбільша кількість сільськогосподарських підприємств сконцентровані в північній частині області. Причиною більшої щільності розміщення сільгосптоваровиробників на півночі є агрокліматичний фактор, зумовлений розміщенням області у двох природних зонах (лісостеповій та степовій), що справляє вплив на показники спеціалізації підприємств, урожайності сільськогосподарських культур, валові збори продукції тощо. Зазвичай рентабельність підприємств, розміщених на півночі області, є вищою.

У 2021 р. середньооблікова кількість штатних працівників у сфері сільського господарства становила майже 18 тис. осіб. Середній розмір заробітної плати жителя області у листопаді 2021 р. становив 12392 грн. [3].

В регіоні діють численні науково-дослідні установи та університети з експериментальними лабораторіями, в яких проводяться дослідження та здійснюються розробки в галузях машинобудування, літакобудування, сільгоспмашинобудування, хімічної, легкої і харчової промисловості, а також сільського та лісового господарства.

Регіональне благополуччя в мінливих умовах зовнішньої та внутрішньої ринкової кон'юнктури формується за рахунок спроможності наявних виробництв впроваджувати нові технології, забезпечуючи меншу капіталомісткість виробництва при випуску продукції з високою доданою вартістю. В цьому аспекті до найперспективніших галузей, що можуть стати основою розумної спеціалізації регіону, можна віднести машино- та літакобудування, електротехнічну та хімічну промисловості, а також фармацевтику, яка наразі розвиває випуск інноваційних лікарських препаратів.

Агропродовольчий сектор економіки регіону, безумовно, має величезний потенціал та перспективи розвитку, не зважаючи на наявність цінового диспаритету на продукцію сільськогосподарського та промислового виробництва та кон'юнктуру внутрішнього та зовнішнього ринку. При побудові розумної спеціалізації Харківської області слід враховувати необхідність забезпечення потреб населення харчовими продуктами та налагодження переробки надлишків для формування експортних партій готової продукції з високою доданою вартістю.

Сільськогосподарські підприємства в галузі рослинництва спеціалізуються переважно на виробництві зернових та технічних культур. Галузь тваринництва регіону має певні специфічні складнощі, що дозволяє характеризувати її як багатогалузеву, представлену в переважній мірі напрямками молочного скотарства, свинарства та птахівництва.

У 2021 р. виробництво зерна та зернобобових в Харківській області становило 1887 кг на 1 особу. Виробництво молока на 1 особу становило 163,4 кг на особу. Зважаючи, що раціональна норма споживання молочних продуктів має становити 380 кг на душу населення, варто відзначити важливість розвитку молочного скотарства в регіоні. Іншим вагомим фактором є підтверджена багатьма дослідниками економічна ефективність від збалансованого поєднання рослинницької та тваринницької галузей в сільськогосподарському виробництві.

За 2019 – 2021 рр. земельна площа, з якої було зібрано зернові та зернобобові культури, майже не змінилась та становила 1061,8 тис. га. За цей період регіон продемонстрував поступове нарощування обсягів виробництва зернових та зернобобових культур: з 4416,1 тис.т до 4936,9 тис. т, або на 11,8 %. Доволі суттєво за даний період зріс показник середньої урожайності – з 42,2 до 46,5 ц/га, або на 10,2 %.

Найбільші площі у 2021 р. під зерновими та зернобобовими були у Богодухівському районі – 128,6 тис.га, що при одному з найвищих показників

урожайності по району – 53 ц/га дозволило зібрати в районі 6814,6 тис.т зерна. Найвища середня урожайність була зафіксована у Красноградському районі – 56,9 ц/га. Загалом, в трійку найпродуктивніших за збором зерна районів області увійшли Богодухівський, ізюмський та Красноградський.

Збільшення показників урожайності сільськогосподарських культур справляє вплив не тільки на нарощування обсягів валових зборів, але й на інші показники, що характеризують економічну ефективність: продуктивність праці, собівартість виробництва продукції, цінову політику збуту. Зазвичай збільшення урожайності обумовлене залученням додаткових матеріальних витрат, однак, в умовах інтенсифікації темпи зростання урожайності є вищими, ніж темпи зростання додаткових витрат та засоби виробництва. Це дозволяє сільгосптоваровиробникам скоротити трудомісткість виробництва і знизити собівартість вирощування сільськогосподарських культур.

Таким чином, можна відзначити важливість збереження в регіоні традиційного аграрного сектору разом з розвитком нових потенційних сфер економіки.

В довоєнний період Харківська область, маючи потужний природно-ресурсним потенціал, відгравала вагомую роль у виробництві сільськогосподарської продукції, однак досягнуті результати діяльності в повній мірі не забезпечували потреби в продовольчих ресурсах, що мали тенденцію до зростання. Агропромислова сфера економіки Харківщини потребує суттєвих інвестицій в технологічне переоснащення виробництв, державної та регіональної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Foray D., David P.A., Hall B. Smart specialisation – the concept, knowledge economists. Policy Brief. 2009. No. 9. URL : http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/kfg_policy_brief_no9.pdf.
2. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Геиця [та ін.]. Київ : НАН України, 2015. 336 с.
3. У Харківській області знизилися показники сільського господарства. URL: <https://kharkov.comments.ua/ua/news/society/developments/10016-u-harkivskiy-oblasti-vpalo-silске-gospodarstvo.html>.

УДК 330.65

*Гришина Л.
к.е.н., доцент, зав.кафедри економіки і організації виробництва,
Холодович Ю.
здобувач вищої освіти,
Первомайська філія Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Первомайськ*

ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОСТІ РЕГІОНУ

У сучасних умовах вітчизняної економіки важливе значення має пошук шляхів залучення інвестицій в розвиток конкурентних галузей промислового сектору країни. Покращання інвестиційного клімату та активізація розвитку інвестиційного ринку сприятиме залученню інвестицій і зростанню регіональної економіки та сприятиме забезпеченню соціально-економічного розвитку регіонів.

Проте, аналіз показників інвестиційної діяльності в економіці України протягом останнього десятиріччя свідчить про суттєве погіршення інвестиційного забезпечення економічного розвитку. Під впливом світової фінансово-економічної кризи (2009-2010 рр.) відбулося значне скорочення обсягів капітальних інвестицій в економіку, а період посткризового відновлення супроводжувався погравленням інвестиційних процесів, проте загострення соціально-економічної та політичної ситуації в Україні зашкодило закріпленню позитивної динаміки попередніх років – обсяги капітальних інвестицій знову скоротилися. До того ж, поширення COVID-19 в Україні найбільшими темпами відбувалося в регіонах, які тривалий час мають низькі показники соціально-економічного розвитку. Подальше зниження темпів розвитку таких регіонів унаслідок карантинних заходів і поширення пандемії призводитиме до подальшої стагнації їхніх економік, зниження інвестиційної активності, втрати конкурентних переваг.

За статистичними даними, у 2019 році на розвиток економіки області спрямовано 12,3 млрд.грн капітальних інвестицій, що на 40,1% більше ніж у 2018 році (в цілому по Україні – на 15,5%) [5]. Головним джерелом фінансування інвестицій залишаються власні кошти підприємств, за рахунок яких освоєно 9 млрд.грн, або 73,2%.

Важливою складовою економічного розвитку Миколаївського регіону є машинобудівний комплекс, який завдяки виробництву інвестиційної продукції забезпечує техніко-технологічне оновлення інших галузей. Тому випереджальне нарощування інвестицій у машинобудівну промисловість є необхідною передумовою забезпечення структурних зрушень у інших галузях промисловості, розширення виробничого потенціалу Миколаївщини. Разом з цим, машинобудування належить до галузей з найбільшим інвестиційним ризиком через значну залежність попиту на його продукцію від кон'юнктурних коливань, пов'язаних з рівнем інвестиційної активності замовників продукції

машинобудування, а також через значні темпи розвитку новітніх технологій у світі, що зумовлює швидке моральне старіння технологій та обладнання. Усе це вимагає спрямування інвестицій у модернізацію потужностей машинобудування та створення нових гнучких виробництв, здатних пристосовуватися до науково-технологічних змін машинобудівної промисловості у світі та коливань попиту.

Слід відзначити, що серед ключових проблем, які перешкоджають реалізації інвестиційного потенціалу машинобудівної сфери Миколаївського регіону та створенню мультиплікативного ефекту для інших конкурентних галузей промисловості є наступні: низький рівень використання потенціалу виробництва інвестиційної продукції машинобудування для забезпечення потреб вітчизняних замовників; поступова втрата кадрового потенціалу машинобудівної галузі внаслідок старіння кадрів, плинності; неспроможність машинобудівних підприємств відповідати європейським і світовим технічним вимогам.

Іншою визначальною та інвестиційно привабливою галуззю промисловості Миколаївщини є харчова сфера, що пояснюється швидкою окупністю інвестицій, наявністю ресурсів для виробництва харчової продукції, а також існуванням містких ринків збуту. Спостерігаються відносно високі порівняно з іншими сферами промисловості Миколаївщини показники інвестування харчової промисловості, але залишаються наступні проблеми:

➤ низька ефективність використання механізмів державної підтримки інвестування харчової галузі;

➤ низький рівень інтеграції підприємств у ланцюгах доданої вартості, відсутність необхідної інфраструктури для розвитку інтеграційних процесів у харчовій галузі;

➤ повільне впровадження міжнародних стандартів управління якістю та безпечністю харчової продукції на підприємствах.

Таким чином, з метою зміцнення конкурентних переваг Миколаївського регіону та забезпечення його соціально-економічного розвитку на основі підвищення інвестиційної привабливості промислової сфери необхідно визначити та реалізувати відповідні заходи, серед яких: формування коопераційних зв'язків виробників машин і обладнання з державними науково-дослідними організаціями з метою оновлення зразків техніки, технологій, обладнання; поглиблення міжгалузевої інтеграції на взаємовигідних умовах; забезпечення державного замовлення на високотехнологічну машинобудівну продукцію; сприяння налагодженню науково-технічних, інформаційних, виробничих зв'язків вітчизняних підприємств з провідними виробниками ЄС на шляху їх адаптації до міжнародних вимог, технічних регламентів та стандартів, щодо виготовлення конкурентоспроможних видів продукції.

Список використаних джерел:

1. Захарін С. В. Стимулювання інвестиційної та інноваційно-технологічної діяльності в контексті реалізації регіональної економічної політики. *Економіка і управління*, 2011. Вип. 2. С. 115–118.

2. Кравченко О. М. Сутність і призначення інвестиційного модуля в програмах регіонального розвитку. Управління проектами та розвиток виробництва. 2010. № 1. С. 120–128.

3. Степаненко С. В. Інвестиційна привабливість регіонів та інноваційна політика в контексті сталого економічного зростання Державне будівництво. 2012. № 2, С.34-39.

4. Землянкін А. І., Савченко Т. Г. Визначення тенденцій та ефективності інвестиційної діяльності у регіоні. *Економічний вісник Донбасу*, 2013. № 1. С. 107–113.

5. Офіційний сайт головного управління статистики Миколаївської області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>

УДК 631.1:330.341.1

Грідін О.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

ВИЗНАЧАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УСПІШНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Перед нашою державою, наразі, вельми актуальною залишається проблема забезпечення динамічного розвитку аграрного сектору національної економіки, зокрема сільськогосподарської його галузі саме на інноваційно-інвестиційній основі, що обумовлено потужними інтеграційними тенденціями у загальносвітовому економічному просторі та неухильним посиленням конкурентної боротьби на світовому ринку аграрної продукції. При цьому, всеохоплююча інноваційна діяльність, в існуючих реаліях, є міцним базисом стрімкого економічного зростання як усієї економіки країни, так і окремих її галузей [5, с. 49].

Попри те, що впродовж ряду минулих років відмічалися окремі позитивні тенденції розвитку інноваційної діяльності в певних секторах економіки України, зокрема в аграрній її сфері, у той же час, у цілому, вони мали лише фрагментарний характер, що обумовлене безсистемністю, розбалансованістю та неузгодженістю загальнодержавної інноваційно-інвестиційної політики країни. Крім того, згадані позитивні зрушення, через здійснення руйнівного впливу викликаного широкомасштабною війною в Україні, зараз зведені майже нанівець. Відповідно до цього, безперечно актуальним, на наш погляд, на сьогодні є виявлення ключових перешкод, що гальмують розвиток інноваційної діяльності в Україні, а також окреслення напрямів їх подолання з урахуванням кращого світового досвіду [4, с. 99].

Очевидно, що, наразі, саме впровадження інновацій є запорукою покращення якості продукції та забезпечення її конкурентоспроможності на світовому ринку в умовах його високої динамічності. При цьому, завжди необхідно пам'ятати про те, що здатність будь-якого суб'єкта господарювання до розвитку на інноваційній основі, першочергово, визначається наявністю та обсягами його інноваційного потенціалу [3, с. 7].

До основних перешкод, що стоять на заваді інтенсивному розвитку інноваційної діяльності в Україні на даний час є [4, с. 101-102]: неврегульованість низки нормативно-правових аспектів, що обумовлюють розвиток інноваційної діяльності, зокрема прогалини у забезпеченні захисту прав інтелектуальної власності; відсутність чіткого взаємоузгодження між загальнодержавною та регіональними стратегіями розвитку інноваційної діяльності; недостатній рівень співпраці науково-дослідних, освітніх установ та суб'єктів реального сектору національної економіки; суттєвий дефіцит власних грошово-фінансових ресурсів для повноцінного провадження інноваційної діяльності; вкрай низький, порівняно з провідними країнами світу, рівень

розвитку інфраструктури; постійний відтік з країни наукових кадрів; істотні прогалини у податковому законодавстві та значне податкове навантаження; несприятливий інвестиційний клімат, що погіршився внаслідок впливу воєнного чинника; низький рівень корпоративної культури та нехтування суб'єктами господарювання важливості впливу на забезпечення інноваційного розвитку саме культурного аспекту тощо.

Провідні науковці виділяють цілу низку суттєвих особливостей інноваційного процесу в сільському господарстві, до основних з яких можна віднести [5, с. 51-52]: широкий асортимент продукції та істотні відмінності в технологіях її виробництва; тривалий процес розробки та специфічні особливості впровадження нововведень; поліпшуючий характер більшості впроваджуваних інновацій; інноваційні процеси тісно пов'язані із впливом на біологічні організми; чітко виражена провідна роль науково-дослідних установ в інноваційних процесах і, у той же час, недостатній рівень їх взаємодії із сільськогосподарськими товаровиробниками; диференціація окремих регіонів країни за агротехнологічними умовами виробництва; суттєва залежність інноваційних процесів від природно-кліматичного чинника та екологічних умов тощо.

При цьому, у сільському господарстві відмічається вельми низьке загальне сприйняття впровадженню інновацій, що пояснюється, здебільшого, наступними основними причинами [2, с. 36; 3, с. 7; 5, с. 53]: недостатнім усвідомленням вищим керівництвом підприємств важливості власної провідної ролі у впровадженні інновацій; підвищеним ступенем ризику та відповідальності керівників усіх рівнів; низьким техніко-технологічним рівнем виробництва та недостатньою ресурсною базою; браком висококваліфікованих фахівців, здатних об'єктивно сприймати та ефективно впроваджувати інновації; опір змінам та активна протидія нововведенням рядових працівників підприємств, дуже часто через невизначеність, нестачу або викривлення інформації щодо наслідків впровадження інновацій, а також небажання змінювати існуючі способи організації виробництва; недостатнім рівнем залучення інвестиційних ресурсів, зокрема з іноземних джерел, для забезпечення повноцінного фінансування реалізації інноваційних проєктів тощо.

На наш погляд, з метою загального покращення рівня інноваційного розвитку України та забезпечення максимально можливого використання інноваційного потенціалу сільськогосподарських товаровиробників необхідним є здійснення комплексу заходів спрямованих на [1, с. 17; 3, с. 7; 4, с. 102]: формування сучасної інноваційно-орієнтованої структури національної економіки; удосконалення нормативно-правової бази розвитку інноваційної сфери України; поліпшення механізму захисту прав інтелектуальної власності та процедур патентного захисту інновацій; цілеспрямована підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації кадрів; встановлення пільгового податкового режиму на здійснення та впровадження результатів НДДКР; сприяння трансферу інноваційних технологій з різноманітних сфер економіки; формування ринку інноваційної продукції та створення умов для забезпечення

його успішного розвитку; відповідна державна підтримка інноваційного розвитку територій; забезпечення злагодженості в діях усіх учасників інноваційного процесу (науково-дослідних установ, державних інституцій, товаровиробників, ринкових посередників, кінцевих споживачів тощо); створення сприятливих умов для максимально ефективної співпраці наукового та підприємницького секторів у сфері інноваційної діяльності на основі технополісів, технопарків; сприяння підвищенню загального розвитку інноваційної культури суспільства тощо.

У відповідності до вище викладеного, цілком очевидним є те, що лише комплексна реалізація окреслених вище заходів дозволить створити сприятливі передумови для швидкого відновлення науково-технічного потенціалу країни, забезпечення інтенсивного розвитку інноваційної діяльності вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників, швидкої їх адаптації до ринкових реалій сьогодення та забезпечить високий рівень конкурентоспроможності на світовому ринку і, як наслідок, сприятиме досягненню відродження аграрного сектору національної економіки в стратегічній перспективі.

Список використаних джерел:

1. Грідін О.В. Ключові проблеми формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку аграрної сфери економіки та шляхи їх вирішення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. №2. С. 11-20. URL: http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/apie_2019_r02_a02.pdf DOI:<https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-2-2>
2. Грідін О.В. Ресурсозберігаючі технології як один з головних напрямів інноваційного розвитку підприємств сільського господарства. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2019. Svazek 5. 3 Vydání. S. 34-38. URL: https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem_2019_5_3/07.pdf
3. Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Цвик О.Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 5-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_4_3
4. Михайленко Н.О., Манойленко А.М. Проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні та шляхи їх вирішення на основі досвіду економічно розвинених країн. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28(1). С. 98-102. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_28\(1\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_28(1)_22)
5. Полегенька М.А. Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України. *Агросвіт*. 2017. № 6. С. 49-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2017_6_10

УДК 330.31.13

Гурмус М.
викладач обліково-економічних дисциплін I категорії,
ВСП «Стрийський фаховий коледж ЛНУП», м. Стрий

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Сучасне бачення перспектив розвитку економіки територій засновується на розумінні нерозривного зв'язку між інвестиціями та інноваціями. Їх взаємодоповнювальний ефект полягає у тому, що фінансоване бізнесом капітальне будівництво (та інші форми інвестиційної діяльності), здійснені з метою реалізації інноваційного проєкту, є поштовхом для розвитку місцевого підприємництва, розвитку соціальної та логістичної інфраструктури. Цим створюються нові робочі місця та підвищується привабливість території для проживання. Проте реалізації інвестиційно-інноваційних проєктів в Україні перешкоджають значні диспропорції в економічному розвитку територій. Вони зумовлені насамперед тим, що їхній промисловий потенціал продовжує бути зорієнтованим на виробництво товарів із низькою часткою доданої вартості, а ресурсний потенціал деградує.

У межах досліджень інвестиційно-інноваційних процесів розвитку територій виділяють основного суб'єкта інвестиційного та інноваційного розвитку території – підприємство, яке веде інвестиційну діяльність із метою реалізації інноваційних проєктів.

Дослідники вважають, що елементами інвестиційно-інноваційного розвитку в умовах системних перетворень є нововведення, орієнтовані на підвищення виробничотехнічного потенціалу (через модернізацію, технічне переоснащення, реконструкцію) та вдосконалення організаційно-економічних відносин (через реінжиніринг бізнес-процесів, реорганізацію, реструктуризацію виробництва та системи управління) [2, с. 158–159].

У частині наукових досліджень, які безпосередньо присвячено проблемам управління розвитком територій, мета інвестиційно-інноваційного розвитку визначається як підвищення інвестиційної привабливості регіонів та інноваційної активності суб'єктів господарювання. Основні перспективи інвестиційно-інноваційного розвитку бачать у подоланні таких негативних тенденцій, як: низька частка конкурентоздатної продукції на товарних ринках, забезпеченої стійким перспективним попитом; низька ефективність інвестиційних ресурсів, що вкладаються у вітчизняне виробництво товарів і послуг; високі інвестиційні ризики [1, с. 48].

Інвестиційно-інноваційні процеси займають окреме місце поруч з іншими методами розвитку економічного потенціалу територій. Їх особливість полягає у тому, що очікуваним результатом такого розвитку є переформатування промислового комплексу держави у цілому на використання інноваційних технологій в організації виробництва та управлінні ресурсами.

В останні роки визначальна роль окремих територій у цьому процесі окреслилася у зв'язку з розширенням компетенції та фінансових можливостей територіальних громад (у результаті реформи децентралізації).

У цьому контексті інвестиційно-інноваційний потенціал може розглядатися як «максимальні можливості регіону щодо реалізації регіональних інвестиційно-інноваційних процесів, зокрема розроблення і реалізації інновацій, інноваційних проєктів» [3, с. 58].

Відмінність інвестиційно-інноваційного розвитку від інших концепцій розвитку територій зумовлена орієнтованістю на створення інноваційного продукту. Умовою інвестиційно-інноваційного розвитку є створення сприятливого інституційного середовища.

Одним з основних для регулювання інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні є Закон «Про інноваційну діяльність», яким визначено: принципи та механізм здійснення державної інноваційної політики, засади державного регулювання інноваційної діяльності, правовий режим інноваційних проєктів, склад об'єктів та суб'єктів інноваційної діяльності, засади фінансування інноваційної діяльності та ін. [1].

Важливим програмним документом для інвестиційно-інноваційного розвитку територій є Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 р., яка вказує на такі напрями розв'язання проблеми побудови інноваційної економіки:

- створення сприятливого нормативно-правового поля для інноваційної діяльності;
- розвиток інноваційної інфраструктури, методично-консалтингове забезпечення, розширення міжнародних зв'язків у сфері технологій;
- підвищення рівня спроможності, що реалізується шляхом культурно-просвітницької та освітньої діяльності; сприяння забезпеченню успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладах вищої освіти за одним із вибраних напрямів: започаткування власної справи, робота на сучасному технологічному підприємстві або наукова (викладацька) робота [3].

Ключовим складником інвестиційно-інноваційного розвитку територій є виробництво та просування на зовнішніх ринках вітчизняної інноваційної продукції.

Стимулювання інвестиційно-інноваційних процесів розвитку територій також передбачає впровадження суб'єктами певних заходів.

У науковій літературі серед таких заходів виділяють:

- створення організацій із прогностичного аналізу форсайтних досліджень і технологічних передбачень;
- створення державних та приватних центрів міждисциплінарних науково-технічних робіт;
- створення мережі впроваджувальних інноваційних структур усіх рівнів – ланцюгів трансферту інноваційного продукту у виробництво;
- розширення міжнародного співробітництва в науково-технічній сфері;
- популяризацію ключових сегментів вітчизняного інноваційного бізнесу на міжнародному рівні;

– гармонізацію вітчизняного законодавства у сфері патентування, захисту авторських прав, інвестування у наукові розробки та у сфері інноваційної діяльності;

– податкове стимулювання;

– розроблення інформаційних технологій;

– удосконалення системи трансферту технологій та оцінки об'єктів інтелектуальної власності;

– забезпечення широкого доступу до автоматизованих баз даних науково-технічної інформації та створення відповідних інформаційних структур.

Ураховуючи зазначене, подальші дослідження потрібно спрямувати на розроблення стратегічних орієнтирів інноваційно-інноваційного розвитку територій та формування дієвого механізму реалізації стратегії інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Волощук В.Р. Інструментарій оцінки інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств. Формування ринкових відносин в Україні. 2020. № 12. с. 61–71.

2. Бабина О.М. Аналіз інвестиційних можливостей підприємництва з позицій розвитку інноваційної діяльності у виробництві енергії з альтернативних джерел. Ефективна економіка. 2020. № 4.

3. Гріщенко І., Білецька Н., Клівіденко Л. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна № 50. с. 157–160.

УДК 330.3:631.1

Гуторов О.

*д.е.н., професор, провідний науковий співробітник
відділу геоінформаційних технологій та економічних досліджень,
Інститут кліматично орієнтованого сільського господарства, м. Одеса*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Особливістю сучасного періоду розвитку всіх галузей і сфер агропромислового виробництва є необхідність прискорення науково-технічного прогресу на основі інноваційних процесів, що дозволяють здійснювати безперервне оновлення виробництва на основі розвитку наукових досягнень, техніки і передового досвіду [1, 2, 3].

Стосовно різних галузей і сфер національної економіки сутність інноваційної діяльності не має принципових відмінностей, але характер і напрямки інноваційного процесу в них можуть мати істотні відмінності. Зокрема, інноваційний процес в агропромисловому комплексі має свою специфіку, обумовлену, перш за все, особливостями агропромислового виробництва, і, зокрема, включеного в нього сільського господарства. Такими особливостями є: множинність видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, істотна різниця в технологіях її вирощування та виробництва; значна залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природних і погодних умов, що склалися; велика різниця в періоді виробництва для окремих видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки; високий ступінь територіальної роз'єднаності сільськогосподарського виробництва і диференціація окремих регіонів за умовами виробництва; відрізняється соціальним рівнем працівників сільського господарства, що вимагає набагато більшої уваги до підготовки кадрів і підвищення рівня їх кваліфікації [4].

Серед найбільш характерних рис розвитку інноваційних процесів в агропромисловому комплексі можна виділити: множинність форм і зв'язків сільськогосподарських товаровиробників з інноваційними формаціями; ізоляція більшості сільгоспвиробників на всіх рівнях: від організацій, що випускають науково-технічну продукцію, до підприємств, що займаються її реалізацією; відсутність чіткого і науково обґрунтованого організаційно-економічного механізму передачі наукових досягнень сільськогосподарським товаровиробникам і, як наслідок, значне відставання галузі в розвитку інновацій в агропромисловому виробництві [5, 6].

З усього вищесказаного випливає очевидний висновок про те, що відповіді на всі поставлені питання і вирішити завдання визначення оптимального шляху розвитку агропромислового комплексу України, її галузей і підприємств можна тільки на основі прогнозних досліджень. Тільки вони можуть надати необхідну інформацію для прийняття відповідних рішень і дозволять передбачити їх можливі негативні наслідки. Необхідно, щоб всі

працівники агропромислового комплексу (від його органів управління до кожного підприємства) усвідомили, що тільки завдяки науково-технічному прогресу, через активну реалізацію чіткої інноваційної політики можна вийти на рівень виробництва передових країн. Це положення має бути підкріплене сукупністю організаційно-економічних і соціальних умов, які б сприяли підвищенню інноваційної активності в агропромисловому комплексі. Цьому повинно сприяти вдосконалення організації виробництва, для чого необхідно виділяти кошти, і, перш за все, з бюджету, як це робиться у всіх розвинутих країнах світу, для цього повинні бути створені соціальні умови і, зокрема, стимулювання безпосередньої зацікавленості працівників в активізації інноваційної діяльності на всіх рівнях.

Створення зазначеного комплексу організаційно-економічних і соціальних умов зумовлює дію відповідних їм факторів інноваційної діяльності в агропромисловому комплексі. До них відносяться: зацікавленість сільгоспвиробників в отриманні додаткового ефекту від впровадження наукових розробок; прискорення розвитку інновацій, що відповідають потребам сільськогосподарського виробництва; обізнаність товаровиробників у всіх сферах агропромислового комплексу з науковими розробками, рекомендованими для розвитку у виробництві; науково-організаційна підготовка кадрів на всіх рівнях інноваційного процесу; вибір пріоритетних напрямів розвитку наукових досягнень в агропромисловому виробництві; економічне стимулювання працівників інноваційної сфери за ефективність їх діяльності.

В усталених економічних умовах інноваційна діяльність в агропромисловому комплексі повинна розвиватися як зверху вниз, так і знизу вгору за ієрархічним принципом. Ініціатива повинна належати як державному рівню управління, так і регіональним органам управління агропромисловим комплексом. У верхньому ешелоні інноваційного потоку (державному і регіональному рівні) повинні бути добре відомі запити виробництва, що постійно лежать в основі планування їх діяльності. Це повинно бути направлено на вдосконалення управління виробництвом на всіх рівнях і вироблення стимулів для підвищення інноваційної активності.

Перш ніж сформулювати стратегічні напрями підвищення інноваційної активності, які логічно випливають з наведених вище умов і факторів розвитку цього процесу, необхідно звернути увагу на виникаючу тенденцію перекладання відповідальності за інноваційний процес в агропромисловому комплексі України безпосередньо на сільгоспвиробників.

У той же час досвід країн з розвиненим інтенсивним сільськогосподарським виробництвом показує, що науково-технічний прогрес в даній конкретній галузі є обов'язком всього суспільства, яке споживає її продукцію. Сільське господарство в силу своїх специфічних особливостей і обмежених організаційних, економічних і технічних можливостей не може ефективно функціонувати без допомоги держави, яка повинна не тільки мати власну інноваційну політику, а й безпосередньо регулювати інноваційний процес.

У зв'язку з цим основними напрямками підвищення інноваційної активності в агропромисловому комплексі є не тільки активізація діяльності безпосередніх виконавців інноваційного процесу, а й запровадження системи певних державних заходів щодо активізації самого процесу.

До таких заходів належать: державна підтримка наукової та інноваційної сфери; поступова переорієнтація органів управління з адміністративно-управлінських функцій на інноваційну діяльність; наближення діяльності наукових установ безпосередньо до потреб виробництва; активізація функціонування всіх організаційних форм інноваційного процесу з метою надання допомоги сільськогосподарським товаровиробникам у впровадженні досягнень науки і техніки; розробка спеціалізованої інформаційної служби агропромислового комплексу з організації багатоканальної інформації про наукові досягнення, рекомендаціях щодо впровадження у виробництво шляхом залучення всіх засобів масової інформації (друкованих, радіо, телевізійних тощо); організація масової перепідготовки кадрів на всіх рівнях інноваційного процесу; розробка та впровадження системи економічних стимулів для подальшого розвитку інноваційного процесу в агропромисловому комплексі; виконання цільових державних, галузевих та регіональних науково-технічних програм; подальше вдосконалення організаційних форм розвитку інноваційного процесу та поширення таких інтегрованих утворень, як технопарки, технополіси, науково-виробничі системи, інноваційні центри, інноваційно-консультаційні центри та інші.

Тільки за умови здійснення всього комплексу цих заходів на всіх рівнях управління можна підвищити інноваційну активність в агропромисловому комплексі та створити умови для сталого розвитку галузі.

Список використаних джерел:

1. Ковтун В. А. Інноваційна стратегія розвитку аграрних підприємств. *Фінпростір*. 2020. № 3 (39). С. 142-153.
2. Кукса І. М. Механізм державного регулювання інноваційного розвитку АПК: монографія. К.: СІК ГРУП УКРАЇНА, 2014. 328 с.
3. Лупенко Ю. О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України. *Економіка АПК*. 2014. № 12. С. 5-11.
4. Гуторов А. О., Гуторов О. І. Кадрове забезпечення формування інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Харків, 2018. № 2. С. 47-62.
5. Лобас М. Г., Россоха В. В., Соколов Д. О. Управління інноваційно-технологічним розвитком агросфери : монографія. / за ред. М. Г. Лобаса. К.: ННЦ «ІАЕ», 2016. 416 с.
6. Соколюк С. Ю. Розвиток підприємств аграрного сектору на засадах гармонізації інноваційних процесів: теорія і практика: монографія. Умань: «Візаві», 2019. 376 с.

УДК 364.3

*Гуцуляк І., Гуцуляк М.
вик. вищ. катег., ВСП «Тлумацький фаховий коледж Львівського
національного університету природокористування», м.Тлумач*

СУТНІСТЬ, ПРИНЦИПИ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ФАНДРАЙЗИНГУ

Фандрайзинг як діяльність з визначення і пошуку основних потенційних каналів надходження фінансових ресурсів посідає особливе місце серед позабюджетних джерел фінансування.

Проблеми розвитку фандрейзингу як сучасного інструменту мобілізації коштів є актуальним, особливо в умовах економічної нестабільності України та воєнного часу, адже це потужний інструмент для вирішення соціальних та екологічних проблем, відродження культурного фонду країни, розвитку територіальних громад та інших важливих питань в умовах нестачі державних коштів.

На сьогоднішній час благодійність досягла значного розмаху і набула різноманітних форм: меценатство, спонсорство, підтримка через надання грантів, пожертв, матеріальних, інформаційних ресурсів тощо. Поширення благодійності та набуття нею форми організованої діяльності спричинили виникнення фандрейзингу, як науки про планування та впорядкування дій, що допоможуть діяти організовано як меценатам, так і тим, хто отримує благодійну допомогу, — бенефіціарам. Слід зазначити, що фандрейзингова діяльність тісно пов'язана з такими поняттями, як «благодійність», «благодійна діяльність», «благодійництво». З метою точнішого розуміння термінології необхідно пояснити сутність ключових понять і з'ясувати взаємозв'язок між ними.

Поняття «благодійність» увійшло в суспільну свідомість як гуманістичний поклик людини надавати допомогу нужденним. Нині така діяльність набуває дедалі більшого значення у вирішенні нагальних соціальних проблем — благодійні організації, фонди здійснюють значний внесок у соціальну сферу. Воно має широкий зміст — від звичайної матеріальної допомоги до меценатства. Отже, благодійність – це добровільна, безкорислива та усвідомлена діяльність фізичних або юридичних осіб приватного права, що виражається через особисту та/або майнову допомогу, ґрунтується на принципах законності, гуманності, рівності та здійснюється для досягнення суспільно-значимих цілей[3].

Історично склалися три види благодійності: особиста, громадська та державна. Серед найпоширеніших видів сучасної вітчизняної доброчинності — організована (громадська), що здійснюється благодійними організаціями. Відповідно до Закону України "Про благодійну діяльність та благодійні організації" від 05.07.2012 р., благодійна діяльність – це добровільна особиста та/або майнова допомога для досягнення визначених цим Законом цілей, що не передбачає одержання благодійником прибутку, а також сплати будь-якої винагороди або компенсації благодійнику від імені або за дорученням

бенефіціара [4, 77-80]. Треба зауважити, що Кабінет міністрів постановою від 05.03.2022 р. №202 затвердив деякі питання отримання, використання, обліку та звітності благодійної допомоги. У ній зазначено, що відповідно до Закону про воєнний стан та Указу Президента України від 24.02.2022 р. №64/2022 в умовах воєнного стану не поширюються встановлені законодавством вимоги щодо отримання, використання, обліку та звітності благодійної допомоги від юридичних та фізичних осіб — резидентів і нерезидентів. Тобто всі благодійні організації та фонди, які збирають кошти для постраждалих під час бойових дій, не повинні вести облік цих коштів та звітувати про них за загальним правилом[1].

При цьому благодійництво розглядається як добровільна безкорислива жертва фізичних та юридичних осіб у наданні потрібної матеріальної, фінансової, організаційної та іншої благодійної допомоги. У свою чергу, фандрайзинг — процес залучення фінансових та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних, часових, тощо), які організація не може забезпечити самостійно та які необхідні для реалізації певного соціального проекту або діяльності загалом. Здійснення фандрейзингової кампанії передбачає пошук потенційних джерел фінансування, обґрунтування потреби в коштах і, зважаючи на інтереси та мотиви донорів (благодійників, меценатів), формування, підтримку та розвиток взаємозв'язків з ними, а також формування громадської думки з метою підтримки діяльності організації [5, с.28-34]. Таким чином, якщо благодійність — це добровільна та безкорислива допомога тим, хто її потребує, то фандрейзинг слід розглядати як дію, спрямовану на допомогу тим, хто її потребує. У цьому, власне, і полягає зв'язок між благодійністю і фандрейзингом у контексті суспільних відносин[2, с. 85-90].

Дослідження в сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі підходів щодо категорії «фандрайзинг» дозволяє сформулювати наступне визначення: фандрайзинг – це професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів для реалізації соціально значущих і науково-дослідних неприбуткових проєктів, яка вимагає спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення донора.

Суб'єктами фандрайзингової діяльності є неприбуткові організації (НПО), які займаються пошуком джерел фінансування та інших необхідних ресурсів для реалізації проєктів.

Об'єктами фандрайзингу виступають різні категорії донорів, основними з яких є благодійні фонди, приватні особи, корпорації та бізнес-структури.

Фандрайзингову діяльність, окрім Декларації етичних принципів і Кодексів етики, регламентують та контролюють законодавчі акти країни, на території якої вона здійснюється. Основне правило фандрайзингу, яким необхідно керуватися фандрайзерам, некомерційним організаціям і донорам будь-якої країни – це те, що донори дійсно повинні надавати ресурси на некомерційній безповоротній основі, отримуючи взамін визнання, самоствердження, знаки уваги, а не товари або послуги на відшкодування за жертву, дивіденди від своїх інвестицій тощо.

Отже, перевага фандрайзингової системи полягає не тільки в забезпеченні цілого комплексу послуг, що стимулюють і підтримують життєдіяльність соціальних організацій та проектів, а й в можливості консолідації світових ресурсів та витрачання їх відповідно до потреб, в орієнтації на підтримку інновацій в області розвитку соціально важливих технологій і забезпечення доступу до світових ресурсів всіх зацікавлених учасників на базі безпрецедентного розвитку сучасних інформаційних і комунікаційних технологій. Заходи по збору грошей за своїм потенціалом практично не поступаються чисто з організаційних заходів. Вони згуртовують колектив, зміцнюють почуття лояльності до своєї організації, усвідомлення своєї відповідальності, сприяють виявленню нових лідерів; до того ж в очах громадськості складається імідж цієї організації: навколишні глибше усвідомлюють, що собою представляє дана організація і чим конкретно вона займається. Ці два фактори - залучення коштів і формування іміджу некомерційної організації - і є кінцева мета фандрайзингу і зв'язків з громадськістю. Адже, фандрайзинг є процесом, який дозволяє багатьом благодійним організаціям діяти для досягнення спільної мети, спрямованої на розв'язання якоїсь проблеми чи, у більш глобальному контексті, покращення нашого життя.

Список використаних джерел:

1. Деякі питання отримання, використання, обліку та звітності благодійної допомоги: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 березня 2022 р. № 202. // Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/202-2022-%D0%BF#Text>.
2. Дзуліт З. П., Стасів Н. В., Моторнюк У. І. Джерела фінансування фандрайзингу та пріоритетні напрями його реалізації в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2018. № 899. С. 85-90.
3. Етичний кодекс фандрайзерів [Електронний ресурс] // Інститут Професійного Фандрайзингу – Режим доступу до ресурсу: <http://fundraiser.org.ua/pro/dokumenty-ipf/etychnyj-kodeks-fandrajzeriv/>.
4. Загальна декларація волонтерів, прийнята на XI конгресі Міжнародної асоціації волонтерів // Права людини: навчальний посібник. К: Просвіта, 2002. - С. 67-80.
5. Фандрайзинг: навч. посіб. — Київ: Центральноукр. регіон. навч. центр. Партнерство громад фундація "Україна-США" (USAID), 2003. — 95 с.

УДК 330.341.1:631.11

*Єфремова Н.
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,
бізнесу і адміністрування,
Ломовських Л.
докт. екон. наук, професор, професор кафедри глобальної економіки,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

У сучасному швидко мінливому та дедалі більш конкурентному бізнес-середовищі дослідження та розробка організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю в підприємствах аграрного сектору економіки набуває все більшої актуальності. Галузь сільського господарства дедалі все частіше стикається з численними викликами, такими як зміна ринкових умов, зростання конкуренції та необхідність впровадження нових технологій і процесів, щоб залишатися конкурентоспроможною. У цьому контексті ефективне управління інноваціями має важливе значення для того, щоб підприємства аграрного сектору економіки йшли на крок попереду та мали можливість бути успішними в довгостроковій перспективі.

Впроваджуючи ефективний організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю, підприємства аграрного сектору економіки можуть отримати низку переваг від підвищення конкурентоспроможності самого підприємства та його продукції, підвищення економічної ефективності та зростання продуктивності праці. Все це, у свою чергу, може призвести до зростання прибутковості і сталості самого підприємства та, зрештою, сприяти загальному зростанню та розвитку аграрного сектора економіки. Усе вищезазначене обумовлює актуальність даної теми і перспективність розробки та впровадження дієвого організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю підприємств аграрного сектору економіки.

Аналіз низки літературних джерел [1-5] показав, що на сьогодні не існує єдиної думки щодо структури організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю підприємств аграрного сектору економіки. То ж, виходячи з даних проведеного аналізу, на нашу думку, до організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю в аграрному секторі доцільно включати такі основні елементи:

- Розвиток чіткого розуміння цілей і завдань процесу управління інноваціями в галузі. Це передбачає визначення цільової аудиторії, цільових ринків і цільових результатів інноваційної діяльності.

- Створення системи стимулів і винагород за інновації, таких як гранти, субсидії та податкові пільги, для заохочення інвестицій в інноваційні проекти та заохочення розвитку нових технологій і практик.

- Побудова партнерства між державним і приватним секторами для обміну ресурсами, знаннями та досвідом. Це може включати створення спільних підприємств між компаніями, університетами та державними установами для сприяння співпраці та об'єднання ресурсів.

- Заохочення потоку інформації між організаціями та зацікавленими сторонами, у тому числі за допомогою використання технологій та аналізу даних. Це включає використання технологій з відкритим кодом, таких як краудсорсинг та ініціативи відкритих даних, для сприяння співпраці та обміну знаннями.

- Розробка комплексної системи моніторингу та оцінки для відстеження прогресу інноваційних ініціатив, оцінки їхньої ефективності та визначення областей для вдосконалення. Це може передбачати використання показників економічної ефективності, таких як рентабельність інвестицій, аналіз витрат і прибутку та відгуки зацікавлених сторін, щоб оцінити успіх інноваційних ініціатив.

- Заохочення культури безперервного вдосконалення, інновацій та експериментування шляхом сприяння відкритому та прозорому спілкуванню, заохочення ризику і творчості, а також створення можливостей для навчання і співпраці.

Таким чином, впроваджуючи ці елементи, підприємства аграрного сектору економіки можуть створити міцну основу для управління інноваціями в галузі та рухатися вперед у досягненні своїх цілей і завдань.

Список використаних джерел:

1. Hnatkivskyi B. Organizational and Economic Mechanism for the Formation of the Innovative Strategy of Agricultural Enterprises. *Innovation and Sustainability*. 2022. No3. С. 132-138.

2. Вітковський Ю.П. Механізми управління розвитком інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських товаровиробників та їх об'єднань. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 3. С. 400-406.

3. Єфремова Н.О. Особливості імплементації маркетингових інновацій в операційний менеджмент комерційно-підприємницької діяльності суб'єктів агробізнесу. *Галицький економічний вісник* 2019. № 6. С. 63–68.

4. Єфремова Н.О. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Галицький економічний вісник* 2023. № 2.

5. Черноіванова Г. С. Організаційно-економічне забезпечення управління інноваціями та інноваційною працею : монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2018. 284 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ КОМЕРЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

Представлені в економічних дослідженнях наукові визначення дефініції «технологія» є суперечливими, їх різноманітність, на наш погляд, можна пояснити еволюційним характером цього терміну, – зміною основних чинників його наповнення.

Аналіз існуючих визначень дозволяє виділити два основних напрямки, що формують зміст цієї дефініції:

а) представлення технології як певної сукупності прийомів та способів підготовки, організації та здійснення виробничих процесів виробництва []. Такий підхід повною мірою відбиває логіку індустріальної економіки, яка на сьогодні притаманна переважній більшості українських промислових підприємств;

б) представлення інтелектуально-інноваційної технології та її комерційного потенціалу як системного фактору виробництва, в основі якого лежать знання, уміння та навички. Такого роду постановка проблеми представляє собою більш сучасну концепцію розуміння технології, яка веде до інноваційної сфери розвитку.

З великої кількості існуючих визначень інноваційної технології пропонується відібрати найточніші визначення. Насамперед зазначимо, що визначення сутності інноваційної технології має відповідати деяким загальним вимогам:

а) з одного боку воно має бути однозначним, щоб чітко представляти об'єкт дослідження, а з іншого боку – має бути досить широким, щоб відобразити значення та сутність цієї категорії;

б) воно має максимально відповідати змісту міжнародних та загальноприйнятих документів;

в) у визначенні необхідно відобразити сучасний рівень досягнень науково-технічного прогресу, а також сутнісні риси науково-технічної революції;

г) у сучасних умовах методологія визначення сутності інноваційної технології має враховувати міжнародні стандарти.

Визначення інноваційної технології лише як інструмент для отримання продуктового чи процесного результату, на наш погляд, є певною мірою вузьким підходом. За його використання неможливо повною мірою розкрити багаторівневу економічну сутність цієї категорії. Потрібно також враховувати і те, що у ринкових умовах інноваційна технологія повинна мати комерційний потенціал. Це означає, що на певному ринку ця інноваційна технологія повинна формувати платоспроможний попит на її використання, набувати товарної

форми та бути проданою потенційним споживачам. Тільки на цільовому ринку здійснюється комерціалізація результатів інноваційної діяльності, яка в останні роки в умовах постіндустріального суспільства набуває все більших масштабів (рис.1.).

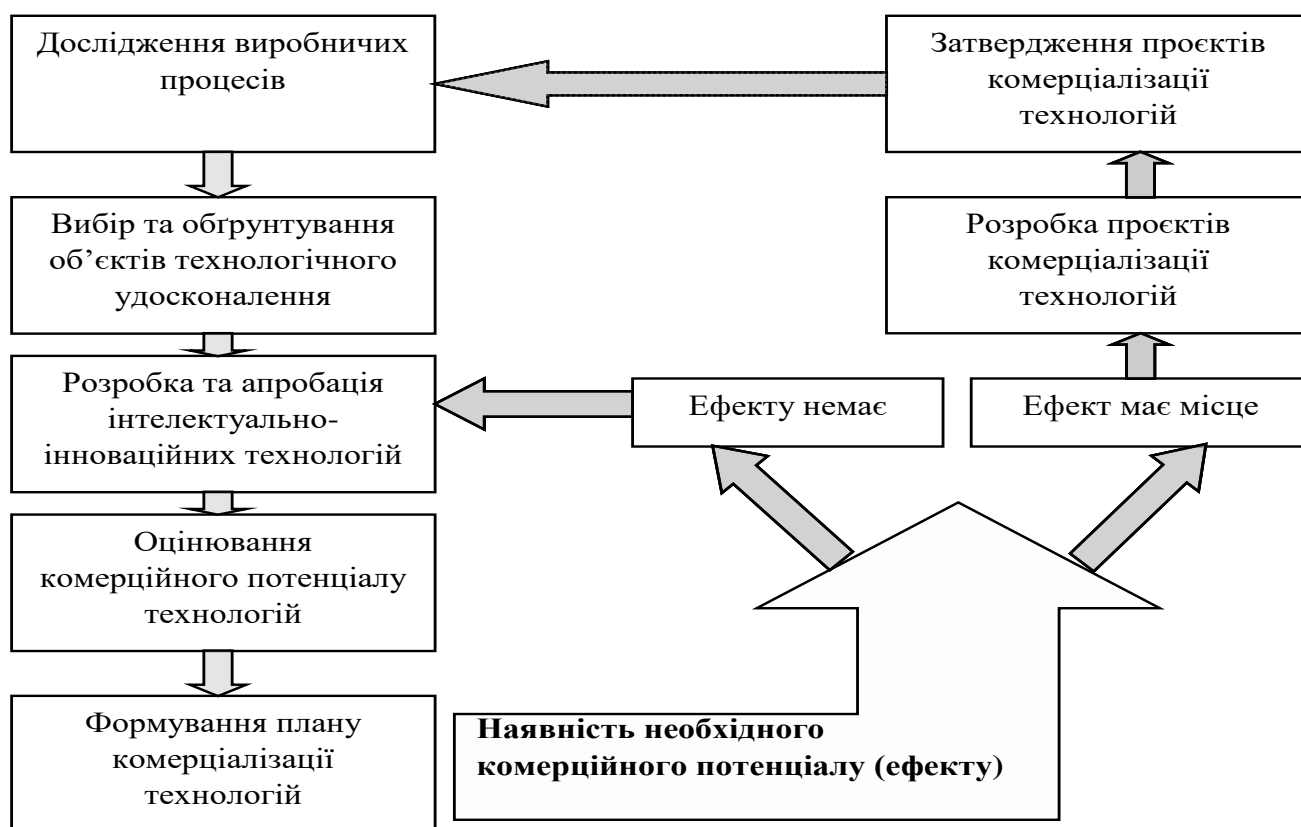


Рисунок 1. Комерційний потенціал (наявність ефекту) інноваційної технології
 Джерело: побудовано автором

На нашу думку, ефективність є обов'язковою умовою комерціалізації інноваційної технології. Залежно від виду ефективності інноваційні технології розділяють на економічні, екологічні та соціальні. Економічні інновації викликають зміни у формах організації виробництва та управління ним, обігу вироблених продуктів, цінового, фінансово-кредитного, фінансового механізмів та сприяють підвищенню ефективності відтворення. Екологічні інновації проявляються у більш ефективних способах використання природних ресурсів та зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище. Соціальні інновації зачіпають науку, культуру, освіту та ідеологію. Наведені класифікації свідчать про те, що інновації різноманітні і різні за своїм характером, областю та способом використання.

Чинник комерційного потенціалу (наявності ефекту) дозволяє визначити інноваційну технологію як економічну категорію, що відповідає потребам цільового ринку. На наш погляд, інноваційна технологія одночасно включає і технічну і комерційну складову. Причому будь-яка технологія, що містить елементи технічної новизни, може набути ознак інноваційної технології тільки в тому випадку, коли її зміст буде важливим і цікавим для бізнесу і, відповідно,

для ринку.

З цих положень пропонується визначати категорію «інноваційна технологія» в такий спосіб. Під *інноваційною технологією* пропонується розуміти радикально нові чи вдосконалені технології, які суттєво впливають на кінцевий результат виробничо-комерційної діяльності або завдяки наявності в них комерційного потенціалу (ефекту) самі є товаром.

Інноваційні технології мають комерційне значення не як самостійний об'єкт, їх використання тісно пов'язане з цілями підприємства (зростання, розвиток, забезпечення необхідного рівня конкуренції, частки цільового ринку тощо). За допомогою інноваційних технологій підприємства можуть собі забезпечити низку додаткових переваг: автоматизація виробництва; створення нових та розширення існуючих потреб; зниження собівартості продукції, що випускається; встановлення ринкових цін; збільшення прибутку; завоювання нових та розширення існуючих ринків.

Список використаних джерел:

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
2. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон. науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
3. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>
4. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

*Кокоріна В.
старший викладач кафедри менеджменту,
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя*

СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У результаті дії викликів глобалізації та посилення інтернаціоналізації виробництва і капіталу середовище міжнародного бізнесу зазнає структурних змін у системі впливу окремих сфер зовнішнього середовища, як загального, так і конкурентного. Багатовимірність глобалізації виявляється через зростання масштабів і динамізацію міжнародного руху товарів, послуг, факторів виробництва, інформації, технології, інновацій. Економічна глобалізація характеризується виходом міжнародної економіки на вищий рівень розвитку із системною інтернаціоналізацією умов і сфер людської життєдіяльності, коли в принципі можна говорити про формування економіки глобального типу [1, с. 6], де соціально-економічні зміни на національному, міжнародному та метакорпораційному рівні міжнародного середовища зумовлені розривами технологічного та інформаційного розвитку суб'єктів цих рівнів.

Інтеграція у глобальний ринок вимагає функціонування глобального ланцюга створення вартості, де компанія має здійснювати широкомасштабне виробництво продукції на експорт у відповідності до жорстких стандартів якості продукції, процесів і навколишнього середовища. Це, водночас, вимагає набагато вищого ступеня формалізації інформаційних систем, ніж рівня необхідного для обслуговування внутрішніх ринків. Ті компанії, у яких не вистачає потенціалу і внутрішніх можливостей, як правило, витісняються та ізолюються з глобального ланцюга створення вартості [4, с. 66].

За останнє десятиліття відбулися величезні зміни у світовому зовнішньому середовищі, які впливають альтернативну інвестиційно-інноваційну діяльність підприємств, особливо у сфері малого та середнього підприємництва. Зокрема, змін зазнав капітал таких форм сучасного підприємництва як старт-апи та венчурне фінансування, краудфандінг і кредитування малого бізнесу, а також управління приватним боргом середнього бізнесу.

Таблиця 1

Фактори формування джерел капіталу

Фактори	Напрямок впливу
Регулювання	Обмежує потік капіталу, на який виникає попит, то нове джерело капіталу має орієнтуватися на величину зміни попиту
Зміни в попиті на капітал	Напрямки розвитку капіталу формують попит на нові форми фінансування, отже, інвестори будуть впроваджувати нововведення для задоволення цього попиту
Технології	Дозволяє використовувати нові типи й підходи створення продукту, тому інвестори користуються цими можливостями

Для цих трьох форм характерно вплив взаємопов'язаних факторів, що зумовлює формування нових джерел капіталу. Такими факторами є (табл. 1): регулювання, зміни в попиті на капітал і технології.

В умовах розвитку впливу цих факторів виникають нові тенденції. Ці тенденції можуть вплинути на майбутні потоки альтернативного інвестиційного капіталу малого та середнього бізнесу. Варто виділити три напрями впливу глобальних тенденцій [3]:

- 1) капітал старт-ап бізнесу;
- 2) краудфандінг і кредитування малого бізнесу;
- 3) управління приватним боргом середнього бізнесу.

У цьому контексті виявляються макроекономічні тенденції, що впливають економічну систему альтернативного інвестування, зокрема макроекономічні тенденції, які стимулюють зміни в екосистемі альтернативного інвестування на рівні:

джерела капіталу (збільшення пропозиції доступного капіталу для компаній (фірм); підвищення попиту на альтернативні інвестиції);

бізнес-моделі (зміна конкурентного середовища для головних партнерів; створення нових моделей відносини між головними партнерами та партнерами з обмеженою відповідальністю);

інвестиційних можливостей (відкриття нових великих ринків для інвестування фірмами; зростання потенціалу до більш великих угод на ринку).

Створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу через упровадження європейських стандартів – одне з пріоритетних завдань для України. Від цього виграють не лише самі приватні підприємці, але й економіка загалом. Держава повинна чітко розуміти, що малий та середній бізнес є платформою для розвитку держави, це інструмент упровадження реформ для покращення економіки загалом [2]. Між бізнесом та його середовищем є тісна та безперервна взаємодія, яка допомагає посилити положення суб'єктів господарювання та забезпечити більш ефективне використання ним своїх ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Лук'яненко Д. Г., Кальченко Т. В. Стратегії глобального управління. *Міжнародна економічна політика*. 2009. № 8-9. С. 5-43.
2. Ситник Н.С., Козак С.І. Роль малого та середнього бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 26-1. С. 83-87. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/18.pdf.
3. Alternative Investments 2020: The Future of Capital for Entrepreneurs and SMEs. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_AI_FUTURE.pdf.
4. Information Economy Report 2010. ICTs, Enterprises and Poverty Alleviation. UN, UNCTAD: New York and Geneva, 2010. 155 p. The Global Information Technology Report. Innovating in the Digital Economy. URL: http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf.

УДК 338.48:351(477)

*Косенко С.
студентка гр.БЕМ-922,
Глізнуца М.*

*к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин*

Перерва П.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Інноваційна логістика - важлива складова економічної діяльності будь-якого промислового підприємства, яка передбачає дослідження доцільності та можливості використання передових, зокрема базисних, інновацій у процесі як тактичного чи оперативного, а й стратегічного управління масовими процесами. Основна мета - виявлення та використання додаткових резервів за рахунок раціоналізації процесу управління.

В умовах високої конкуренції практично у всіх галузях економіки інноваційні процеси є особливо затребуваними. Для забезпечення конкурентної переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, у сучасних умовах господарювання, важливу роль відіграють інновації підприємства. До таких інновацій належать перетворення бізнес-процесів підприємства, а саме це стосується логістичних процесів. Нині економіка України переживає складний період і потребує виходу із кризової економічної ситуації. Важливим моментом є ліквідація митної зони між Україною та ЄС. На єдиній митній території функціонуватиме єдиний внутрішній ринок товарів, застосовуватимуться єдині митні тарифи та інші заходи регулювання зовнішньої торгівлі товарами з третіми країнами. Одним із можливих шляхів розвитку даної ситуації буде створення інноваційної стратегії логістичної діяльності, яка дозволить покращити діяльність підприємств України та підвищить їхню економічну ефективність загалом.

Логістика є науково-практичним інструментом спільного господарювання багатьох економічно самостійних ринкових структур, що дозволяє досягати раціональної організації різних потоків, що протікають у часових рамках, з метою виявлення та реалізації потенційних резервів підприємств. Необхідність використання принципів логістичної діяльності підвищується зі збільшенням процесів та завдань у бізнесі за більш тісної взаємодії господарських структур. Інноваційні логістичні процеси є важливою складовою економічної діяльності будь-якого підприємства, що передбачають вивчення необхідності використання інноваційних складових у тактичному, оперативному та стратегічному управлінні. Головна мета всіх інноваційних логістичних процесів

підприємств полягає у виявленні та використанні додаткових матеріальних та економічних резервів за рахунок раціоналізації процесу управління [1-5].

Управління логістичними інноваціями на підприємствах ґрунтуються на використанні принципів стратегічного управління. Логістичні принципи в контексті розвитку підприємства можна узагальнити через три основні напрямки: визначення актуальних логістичних потреб кожної ланки інноваційного процесу та їх оптимальне задоволення; визначення перспективи логістичних потреб відповідно до концепції потенційного продукту; впровадження логістичних інновацій в інноваційний процес, зокрема на етапі дифузії інноваційних продуктів [1].

Можна виділити такі основні етапи формування побудови інноваційної логістичної стратегії підприємства: постановка мети, визначення завдань, прогнозування результатів, аналіз витрат за реалізацію, оцінка ризиків, реалізація результатів, оцінка ефективності отриманих результатів. Всі зазначені етапи спрямовані на досягнення поставленого результату - оптимізацію та перетворення бізнес-процесів, та визначення їхньої економічної ефективності.

При реалізації інноваційного логістичного підходу слід зважати на такі ключові аспекти: логістична структура, яка має розглядатися як складна система, що має низку підсистем; кожна підсистема повинна мати функціональне призначення, яке відображатиме її внутрішні інтереси; функціонування логістичної системи є процес взаємодії всіх підсистем.

Складні організаційні процеси підприємств вимагають системного підходу, який передбачає взаємозв'язок всіх елементів та частин великої системи та є основним принципом логістики.

В умовах ринкової економіки ключовими принципами інноваційної логістичної стратегії на основі системного підходу мають бути:

- орієнтація на споживача;
- створення системи постійного контролю за рівнем задоволеності споживача;
- необхідні компетенції керівника для успішного керування інноваційними логістичними процесами;
- Залучення співробітників до генерування інновацій; - Дотримання принципу логістики «точно вчасно»;
- оптимізація механізму внутрішнього та зовнішнього господарювання,
- Зниження витрат на управління товарно-матеріальними запасами;
- впровадження такої системи управління, яка побудована на основі врахування принципів планування, переміщення та розподілу продукції / послуг;
- проведення SWOT-аналізу з метою виявлення резервів у роботі логістичного ланцюга та розробки та впровадження найбільш доцільних та ефективних рішень, які забезпечать реалізацію стратегії розвитку підприємства [2].

Оптимізація бізнес-процесів підприємств передбачає глибоке дослідження перспектив розвитку споживчих переваг, наукових, технічних, технологічних та

ринкових можливостей. З цією метою керівництво промислового підприємства повинне розробити таку стратегію управління логістичними потоками, яка б забезпечувала належні умови підприємницької діяльності. За таких умов підприємства матимуть змогу застосовувати та активно розвивати інноваційні механізми, інструменти та методи управління логістичними потоками. На основі проведеного дослідження можна сказати, що за існуючих економічних умов господарювання в нашій країні роль і значення логістичних процесів зростає. Використання логістики одна із резервів підвищення економічної ефективності підприємств.

Підвищення конкурентоспроможності підприємств значною мірою залежить від ефективності їхньої логістичної діяльності в рамках взаємодії з партнерами в інтегрованих ланцюгах постачання. Правильно сформульована та реалізована інноваційна логістична стратегія дозволить знизити та оптимізувати «проблемні» бізнес-процеси на підприємстві.

Внаслідок впровадження інноваційних форм логістичної діяльності підприємства зменшать свої витрати за рахунок зосередженості складського господарства; мінімізації переміщень, оптимізації та розподілу транспортних потоків, підвищення продуктивності праці та диверсифікації бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>

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

3. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>

4. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

5. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>

УДК 330.3

*Линник О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасний розвиток національної економічної системи визначається, передусім, моделлю інноваційного розвитку та підвищенням її конкурентоспроможності. У досягненні таких цілей важливе місце належить інноваційному підприємництву. Інноваційна спрямованість підприємницької діяльності в змозі забезпечити суб'єктам господарювання конкурентні переваги, зміцнити їх ринкові позиції, а отже – спроможна сприяти економічному піднесенню тих країн, що підтримують розвиток інноваційного підприємництва. На шляху переходу до моделі інноваційного розвитку існує багато невирішених питань.

Існуюча несприйнятливість вітчизняною економікою науково-технічного прогресу сповільнює темпи входження України у європейське та світове господарство, в межах якого сучасний ринок діє за допомогою нововведень, а інноваційне прискорення забезпечує стабільність і стійкість економічного розвитку. Тому без підвищення частки інноваційної продукції та збільшення обсягів надання високотехнологічних послуг неможлива ефективна інтеграція нашої країни у світовий економічний простір.

Згідно зі статтею 16 Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційним підприємством визнається підприємство будь-якої форми власності, якщо більше ніж 70 відсотків обсягу його продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція. Інноваційним, згідно з законом, вважається продукт, який є реалізацією об'єкта інтелектуальної власності. В Україні цей продукт повинен бути виробленим вперше, або якщо не вперше, то, порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він має бути конкурентоздатним і мати суттєво вищі техніко-економічні показники [1].

В останні роки, що передували широкомасштабному воєнному нападу Російської Федерації, в Україні почали створюватися певні умови для інноваційного розвитку економіки, однак, суттєвих змін в цій сфері не відбулося, тому українська економіка продовжує бути енергоємною і, у деякій мірі, неконкурентоспроможною. Економічного зростання хоча й вдавалося досягти, проте воно нестабільне, оскільки майже не пов'язане з інноваційним розвитком національної економіки і не зумовлено ним. Більш того, в останні роки в науково-інноваційній сфері України з'явилися негативні тенденції.

За даними Державної служби статистики інноваційна активність промислових підприємств України протягом 2012-2021 рр. різко знизилась – з

1758 од. у 2012 р. до 329 од. у 2021 р. Кількість підприємств, що впроваджували інновації, теж скоротилась – з 1371 од. до 718 од., їх частка у загальній кількості промислових підприємств також скоротилась. При цьому зросла частка підприємств, що здійснювали НДР власними або залученими силами [2, с. 2].

Статистика стверджує, що основним джерелом фінансування інноваційних витрат в нашій державі є власні кошти підприємств, а кошти державного бюджету – незначні, бо їх обсяг не перевищує 2% загального обсягу фінансування [2, с. 5].

Низькі обсяги бюджетного фінансування досліджень та інновацій не залишають стимулів для дослідників працювати у рідній країні, особливо в умовах війни та відкритих кордонів з європейськими країнами. Втрата частини молодих науковців та інноваторів може стати проблемою в період післявоєнної реконструкції країни.

Важливу роль в інноваційному процесі розвинутих країн відіграє мікро-, малий та середній бізнес (МСБ), який виступає невід’ємним елементом інноваційного середовища [3, с. 77].

Для післявоєнного відновлення економіки України нагальним постає питання розроблення єдиної дорожньої карти розвитку науки та інновацій, де інструменти сприяння інноваціям займуть належне місце у політиці. Тоді інноваційна політика стане більш трансформаційною для відповіді на широке коло проблем сталого розвитку нової України.

Задля швидкого розвитку інноваційного підприємництва в Україні необхідна також зважена та ефективна державна підтримка малого бізнесу в інноваційній сфері та в галузі венчурного інвестування [4, с. 552].

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України [Електронний ресурс]: від 04.07.2002 № 40-IV, редакція від 12.04.2022, підстава - 1714-IX.- Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>

2. Писаренко Т. В., Кваша Т. К., Мусіна Л. А., Паладченко О. Ф. Молчанова І. В. Стан інноваційної діяльності та реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності за період 2012–2021 рр.: науково-аналітична записка. Київ: УкрІНТЕІ, 2023. 19с. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/ukrintei-opublikovav-naukovo-analitichni-zapiski-pro-innovacijnu-diyalnist>

3. Линник О.І., Єршова Н.Ю. Проблеми функціонування та розвитку мікро-, малого та середнього бізнесу сфери послуг в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління* : електрон. наук. фахове вид. 2021. Вип. 2 (29). С. 74-80. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.29-11>

4. Линник О.І. Сучасні тенденції розвитку стартапів у міжнародному бізнесі. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей ХХХ міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2022, 19-21 жовтня 2022 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 552 <http://science.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Zbirnik-tez-MicroCAD-2022-1.pdf>

*Марченко М.
аспірантка,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

ЦИФРОВІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК ЯК СПОСІБ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Актуальність цифрового управління ланцюгом поставок значно зросла в останні роки, що визнає низка дослідників [1-2], оскільки підприємства стикаються зі зростаючим тиском щодо скорочення витрат і підвищення рівня обслуговування клієнтів. Пандемія COVID-19 також підкреслила потребу в гнучких і стійких ланцюжках поставок, яких можна досягти за допомогою цифрових технологій. Крім того, зростання популярності електронної комерції та розвиток нових технологій, таких як Інтернет речей (IoT) і блокчейн, ще більше прискорили впровадження цифрового управління ланцюгом поставок. Зростаюча діджиталізація управління ланцюгом постачання зумовлена потребою у більшій ефективності, гнучкості та сталості в сучасному глобалізованому бізнес-середовищі. Використовуючи цифрові технології для оптимізації своїх ланцюгів постачання, підприємства можуть підвищити свою конкурентоспроможність, зменшити витрати та розширити свою здатність реагувати на зміни ринкових умов і вимог споживачів.

Цифрове управління ланцюгом поставок відноситься до використання цифрових технологій, таких як системи моніторингу та управління запасами, для підвищення ефективності та результативності процесів ланцюга поставок. Використання цифрових інструментів в управлінні ланцюгом постачання може покращити видимість, зменшити витрати та покращити співпрацю між постачальниками, виробниками та клієнтами.

Існують різні види управління цифровим ланцюгом поставок. Пристрої Інтернету речей (IoT) можна використовувати для моніторингу рівня запасів у режимі реального часу та автоматичного запуску замовлень, коли запаси закінчуються. Так, датчики, розміщені на складських полицях, можуть виявляти, коли рівень запасів стає низьким, і автоматично створювати замовлення на додаткові поставки. Технологію блокчейн можна використовувати для відстеження руху товарів через ланцюг поставок і гарантувати, що всі сторони, залучені в процес, мають доступ до однієї інформації. Це може допомогти зменшити ризик шахрайства та підвищити прозорість і підзвітність. Алгоритми машинного навчання можна використовувати для оптимізації маршрутів транспортування та скорочення часу доставки. Аналізуючи історичні дані про час доставки, структуру трафіку та інші фактори, підприємства можуть визначити найбільш ефективні маршрути для своїх відправлень і коригувати їх у режимі реального часу відповідно до змін умов. Цифрові платформи можна використовувати для зв'язку підприємств із постачальниками і клієнтами, що спрощує керування всім ланцюжком поставок за допомогою єдиного інтерфейсу. Так, платформи

електронної комерції дозволяють компаніям зв'язуватися з постачальниками та клієнтами з усього світу, спрощуючи процес пошуку матеріалів і продажу продукції. Аналітику великих даних можна використовувати для аналізу великих обсягів даних із різних джерел, таких як попит клієнтів, графіки виробництва та продуктивність постачальників, щоб визначити закономірності та статистичні дані, які можна використовувати для оптимізації ланцюжка поставок. Це може допомогти підприємствам приймати більш обґрунтовані рішення щодо управління запасами, планування транспортування та вибору постачальника. Хмарні платформи можна використовувати для зберігання та обміну даними ланцюга постачання в режимі реального часу, дозволяючи всім сторонам, залученим у процес, отримувати доступ до тієї самої інформації з будь-якої точки світу. Це може допомогти покращити співпрацю та координацію в ланцюжку постачання, а також зменшити ризик помилок і затримок. Штучний інтелект (AI) можна використовувати для автоматизації рутинних завдань і процесів прийняття рішень у ланцюжку поставок, таких як обробка замовлень і управління запасами. Наприклад, чат-боти на основі штучного інтелекту можна використовувати для автоматичної відповіді на запити клієнтів і вирішення проблем, звільняючи людські ресурси для більш складних завдань. Робототехніка та автоматизація можуть бути використані для оптимізації процесів виробництва та розподілу в ланцюжку постачання. Наприклад, автоматизовані керовані транспортні засоби (AGV) можна використовувати для транспортування товарів навколо складу, а роботизовані руки можна використовувати для збору та пакування замовлень.

Цифрове управління ланцюгом поставок може допомогти підвищити прозорість і відстежуваність у всьому ланцюзі поставок, що може бути особливо важливим для забезпечення етичної та сталої практики закупівлі. Наприклад, підприємства можуть використовувати цифрові інструменти для відстеження походження та руху сировини та продуктів, а також для моніторингу умов праці та впливу на навколишнє середовище на різних етапах ланцюжка поставок.

Загалом, цифрове управління ланцюгом поставок – це галузь, яка швидко розвивається, і вона трансформує спосіб управління своїми операціями в ланцюзі поставок. Використовуючи такі цифрові технології, як IoT, блокчейн, машинне навчання, як великі дані, хмарні обчислення, штучний інтелект і робототехніка, підприємства можуть оптимізувати свій ланцюжок поставок і підвищити ефективність, зменшити витрати та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Коляденко С. Використання ланцюгів постачання в умовах діджиталізації економіки. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). С. 41-52.
2. Негода А. В. Діджиталізація логістичних процесів та ланцюгів постачань. *International relations*. 2019. Vol. 2, № 20. С. 99-101.

УДК 339.92:330.341.1

Маслак М.

к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ КРИТЕРІЮ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ OUT-THE-DOOR

Перша і найголовніша мета ліцензування інновацій — вивести інновацію «за двері» («Out-the-Door»). Через це працівники відділу ліцензування не повинні боротися за ідеальні фінансові/нефінансові умови. Процес ліцензування — це спосіб налагодити відносини з ліцензіатом, і через характер відносин дуже важливо добре почати. Метою має бути якнайшвидше ліцензування технології. Такого роду підхід до формування процесу трансферу технологій і розглянемо в подальшому [1-5].

Дослідження трансферу інтелектуально-інноваційних технологій наука і практика приділяє далеко непропорційну увагу тому, що в дослідженнях західних вчених називається критерієм ефективності трансферу технологій «Out-the-Door», що в перекладі означає «За двері», тобто передача технології від одного власника (споживача) до іншого власника (споживача). Цей критерій найчастіше використовується як вченими, так і практиками і у багатьох випадках має велике значення при ухваленні тих чи інших комерційних рішень.

Основне припущення критерію Out-the-Door для оцінки ефективності передачі інтелектуально-інноваційних технологій полягає в тому, що агент передачі технологій (наприклад, науковий відділ підприємства або університетська лабораторія) досяг успіху після того, як технологія була перетворена в механізм передачі, формальний або неформальний, а інша сторона придбала технологію.

Підприємство, що отримує технологію, може використовувати її, а може і не використовувати. Таким чином, організація, яка отримує інтелектуальну власність, може зробити це рефлексивно або тому, що для цього є директива, з наміром використовувати інтелектуальну власність чи ні, або навіть з наміром вилучити з комерційного обігу інтелектуально-інноваційну технологію, щоб вона була недоступна для конкурентів. Ні мотив, ні використання інтелектуально-інноваційних технологій не розглядаються в критерію Out-the-Door, головним при використанні даного критерію є факт передачі технології.

В рамках цієї загальної концепції моделі Out-the-Door пропонується розрізняють три набори істотно різних результатів, виявлених трьома різними наборами показників.

По перше, може бути місце випадок «Чисті двері», в якому немає жодних ознак того, яким чином буде використовуватися дана технологія, має місце тільки факт її комерційної передачі.

По-друге, може бути місце випадок «Поза дверима з ударами передачі». У такого роду випадках зрозуміло, що організація, яка передає технологію, не

має від неї комерційного інтересу (це застаріла для неї технологія, виходить за межі її виробничо-комерційної діяльності і таке ін.). Комерційний зиск власник технології може отримати тільки при її передачі іншому підприємству.

По-третє, може бути місце випадок «*Out-the-Door with Transfer Partner Impacts*». Це означає, що багатьох випадках державна політика зосереджена не на збагаченні партнерів з трансферу технологій, а на більш широких соціальних та економічних впливах. Тим не менш, якщо партнери виграють, то, безумовно, це кваліфікується як зовнішня вигода, хоча, як правило, значення її відносно невелике.

Розглянутий підхід до формування трансферу інтелектуально-інноваційних технологій має свої переваги та недоліки. Перевагою цього критерію ефективності трансферу технологій є той факт, що його використання не накладає на агента з трансферу технологій відповідальності за фактори, пов'язані з трансфером, які можуть бути не підвладні контролю. Недоліком цього критерію, є те, що він заохочує цинізм і зосереджується на діяльності, а не на результаті. Звичайно, дехто може заперечити, що агент з передачі технологій є принаймні частково винним, якщо він передає технології підприємствам, які мають недостатній капітал, виробничі здібності або ринкові позиції, щоб перетворити хорошу технологію на хороший, прибутковий продукт [2, 4]. Однак, звичайно, трансферний агент, безумовно, не контролює партнера з передачі (або в багатьох випадках навіть має певний вплив на партнера), і оскільки багато трансферних агентів обмежили або взагалі не мають фонового прогнозування ринку не здається розумним притягати агента та його фахівців з передачі технологій до відповідальності за дії або бездіяльність партнерів по трансферу.

Незважаючи на очевидні недоліки критерію *Out-the-Door*, модель має певну переконливу логіку. Залежно від того, хто розглядається як агент передачі, необхідно подбати про те, щоб надати певний звіт про домен контролю агентів. Іншими словами, агент з передачі технологій, як правило, має область впливу, але обмежену. Наприклад, центр трансферу технологій може мати можливість стратегічного вибору серед варіантів технологій, може бути здатний спонукати до роботи над обраними технологіями, а також може бути здатний розвивати належну адміністративну та ділову практику, таку, щоб можна було полегшити передачу технологій. Однак існує багато інших факторів, над якими агент з передачі технологій може не мати контролю, особливо здатність фірм ефективно розробляти технології або здатність фірм керувати продукцією після того, як вони були виведені на ринок [1, 3].

На наш погляд, очевидним є той факт, що агенти з передачі технологій мають чітко обмежені області контролю над діями трансфер-партнерів. Тим не менш, ми повинні враховувати це: якщо використовувати лише критерії *Out-the-Door*, то, швидше за все, ніколи не буде прямого знання про те, що діяльність з передачі технологій досягла цілей і має відповідні економічні та соціальні наслідки, крім тих, що отримали партнери з трансферу. Можливо, незважаючи на висновки, які можна було б зробити, цілком можливо, що в багатьох випадках просте виведення технології за двері досягає незначного

корисного впливу і, за відсутності інтенсивного аналізу, може завдати шкоди.

Незважаючи на свої критичні обмеження, модель Out-the-Door є, мабуть, найбільш часто використовуваний критерій і основа для більшості показників, що використовуються для трансферу інтелектуально-інноваційних технологій. Популярність моделі Out-the-Door, здавалося б, йде пліч-о-пліч з прагненням до об'єктивних заходів або метрик для оцінки або відстеження передачі інтелектуально-інноваційних технологій. Безумовно, дані, отримані з чистих зовнішніх дверей, зовнішніх дверей із впливом партнерів з передачі та заходів впливу агента з передачі, можуть виявитися надзвичайно корисними. Вони, безумовно, є хорошими показниками рівнів технологічної трансферної активності, але, як зазначалося, вони не надають інформації про впливи та результати, що знаходяться за процесом трансферу технологій. Хоча більшість учасників технологічного трансферу добре розуміють, що просто отримання технології або інтелектуальної власності з використанням критерію Out-the-Door, безумовно, не означає, що буде якийсь корисний ефект від передачі, вони однаково усвідомлюють складність вимірювання передачі інтелектуально-інноваційних технологій будь-якими іншими способами, які також мають місце і в багатьох випадках ефективно використовуються.

Список використаних джерел:

1. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
2. Tkachova N., Kobieliwa T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
3. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки.* Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
4. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва.* Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

УДК 330.332.212:620.91

Меліхова Т.

*д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку, аналізу, оподаткування та аудиту,
Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні
Запорізького національного університету, м. Запоріжжя*

Мась Д.

*аспірант кафедри обліку, аналізу, оподаткування та аудиту,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя*

УПРАВЛІННЯ ЗАЛУЧЕННЯМ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІДНОВЛЮВАЛЬНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ

Актуальним питанням на сьогодні є наявність достатньої кількості енергії для підприємств та населення. Підвищення важливості цього питання виникло у період воєнних дій на території України, а також здійснення захоплення нашої території та руйнування налагодженої системи енергетики країни. Відчувається потреба у відновлених джерелах енергії, що можливо забезпечити за рахунок вкладення вітчизняних та закордонних інвестицій в цій напрямку розвитку енергетики країни для відбудови країни у післявоєнний період.

Спочатку розберемо, що відноситься до відновлювальної енергетики. На думку С.О. Кудрі «відновлювальна енергетика» (ВЕ) є областю господарювання, науки і техніки, що охоплює виробництво, передачу, перетворення, накопичення і споживання електричної, теплової та механічної енергії за рахунок використання в якості первинних енергоресурсів відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) [1].

Відновлювані або невичерпані енергоресурси – це потоки енергії, що постійно або періодично діють у навколишньому середовищі. В цілому всі енергетичні потоки відновлювальних джерел енергії розділяються на дві основні групи: пряма енергія сонячного випромінювання; вторинні прояви енергії сонячного випромінювання у вигляді енергії вітру, гідроенергії, теплової енергії навколишнього середовища, енергії біомаси та ін. [1]. Отже, на нашу думку, основним джерелом відновлювальної енергетики є гідроенергетика, тепла, вітрова та сонячна енергія. Якщо теплову, атомну та гідроенергетику почали використовувати раніше, то вітрову та сонячну енергію активно почали використовувати останній період.

Атомна (ядерна) енергетика не відноситься до відновлювальних джерел енергії, так як вона базується на перетворенні ядерної енергії в теплову для використання її у виробництві електричної енергії [1]. Отже, якщо ми не перейдемо до альтернативних джерел енергії, то надалі виробництво атомної енергії буде негативно впливати на підвищення температури навколишнього середовища та клімат світу.

Інвестиціями є вкладення капіталу у будь-якій формі в ту чи іншу справу для подальшого його збільшення або збереження. На макрорівні інвестиції забезпечують фінансування механізму розвитку економіки країни, а на

мікрорівні – це все ж таке будь-який економічний інструмент, в який вкладають гроші для отримання прибутку (доходу) [2].

В Законі України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями є «усі види майнових і інтелектуальних цінностей, вкладені в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект». До них відносяться: кошти, цільові банківські вклади, акції та інші цінні папери; рухоме і нерухоме майно (будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності); майнові права, що впливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності; сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технологічної документації, навичок і виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виробництва, але незапатентованих (ноу-хау); права користування землею, водою, ресурсами, будівлями, обладнанням, а також інші майнові права; інші цінності [3]. Отже, відновлювальні джерела енергії теж можуть виступати перспективним об'єктом вітчизняних та закордонних інвестицій.

До цього часу в світі активно використовувались ринок нафти та газу, але у період карантину, який пов'язаний з COVID 19 та активними воєнними діями, компанії відчули нехватку енергії. Останнім часом відбулося падіння прибутку підприємств, які займались добутком та переробкою нафти, а також все більше підвищена увага населення країн на забруднення навколишнього середовища внаслідок викидів пересувними транспортними засобами забруднюючих речовин. Керівництва компаній вимушені були адаптуватись, а дослідники почали шукати відновлювальні джерела енергії.

Уряди країн Європи підтримують державні програми зі скорочення викидів парникових газів і відмови від використання нафти і газу. Goldman Sachs заявляє, що у 2021 р. інвестиції у відновлювані джерела енергії перевищать обсяг інвестицій у видобуток нафти і газу, а дехто пророкує, що попит на нафту ніколи не виросте вище рівня 2019 р. [4].

Для підприємств, які використовують зелену енергетику у свої діяльності діє зелений тариф. Тобто, це економічний механізм винагороди за генерацію електроенергії із відновлюваних джерел енергії [5].

Після активного використання підприємствами «зеленої» енергетики, нажаль, їх спонукала енергетична криза, оскільки не було розроблено діючий механізм державного регулювання.

На даний момент інвестори «зеленої» енергетики зіткнулися з невиконанням державою зобов'язань з виплати виробникам за «зеленим» тарифом коштів ДП «Гарантований покупець», що призвело до неможливості обслуговувати кредити, розраховуватись з постачальниками та до зниження інвестиційної привабливості економіки України в цілому. Через кризу в енергетиці деякі інвесторів призупинили розробку вітрових і сонячних проєктів, у зв'язку з недоотриманнями коштів та зниження «зелених» тарифів без запуску альтернативи [4].

Для надання державної підтримки використання відновлювальних джерел енергії, уряд направив до парламенту законопроект про заміну на використання

нової моделі «чистого продажу» (Net Billing) замість діючої моделі «зеленого» тарифу. Впровадження «чистого продажу» дасть змогу домогосподарствам компенсувати власне споживання за допомогою встановлених ними сонячних електростанцій, а надлишки електроенергії продавати за ринковою ціною постачальникам. Кошти від продажу електрики надходять на рахунок споживача, а коли кількість спожитої ним енергії перевищить кількість згенерованої, вони списуватимуться за ціною постачання електроенергії [5].

Перехід на модель «чистого продажу» передбачає: запровадження системи чистого вимірювання net metering для забезпечення розвитку генерації з альтернативних джерел енергії без додаткового фінансування з боку держави та споживачів; визначення механізму самовиробництва; запровадження нового договору купівлі-продажу електричної енергії за механізмом самовиробництва; визначення категорій споживачів, які мають право використовувати механізм самовиробництва [5].

На нашу думку, для управління залучення закордонних інвестицій в альтернативні джерела енергії треба впровадити наступні заходи: розробити прозорий механізм державного регулювання повернення коштів за надану енергію альтернативними джерелами; прийняти зміни до законодавства для використання моделі «чистого продажу»; знизити ставки оподаткування для підприємств, які у своїй діяльності використовують альтернативні джерела енергії; розробити механізм виділення земельних ділянок для розташування на них альтернативних джерел енергії; забезпечити під'єднання усіх альтернативних джерел енергії до єдиної енергетичної мережі країни.

Отже, впровадження моделі «чистого продажу» при використанні альтернативних джерел енергії підвищить прибутковість цього бізнесу, а також надасть позитивний вплив на інвестиційну привабливість «зеленої» енергетики України. Це не тільки збільшить кількість енергії, яка буде вироблятися в країні, а і підвищить розмір вкладання інвестицій вітчизняних та іноземних інвесторів в енергетичну галузь країни.

Список використаних джерел:

1. Кудря С.О. Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії : підруч. НТУУ «КПІ», 2012. 492 с.
2. Матюшенко І. Ю. Інвестування (в контексті міжнародної інтеграції України) : навч. посібн. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 396 с.
3. Законі України «Про інвестиційну діяльність». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T156000> (дата звернення 05.01.2023р.)
4. Інвестування у традиційні та альтернативні джерела енергії: плюси і мінуси. URL: <https://jur-gazeta.com/publications/practice/energetichne-pravo/investuvannya-u-tradiciyni-ta-alternativni-dzherela-energiyi-plyusi-i-minusi.html> (дата звернення 05.01.2023р.)
5. "Зелений" тариф замінять. Уряд вніс до парламенту законопроект про "чистий продаж" URL: <https://suspilne.media/384425-zelenij-tarif-zaminat-urad-vnis-do-parlamentu-zakonoproekt-pro-cistij-prodaz/> (дата звернення 05.01.2023р.)

УДК 339.13

Мірошник М.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків

Бабич Д.

магістр кафедри маркетингу,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних бізнес умовах явище конкуренції виступає як об'єктивний економічний закон та основна рушійна сила економічного розвитку, які є каталізатором інноваційної товарного виробництва, нарощування його технологічного потенціалу, обсягів виробництва, підвищення продуктивності праці, впровадження новітніх логістичних та маркетингових технологій, сучасних методів менеджменту тощо. Тому, науковці – теоретики й практики економічної конкуренції пов'язують подальший розвиток етапу сучасної конкуренції з її інноваційним напрямком [1], який бізнес партнери здійснюють практично на всіх рівнях конкурентної боротьби, які структуруються на:

- *мікрорівень* - рівень економічної системи в масштабах її окремої ланки, елемента (продукція, виробництво), який реалізується на місцевому рівні (у групі, відділі, підприємстві). *Основні фактори:* для бізнес - структур – ресурсний (фізичні затрати ресурсів на одиницю готової продукції); ціновий (ціни на ресурси та готову продукцію); фактор середовища (економічна політика держави); для індивіда – базові фактори як функція інвестицій в соціальну інфраструктуру та в розвиток знань і інформаційних технологій, тобто, обсяги інвестицій; *Основні характеристики:* для товарів – кваліметричний аналіз; для підприємств – співвідношення якості та ціни продукції; для індивіда – здатність отримувати дохід у сфері своєї професійної діяльності;

- *мезорівень* (корпоративні об'єднання, галузі, сектори), що є прерогативою регіонального (райони, міста, області, регіони) та національного рівнів (країна). *Основні фактори:* для галузі – ресурсний (ефективність або продуктивність праці в галузі); ціновий (динаміка галузевих цін на сировину, напівфабрикати, заробітну плату і готову продукцію); галузеве середовище у поєднанні з промисловою, зовнішньоторговельною політикою держави в межах державної стратегії національного розвитку; для регіону - обсяги інвестицій. *Основна характеристика;* стан галузей, що забезпечують стале поліпшення показників ефективності використання наявних виробничих ресурсів, техніко-економічну динаміку їх продукції;

- *макрорівень*, який позиціонується як міжнаціональний (в кількох країнах) та / або глобальний - в світовому масштабі без чітко окреслених країн (національне господарство, економіки країн), його визначають як

квaziмакрорівень або мегарівень. *Основні фактори*: ступінь зовнішньої політичної незалежності та безпеки; внутрішня політична та соціальна стабільність; регіональна узгодженість в політичній та економічній сферах; співвідношення загальних та розрахованих на одиницю показників даної країни (чисельності населення, демографічної динаміки, наявної та контрольованої території) з показниками інших країн; рівень життя населення та його диференціація за соціальними групами в динаміці і у порівнянні з іншими країнами, використання стратегії відкритості економіки та орієнтованості на світовий ринок. *Основні характеристики*: конкурентоспроможність економічно – розвинутих країн – країна поєднує використання сучасних інноваційних технологій з високими доходами та рівнем життя; конкурентоспроможність країн, що розвиваються – на основі нетехнологічних переваг (низька вартість факторів виробництва, девальвація національної валюти, відносно низький рівень життя населення тощо [3].

Незалежно від рівня конкурентної боротьби основними принципами її здійснення є:

- об'єктивність як поєднання реальних властивостей та/або характеристик бізнес - суб'єкта з достовірною інформацією про внутрішні та зовнішні умови його функціонування;

- системність, як принцип, який «...відображає загальність погляду на об'єкти, явища та процеси світу як на систему з усіма властивими їй закономірностями»;

- комплексність, дія якої полягає у забезпеченні виявлення специфіки конкуренції в галузях економіки, синергічного ефекту у разі їх перехресного (одночасного) впливу, що є підставою для визначення як рівня, так й інтенсивності конкуренції;

- принцип ситуаційного підходу, який на сьогодні є одним з найважливіших принципів, оскільки динамічність та мінливість зовнішнього та внутрішнього середовищ дуже висока, тому урахування реакції системи на конкретну ситуацію набуває іноді проблематичного характеру [2].

Конкуренція в самому широкому розумінні цього слова означає суперництво на будь якому поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені у досягненні однієї і тієї ж цілі — переваги над своїми суперниками (конкурентами).

Явище конкуренції в сучасних бізнес умовах виступає одним із основоположних факторів прогресу та розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація . *Маркетинг в Україні*. 2015. № 2. С. 50-53
2. Мікроекономіка: Навч. посібник / Н. М. Каменева, М. В. Косич, О. Ю. Александрова та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 305 с.,
3. Мокій А.І. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону: монографія Львів: Ліга Прес, 2010. 488 с.

УДК 330.322:338.1(477)

Мороз О.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування,
Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні
Запорізького національного університету, м. Запоріжжя

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Дослідження присвячено висвітленню окремих аспектів створення певних передумов розвитку інвестиційної діяльності в Україні у посткризовий період – період, коли інвестиційна привабливість як країни в цілому («інвестиційний клімат») та окремих її регіонів («інвестиційний імідж»), так і окремих галузей та окремих бізнесових структур, що потребують як реальних, так і фінансових інвестицій знаходяться в особливих умовах поєднання наслідків руйнувань та фінансово-боргової, соціальної і міграційної криз, викликаних війною з наслідками світової економічної та енергетичної криз.

Активізація інвестиційної діяльності є одним з найбільш дієвих механізмів як відновлення економіки країни у посткризовий період, так і здійснення певних структурних зрушень в системі державного управління держави в цілому та в управлінні діяльністю окремих галузей та територій (регіонів, територіальних громад, тощо), зокрема, а також в діяльності окремих господарюючих суб'єктів. Це обґрунтовує актуальність дослідження як проблем, пов'язаних зі здійсненням інвестиційної діяльності та інвестиційних процесів в цілому, так і з'ясуванням передумов, що мають забезпечити можливість реалізації інвестиційних проектів та програм.

Проблемам формування і розвитку інвестиційного клімату в Україні присвячені дослідження таких вчених як О. С. Власюк, В. М. Гейць, І. І. Лукінов, В. О. Точілін, Т. В. Шталь та багатьох інших. [1] Проте врахування додаткових специфічних умов, викликаних проведенням широкомасштабних військових на території країни та їх наслідками, потребують проведення додаткових досліджень, особливо стосовно створення передумов відновлення та розширення інвестиційної діяльності у посткризовий період.

Посткризовий період, як період «поворотного пункту» (від греч. *crisis* – *поворотний пункт*) від порушення балансу, що існував (економічний зміст поняття «криза») до його відновлення може передбачати як, з одного боку, встановлення нового балансу та прискорення розвитку нових його складових на підставі поширення інноваційної діяльності та підвищення результативності та ефективності інноваційних процесів, так і, з іншого боку, навпаки, продовження руйнування «балансу», що раніш існував, до повного знищення окремих складових, що становили докризовий баланс. Шлях подальшого руйнування може передбачати певні етапи, зокрема: а) *рецесію* (від лат. *recesses* – *відступ*), який характеризується відносно помірним, некритичним спадом виробництва, вповільненням темпів економічного росту протягом більше ніж півроку; б) *стагнацію* (від лат. *stagnare* – *роблю нерухливим*) – більше тривалий

період рецесії, який призводить до застою у виробництві продуктів та наданні послуг, і торгівлі ними; в) *депресію* (від лат. *depressio* – *придушення*) – більше глибокий та довгостроковий спад в економічному розвитку, що приводить до повного руйнування або відновлення у новому вигляді як окремого суб'єкта господарювання, так і певної галузі та/або економіки певного регіону в цілому [2].

Таким чином, з метою недопущення подальшого руйнування (розвитку та поглиблення кризових явищ), необхідно створити такі передумови, які забезпечать після досягнення кризи максимального розвитку (тобто у посткризовий період) розворот перебігу подій в напрямку впровадження інноваційних процесів, що не можливо без розширення обсягів та напрямів інвестування. Тобто, інвестиційна політика держави в цілому та окремих галузевих і територіальних об'єднання, а також господарюючих суб'єктів, незалежно від форм їх власності та напрямів їх діяльності, має бути спрямована на максимальне залучення реальних інвестицій, спрямованих на відродження реального сектора економіки та підтримку розвитку вітчизняного виробництва (аналогічно, наприклад, закону США 2023р. «про боротьбу з інфляцією», яким передбачається не лише пільгова підтримка, а й субсидування промислового бізнесу, який «переніс» свої активи з Європи). При цьому, безумовно, має бути забезпечене максимальне використання власних інноваційно-інвестиційних ресурсів, за рахунок як створення максимально вигідних умов для цього, з одного боку, так і утруднення, аж до навіть прямої заборони, використання цих ресурсів за межами країни, з іншого боку.

Однією з найбільш проблематичних складових залучення інвестицій в Україну у посткризовий період, буде мати цілий комплекс питань забезпечення гарантій прав власності на результати та наслідки інвестування та верховенства права, тощо. Зазначені проблеми набувають особливої ваги у зв'язку з тим, що в умовах великої частки невизначеності та ризиків для подальшого стану та перспектив розвитку економіки України загалом та окремих її соціально-економічних систем, зокрема, функцію основного драйвера економіки і маяка для формування інвестиційної стратегії та інноваційно-інвестиційної політики має виконувати саме держава із залученням, насамперед, ресурсів міжнародних фінансових організацій та країн-партнерів. Метою використання такої підтримки має стати в стислі терміни як покращення показників щодо обсягів виробництва товарів і послуг по цільових ринках України, що існували у докризовий (довоєнний) період, так і поліпшення показників приватного споживання населенням України. Проте для цього необхідно створити нові та забезпечити належне функціонування існуючих певних запобіжників, які дозволять уникнути проблем, що існували з використанням подібної допомоги (наприклад від Європейського Інвестиційного Банку та інших організацій та країн-донорів), які були в довоєнний час. Збалансоване з галузевої точки зору розміщення державного замовлення на виробництво визначеного переліку товарів (продуктів), надання послуг та виконання робіт підкріпленого ресурсним забезпеченням як з боку держави, так і з боку країн-партнерів та міжнародних фінансових та грантових організацій, може стати відправною

точкою для створення передумов посткризового відновлення економіки країни та покращення її інвестиційного середовища (клімату).

Особливості подолання наслідків військово-політичної та економічної кризи в Україні пов'язані також з подоланням результатів міграційної кризи, які створюють низку додаткових викликів перед реалізацією інноваційно-інвестиційної політики як з точки зору наявності необхідних для цього трудових ресурсів та трудового потенціалу, так і з точки зору його якісних характеристик. Так, станом на 19 липня 2022 року (у відповідності до статистики Управління Верховного комісара ООН у справах біженців) в наслідок війни на території України з України виїхало понад 9,5млн. осіб, не враховуючи близько 3,8 млн. осіб регулярного транскордонного переміщення, які можуть носити як маятниковий характер, так і не вважатись підтвердженням стійкого повернення. Окрім того, станом на початок червня 2022 року (за оцінкою Міжнародної організації з міграції) чисельність внутрішньо переміщених осіб в Україні становила понад 7 млн. осіб. [3] Виходячи з цього, основним пріоритетом державної політики в сфері управління соціально-економічними системами з врахуванням наявних глобалізаційних викликів, в умовах посткризового стану має стати забезпечення першочергових потреб населення і створення умов для повернення людей додому (в країну в цілому та окремі її регіони, зокрема).

Розбудова економіки країни та створення нових робочих місць з привабливими умовами роботи задля повернення українських трудових мігрантів (як із за кордону країни, так і тимчасово-переміщених осіб) є, безумовно, ґрунтовною але довготривалою стратегією забезпечення трудовими ресурсами та розвитку трудового потенціалу. В першу чергу, на наш погляд, необхідно створити належні як соціально-економічні, так і політико-культурні умови, які здатні як зупинити міграцію висококваліфікованих фахівців, так і сприяти адаптації економіки країни та її трудових ресурсів до її орієнтації на зростання значення креативних галузей та інноваційної сфери, що поступово трансформуватиме економіку країни до переходу на новий рівень – інформаційну економіку знань. Для цього потрібні державні та залучені з боку зацікавленого бізнесу інвестиції як в формальні, так і в неформальні структури навчання, системи та практики формування трудового потенціалу, його реалізації і створення в країні людського капіталу.

Список використаних джерел:

1. Шталь Т. В., Доброскок О. О. Аналіз інвестиційного клімату України та шляхи його вдосконалення: монографія. Київ : Академія, 2012. 248с.
2. Каравацка Н. С. Світові економічні кризи : причини виникнення, наслідки, інструментарій розв'язку. URL. : http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/421/1/2.2_2.pdf (дата звернення: 28.02.2023)
3. Стародубов О. Міграційна криза – масштаб, економічні наслідки і шляхи подолання. URL.: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/2/7361562/> (дата звернення: 28.02.2023)

УДК 339.1

Нехай В.

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний університет
ім. Дмитра Моторного, м. Запоріжжя,*

ДОСВІД ТА ФОРМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Однією зі значущих проблем для багатьох підприємств є недостатні продажі за кордоном та недоотримання прибутку у конвертованій валюті, що породжує неспроможність розширювати виробництво, формувати інвестиційний портфель, купувати за кордоном засоби, яких бракує для забезпечення виробництва. Консолідація зусиль у напрямку спільного подолання підприємствами сільськогосподарського машинобудування проблем виходу на зовнішні ринки дозволила б успішно вирішити цілу низку проблемних питань організаційного характеру.

Зважаючи на проблеми, з якими стикається сільськогосподарське машинобудування в Україні, зокрема, проблеми збуту, треба враховувати досвід та форми виходу на закордонні ринки з продукцією, яка не має належного збуту на внутрішньому ринку. Дослідники питань міжнародного маркетингу Г.Л. Багієв, Н.К. Моїсеєва, С.В. Нікіфорова у прагненні показати всі «за» так характеризують зовнішньоекономічну діяльність: «Процес виходу фірм на міжнародні ринки можна розглядати як процес поступового розвитку. Різниця між добре відомим та іноді більш безпечним внутрішнім ринком та далеким та ризикованим закордонним вважаються настільки великими, що багато фірм надають перевагу поступовому їх подоланню. На користь такої точки зору вказують дослідження, які проведені у ряді країн» [1]. При цьому фірми знайомляться з новими бізнес-культурами та ринками, а, найчастіше, й з новими більш складними закордонними операціями.

«Шведська школа» досліджень міжнародних ділових операцій знайшла продовження у розробці методик виходу на закордонні ринки за декількома напрямками, що супроводжуються аналізом створення фірмами розподільчих мереж, встановленням довгострокових взаємовідносин з клієнтурою, вивченням відносин між головними підприємствами та філіями тощо.

Існує досвід підтримки процесу виходу на зовнішні ринки для невеликих фірм фірмами, які мають досвід: «Датські промислові фірми додержувались поступового та обережного розвитку міжнародних операцій. Наявна у Данії потужна торговельна фірма «Східноазіатська компанія» надавала допомогу малим фірмам у вивченні закордонних ринків та проникненні на них» [1]. Звісно, вказано на співпрацю виробників з фірмами у частині забезпечення виходу на зовнішні ринки. Це дуже корисно, адже, наприклад, для досліджуваної нами галузі це відкриває значні можливості покращення

показників збуту шляхом розширення сфер впливу, заробляння іноземної валюти, підтримки малого бізнесу.

На доцільності виходу на зовнішні ринки та пропагуванні вітчизняної продукції неодноразово наголошували Програми розвитку машинобудування та сільського господарства країни [2, 3].

В наш час існують різні форми здійснення збуту на зовнішніх ринках на рівні підприємств: свої відділи збуту, сторонні збутові фірми своєї країни та збутовий менеджмент інших країн. Кожна з цих форм має свої позитивні риси та свої недоліки. Зупинимось на недоліках для того, щоб бути впевненим у тому, що їх подоланню бути консолідований маркетинг. Характеристики отримані шляхом опитувань та бесід зі співробітниками підприємств, які мають відношення до реалізації та купівель сільськогосподарської техніки.

Відділи збуту підприємств діють таким чином, що найбільшу увагу приділяють сегментам ринків, які є знайомими та, на їх погляд, найменш ризикованими та витратними. Діючи за звичними правилами, такі відділи часто завдають шкоду своєму підприємству, хоча на перший погляд здається, що навпаки — економлять кошти, не витрачаючи зайвого на пошук нових партнерів у бізнесі, надають перевагу перевіреним покупцям [4]. Крім того, відділи збуту за умов відсутності відділу маркетингу працюють з націленістю на реалізацію продукції будь-якою ціною. Маркетинговий же принцип, без якого важко вистояти в конкурентній боротьбі — це виробництво того, що продається, а не продаж того, що виробляється. Саме покупці сповіщають про свої потреби.

Ще одним недоліком у роботі відділів збуту є те, що вони занадто залежні від керівництва підприємства і розробка тактичних та стратегічних планів збуту, яка потребує неабиякої компетентності та знань стану ринкового середовища, їм часом не притаманна. Робота за звичними схемами, обмеженість в обранні методів впливу на ринок є непереборною рисою діяльності таких підрозділів. Уникнення цієї проблеми також є метою консолідованого маркетингу.

Друга форма виходу з метою збуту на зовнішні ринки — збутові фірми своєї країни. Вони відзначаються компетенцією, «володіють» профільними ринками, але недоліки в їх роботі теж існують. Досвід вказує на те, що вони не надто переймаються після реалізації товару тим, яке відношення складеться у споживача про товар та чи схоче знов споживач його купувати. Рветься зв'язок між виробником та споживачем, тобто до того, хто вирішує, яким потрібен бути товар (склад, упакування, матеріали, які використовуються при його виробництві, спосіб доставляння, післяпродажне обслуговування тощо), інформація може не дійти або доходити несистемно [5]. Виробник буде продовжувати представляти товар ринку у тому вигляді, як і раніше, що може призвести до стрімкого спаду у продажах навіть гідного товару. Крім того, існують форми збутового посередництва, наприклад, консигнатори, комісіонери, які не передбачають обов'язкового продажу товарів у певний термін, з виконанням певних вимог. Це шкодить новому продукту, може затримати процес закріплення його на ринку та досягненню переваг в

конкурентній боротьбі. Тобто знов постає питання відповідальності посередника перед виробником у налагодженні зворотних зв'язків.

Закордонні збутові посередники мають ті ж недоліки, що й вітчизняні. До цих недоліків треба додати ту обставину, що вони знаходяться у відносинах з українськими виробниками у привілейованому положенні, що обумовлене системними зусиллями зі створення іміджу. Але вони нав'язують ринкові правила вітчизняним виробникам, що становить складнощі й торкається товарів різних галузей виробництва.

Вибір засобів виходу на закордонний ринок є відповідальною функцією менеджменту вітчизняних підприємств. Від ступеня урахування усіх факторів, що можуть вплинути на ефективність зовнішньоекономічної діяльності, залежить успіх усієї господарської діяльності. Тому, перспективними вбачаються розробки у напрямку удосконалення форм ринкової взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Багієв Г. Л. Міжнародний маркетинг. Харків: «Ранок», 2019. 542 с.
2. Viktoriia Nekhai, Iryna Kolokolchykova, Svitlana Rozumenko, Tetiana Nikitina (2022). Anti-crisis Management of Socio-economic Systems Development in the Global Competitive Environment. *Review of Economics and Finance*, 20, 363-377.
3. Нехай В.В. Формування засад антикризового управління підприємством. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки). Мелітополь, № 2 (44). 2021. С. 24-30.
4. Нехай В.В. Метод «маневру» у стратегічному управлінні та створенні ринкових переваг підприємств на ринку засобів виробництва. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. Херсон, 2022. С. 169-176.
5. Нехай В.В. Дослідницька аналітика збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості* : матеріали наук.-практ. конф., 19 квітня 2019 р. Київ : КНЕУ, 2019. С. 216–218.

УДК 330.131.7

Новік І.

*к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

Подрез О.

*к.е.н., старший викладач кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

Перерва П.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЛІДКІВ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Стійкий міжнародний розвиток підприємств у ринкових умовах можливий у тих випадках, коли забезпечується їхня здатність підтримувати прибуток на заданому рівні. Мінливість та невизначеність міжнародного зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає створення таких фінансових відносин, за яких підприємство може підтримувати платоспроможний попит, забезпечувати залучення кредитів для інвестування та приросту оборотних коштів, створювати фінансові резерви. У цих умовах господарський ризик виконує дві функції: небезпечну для підприємства - загрозу банкрутства, і корисну орієнтуючу підприємців і керівників на успіх і отримання переваг та певних вигод. Аналіз ризиків включає оцінку ризикових методів зниження ризиків або зменшення пов'язаних з ним несприятливих наслідків [1-5].

У сучасних умовах міжнародна бізнес-діяльність кожного промислового підприємства пов'язана з комерційним ризиками, тому правильна і своєчасна їх оцінка дозволить уникнути збитків і підвищити ефективність роботи підприємства. Крім якісної оцінки ризиків необхідна кількісна оцінка, що дозволяє визначити рівень ризику і його негативні наслідки, які можуть бути досить небезпечними для підприємства.

Виділяється кілька стратегій забезпечення фінансової стійкості підприємства в міжнародному бізнесі [2, 5]:

- *стратегія обмеженого зростання* – мети визначаються від досягнутого, коли вибирається найменш ризикований шлях, що дозволяє уникнути істотних змін у системі фінансово-економічних відносин;

- *стратегія зростання* – передбачає постановку цілей як довгострокового і короткострокові із фінансовими показниками значно вищими, ніж поточний рівень показників минулого чи поточного року. Така стратегія застосовується в галузях високотехнологічних, що часто виводять на ринок нові продукти;

- *стратегія скорочення* – спрямована на зменшення грошових потоків, пов'язаних з обмеженнями в асортименті продукції або скасуванням окремих

сфер діяльності. реалізацію цільової функції забезпечення фінансової стійкості, пов'язаної з головною місією підприємства протягом обмеженого періоду часу.

Управління фінансовими ризиками підприємства вимагає врахування впливу факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Заходи в цій сфері включають в себе економічні умови на міжнародному ринку, характеристики споживачів і постачальників, правові норми та положення, соціальну ситуацію, суспільні погляди, контролюючі органи, можливості техніки та технологій. Важливою характеристикою довкілля є її динамічність, тобто швидкість з якої відбувається зміна основних факторів. Однією з основних характеристик є її невизначеність, яка залежить від кількості та достовірності інформації, яку має організація. Чим більш невизначений стан зовнішнього оточення, тим важче приймати ефективні рішення.

Міжнародне зовнішнє середовище характеризується взаємопов'язаністю включених до неї факторів та елементів та ступенем їх впливу на цю організацію. Вплив факторів зовнішнього середовища може бути прямим і непрямим. Основними особливостями елементів середовища прямої дії є такі.

1. постачальники забезпечують постачання матеріалу, обладнання, енергії, капіталу, робочої сили, вони впливають на діяльність організації;

2. трудові ресурси - без людей неможливе досягнення мети;

3. закони та державні органи регламентують діяльність організації. Неузгодженість правових актів підвищує ступінь невизначеності і породжує різного роду протиріччя;

4. споживачі – існування будь-якої організації залежить від її здатності знаходити споживача;

5. конкуренти – визначають діяльність фірми у боротьбі за споживача, трудові ресурси, матеріали, капітал і право використовувати технологічні нововведення.

Міжнародно середовище непрямого впливу включає фактори, що не надають прямого негайного впливу на організацію (міжнародна обстановка, стан економіки, науково-технічний прогрес, соціальні та політичні зміни, групові інтереси тощо). Її вплив, як правило, складніший і в більшій мірі невизначений, чим фактори середовища прямого впливу [1, 3].

Для забезпечення успішного проведення антиризикових заходів, які дозволяють стабільно та ефективно здійснювати виробничо-комерційну діяльність, пропонуємо визначити наступні принципи управління ризиками на промисловому підприємстві: принцип зваженості ризику; принцип незалежної перевірки; принцип перевірки.

1. *Принцип зваженості ризику* говорить про те, що ризики операції, що здійснюється, повинні бути продумані і розраховані, спрямовані на пошук балансу між вигодою від зниження ризику і витратами необхідними для цього. Ризики виникають у зв'язку зі змінами, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Підприємство несе ризики, пов'язані з його виробничою, комерційною та іншою діяльністю. Вони можуть нести як позитивний, і негативний характер. Звісно, ризику можна уникнути, тобто. просто ухилитися від заходу, пов'язаного із ризиком. Однак уникнення ризику

часто означає відмову від можливого прибутку. Наприклад, є ризики, які можна і потрібно повністю виключати, а є ризики, повне виключення яких призведе до зниження ефективності бізнесу загалом. Такі ризики необхідно знизити до мінімального рівня, прийняттого конкретної компанії. Подолання ризиків багато в чому залежить від запасу міцності компанії, оскільки саме він є показником стійкості та надійності. Виходячи з принципу зваженості, виділяються три групи ризику: політичні; економічні; комерційні. У сукупності ці ризики об'єднуються в загальний ризик. Такі показники, як загальний ризик та запас міцності організації, є умовами здійснення операції, які необхідно зіставити між собою для зважування ризику.

2. *Принцип незалежної перевірки* – необхідно провести розрахунок ризику управлінського рішення, проведення фінансової операції і таке ін. з використанням інших методів розрахунку, інших параметрів об'єкту.

3. *Принцип додаткової перевірки* - потрібно проводити додатковий розрахунок ризику з урахуванням не виявлених явищ, а також з урахуванням зміни позитивного впливу ризику на негативне.

Вибір варіанта дій (стратегії) у процесі прийняття ризикових рішень залежить від повноти та достовірності наявної інформації та від наявного ресурсного потенціалу для досягнення поставленої мети.

Список використаних джерел:

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

2. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>

3. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>

4. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>

5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

УДК 338.242

Пугачов В.

к.е.н., старший науковий співробітник,

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Реалізація стратегічних цілей державної політики щодо забезпечення входження України у світовий та європейський економічний простір потребує перегляду теоретичних і практичних положень стосовно формування підприємницької моделі з урахуванням впливу зовнішньоекономічних чинників. Адже для виживання і розвитку бізнесу в сучасних умовах необхідним є аналіз процесів і тенденцій світових ринків, розвитку економічної діяльності щодо виробництва, розподілу та споживання товарів, яка сприяє підвищенню добробуту людей, але не призводить до значних екологічних ризиків чи екологічного дефіциту [1, с. 6].

України реалізує положення Угоди про асоціацію з Європейським Союзом [2]. Аграрний сектор економіки держави є важливою складовою світової агропродовольчої системи та активним учасником зовнішньоекономічних відносин. Як наслідок на розвиток вітчизняного агропродовольчого ринку впливають тенденції світових і регіональних ринків. Це повною мірою стосується й ринку цукру. У 2021-2022 роках на агропродовольчих ринках світу та України спостерігається висхідна цінова динаміка. Світові ціни на цукор почали зростати ще з серпня 2021 року. Тоді через несподівані заморозки у Бразилії почалися проблеми з виробництвом та постачанням цукрової сировини. В Україні цукор став одним із продуктів-рекордсменів щодо зростання ціни: за 2021 рік його вартість збільшилася на 61,5%. Літом 2022 року обмеження на експорт цукру встановила Індія – один з найбільших у світі виробників цукру та другий за величиною експортер після Бразилії.

За прогнозами, у поточному маркетинговому році (2022/2023 МР) глобальне виробництво цукру (з цукрового буряку і цукрової тростини) перевищить 183 млн тонн (приріст на 2,8 млн тонн порівняно з минулим маркетинговим роком). Це відбудеться завдяки збільшенню виробництва цукру, зокрема, в Бразилії та Китаї, внаслідок чого компенсується його зниження в ЄС, Індії та Україні. Типовим залишатиметься співвідношення обсягів виробництва цукрового буряку і цукрової тростини між двома основними групами країн: розвинуті країни вирощуватимуть понад 75% цукрового буряку, а країни, що розвиваються – більше 95% цукрової тростини. Основне виробництво цукру (близько 80%) сконцентроване у країнах, що розвиваються.

Виробництво цукру в ЄС у сезоні 2022/23 очікується на рівні 16 млн тонн, тобто на 330 тис. тонн менше, ніж в сезоні 2021/2022. П'ятий рік поспіль зберігається ситуація, коли потужності виробництва цього регіонального угруповання не можуть задовольнити потреби його внутрішнього продовольчого ринку в обсязі 17 млн тонн. Нестача пропозиції солодкого продукту покриватиметься за рахунок імпорту [3].

У світі в маркетинговому році прогнозується зростання обсягів споживання (попиту) та експорту цукру, але дещо скоротяться запаси, оскільки темпи нарощування виробництва відставатимуть від темпів збільшення попиту. Як наслідок, у лютому 2023 року значення Індексу цін на цукор ФАО збільшилось на 6,9 % відносно показника січня, досягнувши найвищого рівня з лютого 2017 року 124,9 пункту [4]. Така ситуація обумовлена переглядом у бік зменшення прогнозу виробництва цукру в Індії у 2022/2023 маркетинговому році та, як наслідок, його експорту. Додатковим чинником підвищення цін також став високий попит на імпорт цукру в світі.

В Україні у 2023 році прогнозується зменшення посівних площ під цукровим буряком, порівняно з 2020-2021 роками. Якщо у 2021 році в Україні цукровим буряком було засіяно 227 тис га, то у 2022 році лише 79,7 % від 2021 року – 181 тис га. У поточному році цукрові буряки можуть бути посіяні на площі біля 180 тис. га.

За прогнозом Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» урожай 2023 року становитиме 8,1-8,9 млн тонн цукрового буряку. Наявні цукрові заводи, які працюватимуть цього року, мають можливість переробити весь вирощений урожай. За прогнозом цього року буде вироблено близько 1,0 млн тонн цукру. Цього обсягу буде достатньо для забезпечення потреб населення країни, яке у минулому році споживало менше цього показника. А з урахуванням минулорічних перехідних залишків (350-450 тис. тонн) за умови стабільності дефіциту цукру на ринку України не очікується. За оцінками науковців Інституту аграрної економіки, обсяги виробництва повністю забезпечать у 2023 році потреби населення України в цукрі та дозволять поставити біля 150 тис. тонн цукру на експорт. Фонд споживання цукру з розрахунку на 1 особу становитиме 22,5 кг.

Головним чинником збільшення експорту є ціновий, адже ціна на цукор на закордонних ринках є у 1,3-1,5 разів вищою. Як наслідок, у вересні-грудні 2022 року було продано на зовнішніх ринках 184 тис. тонн, а у січні-лютому 2023 року – понад 76 тис. тонн українського цукру. Зокрема, у жовтні 2023 року на експорт надійшло 30,7 тис. тонн, у листопаді – 55,3 тис. тонн, у грудні – 53,7 тис. тонн, у січні 2023 року – 33,5 тис. тонн та у лютому – 42,6 тис. тонн цукру (включаючи цукрові сиропи). Продовжуючи експортувати цукор у значних кількостях Україна створює ризики на вітчизняному ринку щодо підвищення цін. Перевищення обсягів експорту понад 150 тис. тонн протягом березня-серпня 2023 року може створити дефіцит на вітчизняному ринку цукру.

Наразі основним чинниками росту цін на цукор вітчизняному ринку є здорожчання логістичних витрат, палива та енергії (у собівартості виробництва цукру енергетична складова досягає 60-70%).

Науковці ННЦ «Інститут аграрної економіки» прогнозують, що за умови макроекономічної стабільності в Україні, стабільних цін на паливо та енергоносії, підвищення цін на цукор до кінця маркетингового року не перевищить 10-15%. Разом з тим вплив зовнішніх чинників за активного експорту з України може призвести до зростання цін на цукор в 1,5-1,6 разів. А

в умовах скорочення виробництва прогнозовані обсяги не задовольняють попит на вітчизняному ринку цукру.

Таким чином, ситуація на ринку цукру свідчить про наявність загроз щодо дефіциту цукру та/або значного зростання цін на цей продукт. Вважаємо доцільним рекомендувати запровадження посиленних заходів щодо стримування експорту цукру з України та стимулювання збільшення посівних площ цукрового буряку.

Використання актуальної ринкової інформації щодо експорту та імпорту продукції, стану світових і регіональних ринків, інших зовнішньоекономічних чинників сприятиме формуванню конкурентної моделі розвитку аграрного бізнесу в сучасних умовах військового стану. Наслідки війни будуть активно відчуватися в аграрній сфері наступні 3-4 роки та залишатиметься високим рівень невизначеності щодо планування підприємницької діяльності. Тому важливим є усунути перепони для ведення бізнесу, зокрема недовіра до судової системи, корупція, монополії, нестабільне законодавство, репресивні дії правоохоронних органів, складність з адмініструванням податків тощо, та забезпечити розвиток інфраструктури загального користування.

Чинниками невизначеності залишаються:

- вплив пандемії COVID-19 та інших можливих епідемій та пандемій;
- ймовірність нових спалахів хвороб тварин, зростаючих рівнів антимікробної резистентності;
- нові ризики і загрози, пов'язані із формуванням так званої «багатополярної глобалізації», з принципово новими процесами конкуренції, наприклад «Зелений курс» Європейського Союзу (The European Green Deal), новими комунікаціями та технологіями;
- реакція на зміну клімату та екстремальні погодно-кліматичні умови.

Характер розвитку аграрного бізнесу в умовах сучасної нестабільності значною мірою буде залежати від усунення ризиків війни, створення сприятливого інвестиційного клімату для приватних інвестицій, запровадження відповідних механізмів інвестиційно-інноваційної та зовнішньоекономічної діяльності з дотриманням принципів інклюзивності у підходах до збалансування економічних взаємовідносин між учасниками господарських проектів та на основі їх взаємовигоди.

Список використаних джерел:

1. Пугачов М.І. Розвиток зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами. *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 6-13.
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_11#Text.
3. Пугачов М.І. Місія – нагодувати світ: чим наші виробники підкорюють закордонні ринки. 11 березня 2023. URL : <http://iae.org.ua/>
4. FAO Food Price Index. 03 March 2023. URL : https://www.fao.org/worldfood_situation/foodpricesindex/en/.

*Оганісян А.
аспірантка кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНЕ ПІДГРУНТЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ

Завдяки вигідному географічному розташуванню, близькості до міжнародних покупців, широкому поширенню родючих чорноземів і різноманітності кліматичних зон Україна набула статусу світового постачальника органічної продукції. В 2021 році українські аграрії експортувала понад 260 тис. т органічної продукції до більше ніж 30 країн світу на суму більш ніж 220 млн дол. США, з яких 82% було експортовано до ЄС (рис.1). За таких показників Україна посіла 4 місце в світі серед 127 постачальників органічної продукції до ЄС, поступаючись лише Еквадору, Домініканській Республіці та Китаю. При цьому перші дві країн здебільшого постачають до ЄС тропічні фрукти, горіхи та спеції, які в Україні не вирощуються [1].

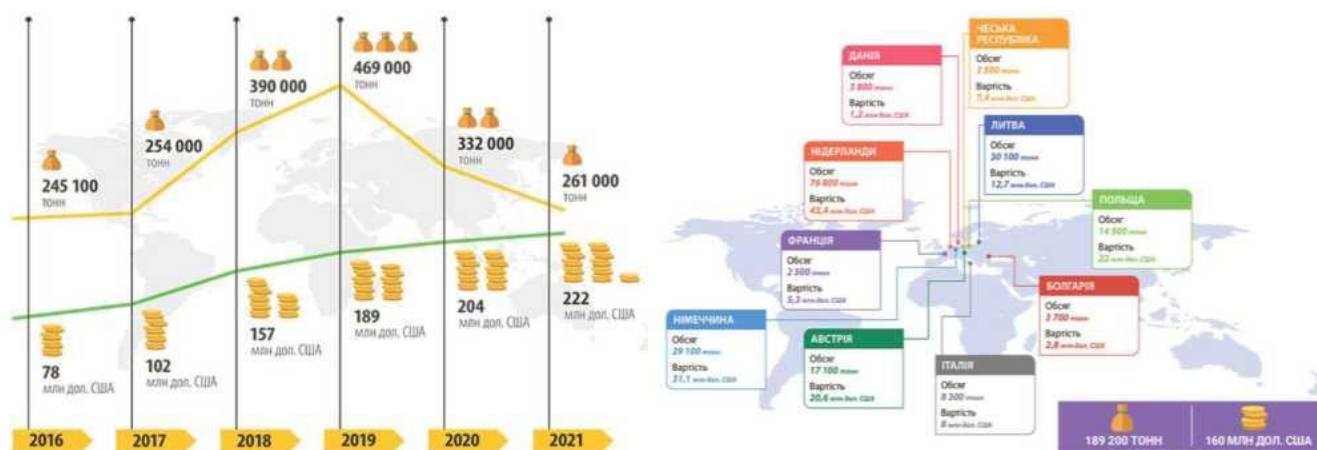


Рис.1. Динаміка експорту органічної продукції з України за обсягом та вартістю протягом 2016-2021 рр. [2]

Розвиток експорту органічної продукції залишатиметься пріоритетним і надалі, оскільки згідно Національної економічної стратегії України на період до 2030 року визначено ціль нарощування його обсягів до 1 млрд. дол. США.

Важливим для досягнення поставлених цілей є ухвалення рішення ЄС щодо скасування імпорتنих квот та мит на українську продукцію. Також вперше за багато років Україну виключено із переліку країн-експортерів органічної продукції, щодо яких застосовуються додаткові заходи контролю. Навіть якщо таке рішення суто політичне, це суттєве спрощення для експорту органічної продукції, адже зменшує витрати на додаткові інспекції, відбори та аналізи, а також, відповідно, і час на здійснення експорту [3].

Втім, цього замало. Для досягнення поставлених цілей, держава має взаємодіяти з екологічно орієтованим агробізнесом. І насамперед, через надання державної підтримки як тим виробникам, які щойно вирішили перейти до виробництва органічної продукції, так і тим виробникам продукції, які вже отримали сертифікати на свою продукцію. Оскільки за будь-яких умов підтримання родючості ґрунтів та боротьба з хворобами і шкідниками рослин, а також і тварин потребує на значні додаткові витрати. Значно зросли і витрати на транспортування.

У ці часи державна підтримка органічного виробництва є надзвичайно важливою, щоб міжнародна спільнота знала і бачила, що Україна, її аграрний сектор та органічний сектор зокрема, працюють, мають рішучий намір продовжувати органічне виробництво і торгівлю, а також позитивно налаштовані, незважаючи на всі складнощі воєнного часу. Для усієї країни важливо довести, що українські експортери здатні виконувати свої контрактні зобов'язання, незважаючи на різноманітну паніку, що з'являється в ЗМІ щодо перебоїв із експортом з України, щоб не втратити існуючих партнерів і залучати нових [4].

Відтак, державна підтримка потрібна і щодо погашення відсоткової ставки на придбання засобів захисту, біо добрив, які відновлюють родючість ґрунту, і на купівлю органічного насіння та транспортну логістику, побудову та захист українських органічних брендів, розширення світових ринків завдяки потужній системі торговельних і аграрних аташе, а також здійсненню торгових місій. Саме за таких умов можливе досягнення поставлених цілей щодо нарощування обсягів експорту органіки.

Список використаних джерел:

1. Гвоздьева О. Встигнути до 2030: місце України на мапі органічного ринку ЄС. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1192-vstignuti-do-2030-mistse-ukrayini-na-mapi-organichnogo-rinku-yes>
2. Органічне виробництво в Україні залишається одним із пріоритетів. 2022. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/ua-organic-import-to-eu-2021/>
3. Шор К. Як змінюється органічний ринок в умовах війни? 2022. URL: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/07/AllRetail_july_2022-Organic.pdf
4. Ремізов А. Аналіз українського органічного сектору: 8 місяців від початку повномасштабної війни в Україні. 2022. URL: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainian-Organic-Sector-Analysis_Oct2022_UA.pdf

УДК 338.005:633.1:631.53.01

Орлов В.

*к.е.н., докторант кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

ВИКОРИСТАННЯ НАСІННЯ ТА СОРТІВ УКРАЇНСЬКОЇ СЕЛЕКЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ ВИСОКИХ УРОЖАЇВ ТА ЗМІЦНЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОГО АПК

Сьогодні увага всього світу прикована до вирішення проблеми експорту українського зерна та продовження дії «зернової ініціативи», започаткованої в умовах військового стану у 2022 р. Україна традиційно входить до топ-10 виробників зерна на планеті, забезпечуючи продовольством низку країн Близького Сходу та Африки. Окрім цього, стратегічно важливим залишається питання забезпечення внутрішньої продовольчої безпеки в умовах зниження кількості посівних площ через їх тимчасову окупацію, мінування та знищення внаслідок обстрілів інфраструктури багатьох аграрних підприємств.

У цих умовах особливо важливо отримувати високі врожаї культур, суттєвим фактором чого залишається використання якісного насінневого матеріалу та сортів рослин. Головним завданням селекціонерів є створення високопродуктивних сортів пшениці озимої нового покоління за різними напрямками використання. З огляду на економіку та екологію, сорт є найбільш доступним і дешевим способом збільшення виробництва зерна і підвищення якості продукції [1].

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2022 р. в Україні було намолочено понад 43 млн. тонн зерна, збір проведено на площі 9,7 млн. га із середньою урожайністю 45,1 ц/га. Провідними зерновою культурою для України залишається пшениця, на частку якої у 2022 р. припадало 44,5% валового виробництва та 48,5% посівних площ. На сьогодні в Україні зареєстровано понад 500 сортів пшениці м'якої озимої, з яких понад 75% припадає на вітчизняну селекцію.

Провідний науковець ННЦ «Інституту аграрної економіки» НААН О. Захарчук відзначає, що «у 2021 р. ввезено 1,5 тис. т насіння іноземної селекції, а також вироблено на території держави 43,5 тис. т. Вітчизняне насінництво склало 75,9 тис. т, тобто 63% від загальних обсягів виробництва. При цьому частка насіння вітчизняної селекції порівняно з 2020 р. зменшилася на 3,2%» [2]. Водночас, за даними експертного середовища, станом на 2023 р. на частку сортів іноземної селекції припадає 88% по гороху, 68% по ярому ячменю, 44 % по гречці, 46% по просу [3]. А саме ці культури набирають особливого значення в умовах стрімкої зміни кліматичних умов.

Проаналізовані тенденції дозволяють зробити висновок про посилення експансії сортів іноземної селекції на ринку насіння та садивного матеріалу, що вимагає посиленої державної підтримки вітчизняних оригінаторів та виробників насіння високих генерацій.

Посівна кампанія в умовах воєнного 2022 року, що стала сейозним викликом для українського АПК, засвідчила перевагу сортів та гібридів української селекції, що пристосовані до місцевих умов та не вимагають порівняно високих додаткових вкладень порівняно із використанням іноземних сортів. При цьому, не зважаючи на реалії війни, Україна змогла забезпечити продовольством своє населення та в черновий раз нагодувати світ.

Галузь насінництва – це єдина галузь, що продукує специфічний інноваційний продукт – рід, сорт чи гібрид рослин, і такий продукт як специфічний біологічний об'єкт не може бути замінений жодним засобом виробництва, саме інновації є запорукою розвитку як економічного потенціалу, так і зміцнення конкурентоспроможності насінницьких підприємств. Особливо високим рівнем інноваційного розвитку характеризуються підприємства мережі Національної академії аграрних наук України, які примножують багаторічні традиції вітчизняної селекції та генетики с.-г. культур.

Для прикладу, Національна академія аграрних наук України пропонує під посівну компанію 2023 р. базове та сертифіковане насіння сортів та гібридів ярих культур вітчизняної селекції, вирощеного науковими установами та дослідними станціями і господарствами мережі НААН: насіння культур ранньої групи (пшениця яра – 21 сорт; ячмінь ярий – 51 сорт; овес – 12 сортів; горох – 6 сортів; тритикале яре – 5 сортів); насіння культур пізньої групи (soя – 15 сортів; гречка – 7 сортів; просо – 15 сортів; кукурудза – 22 сорти; соняшник – 21 сорт); насіння нішевих культур (ріпак ярий – 2 сорти; люпин – 10 сортів; льон – 8 сортів; коноплі – 5 сортів; мак – 2 сорти; сафлор – 2 сорти; гірчиця яра – 4 сорти; вика яра – 7 сортів; буряк цукровий – 2 сорти; буряк кормовий – 3 сорти; люцерна – 4 сорти; еспарцет – 1 сорт; конюшина – 3 сорти; квасоля – сорт та ін.) [4].

Таким чином, використання насіння та сортів вітчизняної селекції є вагомим чинником розвитку рослинництва та джерелом трансферу інновацій, які є складовою національного наукового потенціалу та запорукою економічної і продовольчої безпеки України.

Список використаних джерел:

1. Демидов О., Муха Т., Гуменюк О. Стійкий сорт – запорука високого врожаю. *Пропозиція*. № 10, 2021. URL: <https://propozitsiya.com/ua/stiykiy-sort-zaporuka-visokogo-vrozhayu> (дата звернення 10.03.2023).

2. Названо ТОП-12 найпопулярніших сортів озимої пшениці української селекції. SuperAgronom.com. URL: <https://superagronom.com/news/14855-nazvano-top-12-naupopulyarnishih-sortiv-ozimoyi-pshenitsi-ukrayinskoyi-selektsiyi> (дата звернення 10.03.2023).

3. Ринок насіння ярих культур. *Агробізнес сьогодні*. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/26300-rynok-nasinnia-iarykh-kultur.html> (дата звернення 11.03.2023).

4. НААН пропонує аграріям насіння сортів та гібридів ярих культур для посівної. Офіційний сайт НААН. URL: http://naas.gov.ua/news/?ELEMENT_ID=7851 (дата звернення 11.03.2023).

УДК 651.9:658

Полякова Ю.

*д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні реклама розглядається як дієвий засіб донесення інформації, розробленої маркетологами, до потенційних клієнтів. При цьому реклама виконує низку функцій [1]: представлення споживачам рекламованого товару, створення іміджу торгової марки, переконання людей у потребі вчинити певні дії, нагадування про необхідність купити рекламований товар, закріплення досвіду від раніше зробленої покупки.

Для реклами вітчизняних товарів важливого значення набуває рекламна стратегія як широкомасштабна довгострокова програма, що спрямовується на розв'язання мети рекламної діяльності. На те, яким буде вибір того або іншого виду цієї стратегії здійснює вплив багато чинників, передусім такі як емоційно-раціональна складова, а також життєвий цикл продукту.

Раціональні стратегії охоплюють родову стратегію, стратегію переваги, унікальної торговельної пропозиції, позиціонування. До емоційних стратегій входять стратегія «імідж марки» і стратегія резонансу [2].

Реклама стає звиклим аспектом діяльності компаній, а створення торгових марок перетворюється на своєрідне мистецтво. Команди фахівців наполегливо та спільно працюють, щоб підібрати та обґрунтувати вдалу назву для розроблюваного бренду. У сучасних ринкових реаліях якісний продукт не позиціонується без чітко продуманої стратегії брендингу.

Наприклад, найдорожчим українським брендом у 2020 році стала «Моршинська». Загалом до рейтингу найдорожчих брендів увійшли декілька нових компаній, серед яких «Шустов», «Київхліб» та Inkerman, що показують дані рейтингу «Топ-100 українських брендів» від видання InVenture. У той же час рейтинг залишили такі бренди: «Аптека доброго дня», «Перша приватна броварня», «Прайм». Загалом топ-10 найдорожчих брендів охоплює такі: «Моршинська», «Нова Пошта», Rozetka, Roshen, АТБ, Приватбанк, Sandora, «Хортиця», «Хлібний Дар», «Наша Ряба» [3].

Найрейтинговіші позиції у аналізованому рейтингу займають вітчизняні бренди, які асоціюються у споживачів із харчовими продуктами, переробкою молока та виробництвом алкогольних, безалкогольних напоїв та пива. Потім розташувалися ритейлери, фармацевтичне виробництво, паливо та енергетика, господарські товари. Найменше у рейтингу представлені логістичні, фінансові, телекомунікаційні послуги та ювелірні бренди.

За таких умов створення бренду є важливим завданням. Найвідоміші торгові марки витрачають значну частку бюджету на іміджеві заходи. При великій конкуренції якісних товарів споживач купує не лише сам продукт, він купує історію, відчуття, асоціацію. Загалом можна виокремити такий підхід:

наша Ряба – це зовсім не шматок м'яса, це – затишок домашніх свят, Київстар – це не звиклий набір функцій на телефоні, це можливість контактувати з близькими з будь-якої точки світу, Моршинська – це не питна вода, а здоров'я [3]. Ще одним новим аспектом у напрямі розвитку сучасної реклами є акценти на екологізації.

Спеціалісти виділили п'ять основних проблемних питань, що постали перед клієнтами в період війни. Це передусім відсутність чіткої концепції та бачення бренду; труднощі із виходом на зовнішні ринки; релокація виробництва до відносно безпечних регіонів; відсутність сайту, що безперешкодно працює з міжнародним ринком, а також нестача фінансових ресурсів для продовження адаптування до нових викликів. LVK Agency проаналізували, як поводитись вітчизняні дизайнери у перші тижні війни. Четверта частина (22%) вирішила залишитись у своїх містах, майже половина (48%) прийняла рішення виїхати на західні території України, а 30% – за кордон. Проте ринок продовжує розвиватися, від початку війни продажі відновилися і піднялися до 8%. На відміну від рівня продаж, спроможність брендів розвиватися та адаптовуватися стрімко зростає. Ще протягом другого тижня війни лише 35% брендів були готові до кардинальних змін у новітніх умовах, а вже на четвертому цей показник зріс до 87%. Українське суспільство швидко реагує на те, що відбувається на території країни [4].

У нових реаліях для бізнесів виникає безліч викликів. Один із них – необхідність виходу на закордонні ринки Розробка стратегії передбачає обґрунтування таких напрямів: планування виходу на новий ринок; урахування культурних особливостей, релігії та ринку; вивчення законодавства; оцінювання ємності ринку; аналіз ринкових очікувань та вимог; бачення стратегії виходу та локалізація продукту; технічна підготовка до виходу новий ринок.

Список використаних джерел:

1. Швець М. Що таке реклама простими словами - які її цілі і завдання, види і функції. URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/477-shcho-take-reklama.html>.
2. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник [Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко]. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.
3. Устимович Ю. “Моршинська”, “Нова Пошта” та Rozetka: топ-100 найдорожчих українських брендів. URL: <https://thepage.ua/ua/news/top-100-ukrayinskih-brendiv-2020-hto-koshtuye-najbilshe>.
4. Тріль М. Як вийти на ринок інших країн під час війни: планування і технічна підготовка бізнесу. Досвід UniTalk. URL: <https://ain.business/2022/11/25/yak-vyjty-na-rynok-inshyh-krayin-pid-chas-vijny-planuvannya-i-tehnichna-pidgotovka-biznesu-dosvid-unitalk>.

УДК 332.055:331.526

Синюра-Ростун Н.

*к. е. н., старший науковий співробітник відділу просторового розвитку,
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»,
м. Львів*

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Війна, що триває в Україні поставила перед економікою держави нові виклики спричинені блокуванням логістичних шляхів, руйнування виробничих потужностей, що забезпечували основні статті експорту. Актуальною стає розробка та впровадження нових механізмів для відновлення та забезпечення експортної спроможності держави. Україна впродовж 2022 р. експортувала товарів на 44,1 млрд дол США або 99,8 млн т, що на 35,1% менше ніж у 2021 р. у грошовому еквіваленті та 38,4% менше у кількісному вираженні.

Підходи до формування політики щодо підтримки експорту необхідно опирати на концепції, що передбачають сприяння підвищенню конкурентоспроможності товарів, вироблених всередині країни та товарів із вищою доданою вартістю. Відтак, першочерговою є підтримка високотехнологічних виробництв та інноваційного підприємництва, що можуть конкурувати на зовнішніх ринках, а також сприяти імпортозаміщенню. Як вказують дослідники: "підтримка високотехнологічного експорту — це пріоритетний напрям на шляху сталого економічного розвитку, що дає змогу залучати додаткові міжнародні ресурси. Це в свою чергу дозволяє покривати витрати на імпорт, підтримувати рівновагу торговельного балансу [1].

Основними перешкодами для здійснення зовнішньоекономічної діяльності в умовах війни, окрім фізичної втрати активів та людських ресурсів, стали (за опитуванням експортерів станом на січень 2023 р. [2]) логістичні проблеми, зокрема черги на західних кордонах України, закриття морських торгових шляхів, складні митні формальності та корупція на митниці, неможливість задовольнити попит на зовнішніх ринках, падіння попиту на продукцію підприємства, а також необхідність переорієнтації експорту з країн СНД. Політика підтримки та відновлення експортного потенціалу держави потребу насамперед вирішення нагальних потреб, серед яких диверсифікація експортних шляхів, спрощення митних процедур та розширення географії експорту. 63% експорту товарів припало на країни ЄС (27,9 млрд дол США). У 2022 р. основними країнами-партнерами у ЄС були Польща (6,6 млрд дол. США), Румунія (3,8 млрд дол. США), Угорщина (2,27 млрд. дол. США), Німеччина (2,23 млрд дол. США), Італія (1,5 млрд дол. США) та Іспанія (1,5 млрд дол. США) [3]. Поза країнами ЄС найбільшими країнами експортерами української продукції стали Туреччина (2,9 млрд дол США) та Китай (2,46 млрд дол США).

Велику частку у товарному експорті становить продукція з низьким ступенем переробки, і ця частка за перший рік війни лише зросла, оскільки провідне місце у структурі експорту на зміну чорним металам, посіли зернові.

В умовах ведення війни така структура ще може бути прийнятною, однак післявоєнне відновлення потребує зростання частки високотехнологічних та інноваційних виробництв, а також послуг, здатних конкурувати на міжнародних ринках, а також бути включеними у міжнародні ланцюги доданої вартості. Набуття Україною кандидата у члени ЄС відкриває нові можливості для стимулювання структурних зрушень в промисловості шляхом кардинального оновлення вітчизняних виробничих фондів на новій техніко-технологічній основі із залученням значного науково-технічного потенціалу для забезпечення розвитку високотехнологічного виробництва.

Серед основних завдань повоєнного розвитку економіки стоїть стимулювання розвитку експортного потенціалу України шляхом збільшення обсягів продукції та послуг які мають зростаючу економічну та соціальну віддачу, а також стратегічну конкурентоспроможність, тобто принесуть максимальний соціально-економічний ефект для розвитку економіки держави та регіонів у майбутньому [4, с. 63].

У сфері послуг це зокрема комерційні послуги, що мають потенціал зростаючої економічної віддачі серед яких ІКТ, фінансові послуги, професійна, наукова та науково-технічна діяльність, освіта та послуги з охорони здоров'я тощо. Станом на сьогодні, найбільшу зростаючу частку у структурі експорту послуг утримує сектор ІКТ, який має не лише позитивні економічні ефекти для держави (у 2022 р. частка експорту ІКТ у загальній структурі експорту послуг зросла до 40,5%), але і виконує вагомий соціальний вплив у контексті забезпечення зайнятості, гідного рівня оплати праці, різноманітних соціальних проектів розвитку громад, які у часі війни виявилися у потужній підтримці щодо задоволення нагальних військових потреб та підтримки обороноздатності держави тощо.

Список використаних джерел:

1. Ємець В.В. Економічний розвиток у повоєнний період в Україні: загальні аспекти. Інвестиції: практика та досвід. 7-8. 2022. http://www.investplan.com.ua/pdf/7-8_2022/11.pdf

2. Основні економічні тенденції та очікування в січні 2023 р. <http://tfdialogue.ier.com.ua/wordpress/wp-content/uploads/2023/02/%D0%....96-2023.pdf>

3. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/>; Євросоюз залишається найбільшим ринком експорту для України – у 2022 році Україна експортувала до ЄС 63% товарів. Євроінтеграційний портал. <https://eu-ua.kmu.gov.ua/novyny/evrosoyuz-zalyshayetsya-naybilshym-rynkom-eksportu-dlya-ukrayiny-u-2022-roci-ukrayina-0>

4. Потенціал сектору комерційних послуг регіонів України: ефективність використання та механізми детінізації: монографія / НАН України. Державна установа «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»; наук. ред. М.І. Мельник. Львів, 2021. 507 с.

УДК 330.334.722.2

*Сиротюк Г.
к.е.н., доцент кафедри економіки,
Янковська К.
к.е.н., ст. викладач кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Сучасні виклики євроінтеграційних процесів в Україні загострюються економічною та політичною кризами, а також військовими діями росії, яка нанесла масштабних збитків економіці країни. Вони вимагають від України перетворень в економічній, політичній та соціальній сферах, успіх яких залежить від активності інноваційних процесів.

Вагомим суб'єктом ринку, який здатний створювати конкурентоспроможні ідеї та забезпечувати комерціалізацію інновацій є малий та середній бізнес (МСБ). Проте, на даний час МСБ України показує достатню пасивність до інноваційного розвитку. Тому виникає необхідність пошуку джерел і форм фінансування інноваційної діяльності таких суб'єктів господарювання.

Роль малого і середнього бізнесу в сучасній економіці неможливо переоцінити, оскільки завдяки йому відбувається:

- поглинання надлишкової робочої сили та створення нових робочих місць, що сприяє ефективному вирішенню проблем зайнятості і безробіття, насамперед у кризові періоди;

- насичення споживчого ринку якісними товарами і послугами, задоволення індивідуального попиту та стимулювання сукупного попиту в цілому;

- розширення бази оподаткування для державного та місцевого бюджетів;

- швидке реагування на зміни ринкової кон'юнктури, зростання гнучкості та динамізму;

- підвищення рівня добробуту населення та скорочення бідності;

- формування підприємницького прошарку як основи середнього класу;

- пом'якшення соціальної напруги у суспільстві, демократизація ринкових відносин, забезпечення соціально-економічної та політичної стабільності;

- надання сучасній економіці конкурентного характеру й послаблення монопольних тенденцій тощо [1].

На МСБ припадає вагома частка зайнятості в Україні. До позитивних тенденцій розвитку МСБ можна віднести збільшення їх кількості на 10 тис. осіб наявного населення (табл. 1).

На здійснення інноваційної діяльності має вплив розмір підприємства. Такої думки дотримується низка науковців, які виділяють ключові відмінності великих компаній від малих у плані інновацій, а саме: швидкість прийняття рішень; відношення до ризику; розміщення ресурсів; розуміння бізнес-моделі та управління нею; впорядковані та стабільні процеси проти відсутності

таких; дотримання правил проти їх порушення; різниця в розумінні інновацій [2].

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку суб'єктів малого бізнесу в Україні*

Роки	Кількість діючих суб'єктів на 10 тис. осіб наявного населення, од.	Кількість найманих працівників тис. осіб	Частка найманих працівників до їх загальної кількості, %	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн. грн	Частка обсягу реалізованої продукції до загального обсягу реалізації, %
малі підприємства (юридичні особи)					
2015	77	1466,3	22,78	937112,8	16,87
2016	68	1505,9	23,30	1177385,2	17,50
2017	76	1562,4	23,76	1482000,7	17,83
2018	80	1553,8	22,33	1766150,4	17,72
2019	86	1583,3	21,72	1839875,9	17,48
2020	85	1626,9	22,43	2064120,7	18,66
2021	86	1648,7	23,14	2576371,4	18,94
суб'єкти малого підприємництва (фізичні особи-підприємці)					
2015	381	631,8	9,81	381861,3	6,87
2016	365	721,2	11,16	474596,8	7,06
2017	345	830,9	12,64	585798,5	7,05
2018	351	1049,4	15,08	730797,2	7,33
2019	371	1012,5	13,89	858337,5	8,16
2020	383	931,5	12,84	987112,2	8,92
2021	388	951,4	13,04	1341223,0	9,24

*Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України

Загалом інноваційна діяльність МСБ має характерні йому особливості і функції, які займають певні позиції у конкретних сферах економіки. Більшість підприємств МСБ здійснюють технологічні інновації (понад 60%), а також маркетингові та нанотехнологічні інновації.

Криза, викликана пандемією Covid-19 та військові дії в країні, спричинили негативний вплив на кількість інноваційно активних підприємств. При цьому найбільшими темпами скорочувалась інноваційна активність підприємств МСБ.

Центром розвитку інновацій проведено дослідження в результаті якого встановило, що основними проблемами, які заважають розвитку бізнесу, в тому

числі й МСБ, в Україні під час повномасштабної воєнної агресії росії проти України є:

- недостатня кількість платоспроможних клієнтів;
- непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку;
- відсутність достатнього капіталу;
- непередбачуваність дій держави, які можуть погіршити стан бізнесу;
- недоступність кредитних коштів та грантових програм, які оголошені урядом;
- перешкоди з боку регуляторних чи фіскальних органів .

Отже, забезпечення стабільного інноваційного розвитку підприємств МСБ повинно стати одним із пріоритетних напрямків діяльності країни. З метою вирішення проблеми щодо збільшення інноваційної активності підприємств, державі необхідно створювати системи заохочення підприємницької діяльності саме для МСБ, адже такі суб'єкти господарювання є каталізаторами інноваційної діяльності, оскільки їм притаманний швидкий перехід від стадії інноваційної ідеї до інноваційного продукту.

Список використаних джерел:

1. Красота О. В., Кір'єв І. С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах порушення макроекономічної стабільності. *Ефективна економіка*. № 2. 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/100.pdf.
2. The Small Business Innovation Research (SBIR) program. URL: <http://www.sbir.gov/applicants/ukrstat.gov.ua>.

УДК 334.722.4

Сорока Є.
студентка гр.БЕМ-921д,
Кобелева Т.

д.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
Перерва П.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

КОМПЛАЄНС ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ

Забезпечення економічної безпеки промислового підприємства не є прерогативою якогось одного державного або корпоративного відомства чи служби. Вона повинна підтримуватися всією системою державних органів, всіма ланками і структурами менеджменту промислового підприємства. З цими задачами пов'язані перспективи подальших досліджень в сфері комплаєнс-безпеки промислового підприємства [1-5]. Виникає нагальна потреба в розробці теоретико-методичних положень по визначенню та оцінюванню комплаєнс-ризиків, визначення рівня корупції та шахрайства на підприємстві, рівня порушень антимонопольного та податкового законодавства, розробки системи постійно діючого моніторингу як самих порушень, так і системи покарань за такого роду дії.

З найдавніших часів влада і корупція були нероздільні. На протязі всього історичного періоду разом з розвитком і становленням державності держави відбувався і розвиток корупції. Наші сучасники під терміном *корупція* мають на увазі злочинне використання тією чи іншою особою наявних у нього владних і посадових прав і повноважень [1, 3]. Це робиться за допомогою систематичного використання наявних зв'язків, можливостей, авторитету і статусу з метою отримання корисливої вигоди. Дана дія суперечить нормам чинного законодавства і будь-яким моральним установкам. Адже, іншими словами, корупція має на увазі під собою отримання хабарів, підкуп і вимагання.

Комплаєнс є управлінською функцією, спрямованою на ведення бізнесу відповідно до чинного законодавства, правил, кодексів та стандартів, встановлених компетентною владою, професійними асоціаціями та внутрішніми документами фінансової установи. Як напрям діяльності комплаєнс націлений на досягнення такого рівня відносин між організацією, його клієнтами, контрагентами, партнерами та працівниками, коли ці відносини характеризуються справедливістю, взаємною довірою та співпрацею, наміром не допустити конфлікту інтересів, а також дотримуватися норм застосовного законодавства та положень внутрішніх нормативних актів та розпорядчих документів організації. У світлі наростаючого тиску з боку регуляторів та численних кримінальних розслідувань з кожним роком збільшується і цінність

для бізнесу комплаєнс-функції. На сьогоднішній день на вітчизняному ринку вже склалося чітке розуміння того, що комплаєнс — це невід'ємний елемент системи корпоративного управління, і, що користь від його впровадження незрівнянно більша за ризики, пов'язані з його відсутністю. Система комплаєнс – це реальний механізм управління корупційними ризиками в будь-якій організації, незалежно від специфіки її діяльності [2, 4].

Різні джерела інформації визначають рівень тіньової економіки в Україні від 28 до 40 відсотків величини ВВП. Все це реально впливає на рівень бідності громадян України, який щорічно погіршується на 10-15%. Згідно статистичних звітів ООН, за межею бідності в нашій країні знаходиться близько 80% громадян.

У міжнародній практиці для оцінки рівня корупції в країні розраховують Індекс сприйняття корупції (ІСК), який відображає сприйняття рівня корупції підприємствами та аналітиками різних країн світу, в тому числі і експертів, які проживають в країні, рівень корупції якій досліджується: чим менше значення ІСК, тим вище рівень корупції. Динаміка індексу сприйняття корупції в Україні за останні 5-10 років не є позитивною. Звертає на себе увагу той факт, що Україна вперше за багато років в останні роки отримала значення цього індексу 32 бали. Це значення вселяє певну надію. Адже тих, хто набирає від 31 до 60 балів, називають країнами, які «намагаються боротися з корупцією». Україна потрапила в цю групу тільки за підсумками останніх років.

Проведені дослідження свідчать про те, що хабарництво і корупція залишаються основними видами економічних злочинів, які негативно впливають на діяльність українських організацій. Тільки за останні два роки від цих злочинів постраждали 48% опитаних компаній, а кожен третій український респондент (33%) згадав, що його організація отримувала пропозицію дати хабар. Як показали наші дослідження, найбільш поширеними видами злочинів, з якими стикаються компанії, є незаконне привласнення майна (46%), шахрайство в сфері закупівель (33%) та управління персоналом (33%), кіберзлочини (31%).

Важливим моментом, на мою думку, є той факт, що українські підприємства, як правило, не виносять сміття з хати. У переважній більшості випадків викритих на підприємствах економічних злочинів не стають публічними, а ретельно приховуються на підприємствах.

Всі ці дані свідчать про необхідність більш кардинальних дій підприємств і організацій в боротьбі з економічними злочинами. В останні роки у світовій практиці з'явилися певні наукові розробки, використання яких, на наш погляд, дозволяє істотно знизити рівень злочинів в економічній сфері. В цьому випадку мова йде про комплаєнс-функції.

Процеси забезпечення економічної безпеки - всіх її складових - взаємопов'язані між собою. Тому їх необхідно розглядати як систему, тобто «сукупність взаємопов'язаних заходів управлінського, економічного та правового характеру, що здійснюються керівництвом (власником бізнесу) з метою захисту фінансових інтересів організації від реальних чи потенційних загроз (дій фізичних чи юридичних осіб), які можуть призвести до втрат (втрат)

основних ресурсів». У свою чергу система комплаєнс — це також сукупність взаємопов'язаних заходів управлінського, економічного та правового характеру, але спрямованих уже на реалізацію комплаєнс-функції. З урахуванням змісту комплаєнс-функції, очевидно, що система комплаєнс, що функціонує на підприємстві, повинна стати одним з елементів єдиної системи економічної безпеки. Отже, кожне підприємство прагне максимально надійного захисту своїх економічних інтересів від різноманітних загроз для того, щоб ефективно реалізувати напрями свого бізнесу та успішно розвиватися або, іншими словами, забезпечити свою економічну безпеку. Рівень економічної безпеки визначається за сукупністю оцінок різних компонентів (складових) економічної безпеки - фінансової, кадрової, техніко-технологічної, екологічної, силової, інформаційної та правової. Дослідження сутності комплаєнс-ризиків та напрямків комплаєнс-контролю показало, що вони відіграють велику роль у забезпеченні економічної безпеки підприємства. Наслідки комплаєнс-ризиків у вигляді юридичних санкцій, санкцій регулюючих органів, отримання великого фінансового збитку, втрати репутації знижують рівень правової безпеки підприємства, а також негативно впливають на фінансову, кадрову, силову, інформаційну складові та, отже, загалом економічну безпеку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>
2. Tkachova N., Kobieliwa T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
3. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
4. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

УДК 330.46:339

Степаненко С.

к.е.н., докторант кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,

Руденко С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЕННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Успіх розвитку бізнес структур визначається сукупність чинників всіх рівнів, які формують відповідні передумови розвитку або стагнації бізнесу. Виключне значення мають внутрішні фасілітатори, які забезпечують успішне поєднання і одновекторну цілеспрямовану дію всіх факторів сукупного бізнесоточення аграрних компанії. Бізнес-експерти схиляються до думки, що 75% успіху бізнесу на ринку визначаються саме внутрішніми чинниками, які безпосередньо визначають цілі, завдання розвитку бізнесу та інструменти і засоби їх досягнення. У такому контексті відтворення ресурсного потенціалу аграрних бізнес-суб'єктів виключною мірою залежить від соціально-психологічних чинників аграрних компанії (якість кадрового потенціалу, мотивація, вартість людських активів), інформаційних (ступень інтегрування у інформаційну площину управління процесами агробізнесу), екологічних чинників (біо і екоагротехнологій).

Інноваційність, ефективність та соціальна відповідальність управління процесами відтворення ресурсного потенціалу лежать в основі організаційно-економічних чинників мікросередовища аграрних підприємств. У сукупності поєднання всіх цих факторів у цілісну систему дозволить досягти завдань інклюзивного розвитку агробізнесу та сільських територій.

Інклюзивний агробізнес має на меті усунення недоліків несправедливого розподілу ресурсів результатів та можливостей серед учасників виробничо-економічних операцій при одночасному створенні екологічних, соціальних та економічних цінностей для сільських територій та суспільства [1]. Інклюзивний агробізнес може постати дієвим способом інституційного вирішення таких важливих для аграрного бізнесу проблем, як асиметрія фінансових ринків, ринків матеріально-технічних ресурсів та праці, продовольчих ринків. Еколого-соціальна площина інклюзивного агробізнесу ґрунтується на соціально відповідальних ініціативах агрокомпаній, спрямованих на запобігання змінам клімату і збереження природних ресурсів, покращення якості життя сільського населення та забезпечення продовольчої безпеки [2].

Ключова відмінність інклюзивного організаційно-економічного механізму управління відтворенням ресурсним потенціалом бізнес-суб'єктів аграрної сфери полягає у забезпеченні ефективної взаємодії всіх його елементів,

орієнтованої на досягнення спільної для всіх учасників процесу відтворення мети: достатня кількість і якість всіх видів ресурсів для розв'язання стратегічних завдань сталого розвитку агробізнесу і сільських територій. Реалізація даної мети передбачає прийняття всіма учасниками процесу відтворення таких принципів (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи управління відтворенням ресурсного потенціалу бізнес-суб'єктів аграрної сфери в умовах інклюзивної економіки

Принцип	Зміст принципу
Принцип участі	Залучення до процесу відтворення широкого кола суб'єктів економічної і неекономічної діяльності, хто має цілі та мотиви, пов'язані з використанням природно-ресурсного потенціалу села у бізнес площині, площині соціальних та екологічних завдань розвитку галузі і суспільства.
Принцип справедливості	Справедливий доступ всіх учасників агробізнесу, суміжних з ним видів економічної діяльності, суспільно активних груп до ринку матеріально-технічних ресурсів, фінансово-кредитних, інвестиційно-інноваційних ресурсів. Встановлення справедливої ціни на виробничі ресурси та ліквідація інклюзивного дисбалансу цінних відносин галузі.
Економічне зростання	Зростання рівня доходності та показників діяльності всіх учасників процесу відтворення і використання ресурсного потенціалу агробізнесу і сільських територій. Перерозподіл частини соціально-економічного результату використання природно-ресурсного потенціалу села на користь сільських громад.
Рівність можливостей.	Усунення нерівності доступу суб'єктів бізнес- та суспільної діяльності до економічного базису, включаючи рівний доступ до суспільним продуктам і благам, послугам, спеціалізованій інфраструктурі тощо. Зокрема, рівність можливостей при розподілі державних інструментів підтримки агробізнесу.
Сталий розвиток	Використання природного капіталу села за умов збереження і відновлення екосистеми. Орієнтація бізнесу на довгострокові витрати, доходи і вигоди, спільні для всіх категорій і членів процесу відтворення активів на селі.
Стабільність	Коротко- та довгострокова впевненість всіх учасників процесу відтворення природно-ресурсного потенціалу у наявності достатньої кількості і якості благ, необхідних для забезпечення високого рівня добробуту, економічних можливостях і перспективах подальшого розвитку агробізнесу, впевненість у можливостях соціального та екологічного розвитку села.
Довгострокова соціальна орієнтованість	Зміщення традиційних комерційних акцентів відтворення природно-ресурсного потенціалу і розвитку агробізнесу у напрямку розв'язання глобальних для людства соціально-економічних та екологічних завдань як у коротко-, так і у довгостроковій перспективі.

За умови врахування таких принципів інклюзивності організаційно-економічного механізму управління відтворенням ресурсного потенціалу агробізнесу саме таке відтворення слід розуміти як процес широкомасштабного відновлення і використання природно-виробничих ресурсів агросфери, який формує максимально вільний доступ і рівні можливості отримання економічних, соціальних і екологічних вигод для всіх учасників даного процесу з найбільшою справедливістю формування і розподілу ресурсів та кінцевих результатів.

Актуальною є потреба трансформаційних змін у ключових сферах управління: енергетика, сільське господарство, виробнича і соціальні інфраструктура, спеціалізовані інфраструктурні ринки (праці, сільськогосподарських земель, матеріально-технічних ресурсів, інновацій тощо), інституційне забезпечення у площині правового регулювання та захисту інтелектуальних прав, діючий порядок державної фінансової підтримки агробізнесу, ІТ-забезпечення і цифрова інфраструктура агробізнесу. Передумовами є збільшення масштабності і глобальність можливостей доступу вітчизняного агробізнесу і територіальних громад до сервісних платформ економічних угруповань і об'єднань, наприклад, країн ЄС. Відповідним супроводом має стати також уніфікована і гармонізована система інформаційно-аналітичної підтримки управління агробізнесом, зокрема, у частині відтворення виробничих ресурсів, визначення і розподілу кінцевого продукту. Цілі, мотиви і результати роботи українського агробізнесу мають бути чіткими і зрозумілими для всіх донорів інвестиційно-інноваційних ресурсів, які сьогодні спільно працюють у напрямі забезпечення інклюзивного економічного зростання і реалізації міжнародної концепції сталого розвитку.

Глобальна концепція інклюзивного розвитку економіки та переходу до стандартів сталого розвитку суспільства, у якій сільському господарству відводиться ключова роль, сьогодні постає пріоритетною та визначальною для більшості країн світу. Це, в свою чергу, формує потужні стратегічні перспективи залучення агробізнесу України до основних світових трендів соціально-економічного розвитку та надає можливості для нарощування внутрішньонаціонального потенціалу продуктивності.

Список використаних джерел:

1. Vellema, S., Schouten, G., & R. Van Tulder. (2020). Partnering capacities for inclusive development in food provisioning. *Development Policy Review*, 38 (6), 710-727.
2. Schelle, C., & Pokorny, B. (2021). How Inclusive Is Inclusive? A Critical Analysis of an Agribusiness Initiative in Kenya. *Sustainability* 2021, 13(19): 10937.

УДК 339.56

Тютюнник С.

к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,

Дугар Т.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ОСОБЛИВОСТІ ЗЕД-РОЗРАХУНКІВ У ПЕРІОД ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ

Україна зараз знаходиться в складних умовах, які обумовлені не тільки воєнними подіями, але і наслідками постпандемічної нестабільності. Ці чинники здійснюють негативний вплив на економіку нашої держави в цілому, а також на фінансові результати за зовнішньоекономічними операціями. Запровадження воєнного стану обумовило внесення змін в регулювання розрахунків за експортними та імпорнтними операціями.

Частиною першою ст. 13 Закону України «Про валюту і валютні операції» передбачено, що Національний банк України має право встановлювати граничні строки розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів [2]. У разі встановлення Національним банком України граничного строку розрахунків за операціями резидентів з експорту товарів грошові кошти підлягають зарахуванню на рахунки резидентів у банках України у строки, зазначені в договорах, але не пізніше строку та в обсязі, встановлених Національним банком України. Строк виплати заборгованості обчислюється з дня митного оформлення продукції, що експортується, а в разі експорту робіт, послуг, прав інтелектуальної власності та (або) інших немайнових прав - з дня оформлення у письмовій формі (у паперовому або електронному вигляді) акта, рахунка (інвойсу) або іншого документа, що засвідчує їх надання. У разі встановлення Національним банком України граничного строку розрахунків за операціями резидентів з імпорту товарів їх поставка має здійснюватися у строки, зазначені в договорах, але не пізніше встановленого НБУ граничного строку розрахунків з дня здійснення авансового платежу (попередньої оплати).

Порушення резидентами строку розрахунків тягне за собою нарахування пені за кожний день прострочення в розмірі 0,3 відсотка суми недержаних грошових коштів за договором (вартості недопоставленого товару) у національній валюті (у разі здійснення розрахунків за зовнішньоекономічним договором (контрактом) у національній валюті) або в іноземній валюті, перерахованій у національну валюту за курсом Національного банку України, встановленим на день виникнення заборгованості. Загальний розмір нарахованої пені не може перевищувати суми недержаних грошових коштів за договором (вартості недопоставленого товару).

У разі якщо виконання договору зупиняється у зв'язку з виникненням форс-мажорних обставин, перебіг строку розрахунків та нарахування пені зупиняється на весь період дії форс-мажорних обставин та поновлюється з дня, наступного за днем закінчення дії таких обставин. Підтвердженням виникнення

та закінчення дії форс-мажорних обставин є відповідна довідка уповноваженої організації (органу) країни розташування сторони зовнішньоекономічного договору (контракту) або третьої країни відповідно до умов цього договору (контракту).

Постановою Правління Національного банку України «Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті» від 02.01.2019 р. № 5 визначено, що граничні строки розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів становлять 365 календарних днів, проте п. 14 прим. 2 Постанови Правління Національного банку України «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» від 24.02.2022 р. № 18 визначено, що в період запровадження воєнного стану граничні строки розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів становлять 180 календарних днів та застосовуються до операцій, здійснених з 05 квітня 2022 року [3].

Граничні строки розрахунків: 1) не поширюються на операцію з експорту, імпорту товарів (уключаючи незавершені розрахунки за операцією), сума якої (в еквіваленті за офіційним курсом гривні до іноземних валют, установленим Національним банком України на дату здійснення операції) є меншою, ніж розмір, передбачений статтею 20 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», крім дроблення операцій з експорту товарів або дроблення валютних операцій; 2) застосовуються з урахуванням установлених Національним банком України за поданням Кабінету Міністрів України відповідно до абзацу другого частини першої статті 13 Закону України «Про валюту і валютні операції» винятків та (або) особливостей для окремих товарів та (або) галузей економіки. Грошові кошти від нерезидента за операціями резидента з експорту товарів підлягають зарахуванню на рахунок резидента в банку в Україні.

Таким чином, розрахунки за зовнішньоекономічними операціями у період дії воєнного стану зазнали суттєвих змін, Постанова НБУ № 18 уже має двадцять редакцій, спостерігається значне скорочення обсягів експорту та імпорту з та в Україну, а також накопичуються борги по розрахунках [1]. У підприємств до дати завершення воєнного стану практично немає можливості проводити розрахунки за одержані товари та послуги, які не відносяться до «критичного імпорту», тому що Постановою НБУ № 18 передбачено ряд обмежень на розрахунки у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. ЗЕД-розрахунки під час війни. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/211512_zed-rozrakhunki-pd-chas-vyni.
2. Про валюту і валютні операції: Закон України від 21.06.2018 р. № 2473-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text>
3. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: Постанова Правління Національного банку України від 24.02.2022 р. № 18. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text>

УДК 361.115

*Устиновська Т.
викладач-методист,
Клебан О.
викладач-методист,
Тур О.
викладач,*

*Відокремлений структурний підрозділ «Вишнянський фаховий коледж
Львівського національного університету природокористування», с. Вишня*

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Виникнення нових кризових явищ у функціонуванні національної економіки, що збіглись у часі з поглибленням світової економічної кризи, в черговий раз загостило проблему пошуку ефективних економічних інструментів подолання негативних тенденцій у соціально - економічному розвитку України. Інновації на сучасному етапі розвитку економіки стають головним засобом збереження конкурентоспроможності підприємств. Інноваційна діяльність підприємств здійснює вирішальний вплив на виробництво, так як нововведення забезпечують максимально можливий прогресивний вплив на виробництво. Інноваційна діяльність супроводжується інноваційним процесом. Інновації є головним засобом забезпечення економічного зростання конкурентоспроможності та фінансової стабільності будь-якого підприємства.

Розвиток у будь-якій соціально-економічній системі відбувається через зміни всіх її складових, саме тому формування моделі інноваційного розвитку є актуальним та важливим завданням сьогодення, а швидкі зміни зовнішнього середовища та відсутність налагодженого механізму управління інноваціями потребують розробки дієвого сучасного механізму управління інноваційним розвитком, чіткого визначення існуючих проблем та шляхів їх усунення.

На даний час стан інноваційної діяльності в Україні можна вважати таким, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є основним напрямком економічної стратегії. Активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень і нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і забезпечує сталі позиції на ринку товарів і послуг [1 с.102].

Інноваційний розвиток підприємства є складним процесом, що потребує планування і управління засобами інноваційної стратегії у відповідності до конкретних можливостей організації, на основі результатів оцінки всіх форм ймовірної інноваційної діяльності. При цьому задача вибору ефективного напрямку стратегічного інноваційного розвитку підприємства полягає у визначенні такого оптимального варіанту з ряду альтернатив, що в процесі впровадження інновацій відображав би майбутню поведінку підприємства по відношенню до зовнішнього середовища, а саме до інших суб'єктів

господарської діяльності з урахуванням індивідуальних внутрішніх можливостей.

Найважливіші проблеми та перешкоди для інноваційного розвитку підприємств це недостатня кількість фінансових ресурсів, що використовують суб'єкти інноваційної діяльності, недосконала інфраструктура інноваційного ринку, низький рівень стимулювання та програмування інноваційної діяльності законодавством України, недостатнє поширення інформації для суб'єктів інноваційної діяльності [2 с.225].

Щоб підвищити ефективність організаційно-технічного розвитку та показники виробничої діяльності підприємства, слід впроваджувати нову техніку, засоби малої механізації, прогресивні матеріали й конструкції, новітні технології виконання робіт та прагнути до вищого рівня механізації робіт.

Необхідність підвищеної уваги до організаційно-технічного розвитку обумовлено старінням продукції під впливом швидкого розвитку науки й техніки.

Ще одним питанням, яке постає перед великою кількістю підприємств в сучасних умовах розвитку економіки України, є конкурентоспроможність та шляхи її підвищення. Вирішенням цієї проблеми може бути перехід на інноваційний шлях розвитку, причини для якого можуть полягати у необхідності забезпечення виживання фірми на ринку або прагнення не відставати від досягнень в галузі торгівлі загалом. Також необхідно розуміти доцільність впровадження інновацій на підприємстві та глибину потрібних змін. Це можна з'ясувати, визначивши наступне: рівень задоволеності підприємства своєю результативністю та фінансовим станом; рівень конкурентоспроможності за оцінками споживачів; бажана конкурентна позиція на ринку.

Проаналізувавши дані напрямки, підприємством обирається один із можливих видів інновацій. До них відносять: базисні інновації (кардинальні зміни поточної діяльності, або впровадження її нового напрямку), поліпшуючі інновації (удосконалення технологій та підвищення якості продукції), модифікаційні інновації (незначні зміни в продукції, технології або способі управління підприємством) та псевдо інновації (малозначні зміни основних нововведень). Окремо можна виділити мікроінновації, сутність яких полягає у вирішенні окремих проблем на підприємстві.

Для визначення необхідності впровадження інновацій також потрібно оцінити чи готово підприємство до новітніх перетворень та у якій саме сфері вони були б доречними [3 с.324].

Так, основними пріоритетами розвитку інноваційного потенціалу держави на майбутнє мають стати: створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності; держзамовлення на інноваційну продукцію; створення мережі малих інноваційних впроваджувальних підприємств; цілеспрямована підготовка кадрів, менеджерів інноваційної діяльності; ставлення до науки як першочергової умови цілеспрямованої і послідовної роботи з формування національної інноваційної системи; використання в першу чергу наукових

розробок вітчизняних науковців; активне співробітництво органів влади як між собою, так і з підприємницькими, науковими і бізнес-освітніми секторами економіки; активне використання ринку в якості ефективного інструменту координації діяльності учасників інноваційного циклу «наукові дослідження-розробки, виробництво-збутобслуговування»; створення умов для розвитку різноманітних форм підприємництва у сфері науки, виробництва і обороту [4, с. 23-24].

Основними напрямками, які могли б забезпечити Україні вихід на світовий ринок за допомогою інновацій та покращити її внутрішнє становище, є: запровадження системи пільг для підприємств, які впроваджують інновації та реалізують інноваційну продукцію; встановлення системи прогресивного оподаткування для підприємств, які випускають застарілу та неконкурентоспроможну продукцію; відновлення роботи Державного інноваційного фонду; розроблення системи кредитного забезпечення; стимулювання іноземних інвестицій; формування ефективної нормативно-правової бази, яка стосується інноваційної та наукової діяльності; намагання переорієнтувати зовнішньоекономічну діяльність на високотехнологічний експорт. Держава повинна виходити на стратегічний напрям розвитку економіки, а не орієнтуватись на короткострокову вигоду.

Таким чином, подальший розвиток економіки України неможливий без розвитку інноваційної діяльності. Саме застосування інновацій дасть вітчизняним підприємствам можливість зміцнення конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Це, в свою чергу, сприятиме закріпленню позицій держави на світовому ринку порівняно з економіками розвинених держав.

Список використаних джерел:

1. Яковлев А.І. Методика визначення ефективності інвестицій, інновацій, господарських рішень в сучасних умовах. Вид. 2-е, переробл. і доп. Х: вид-во «Підручник НТУ «ХП», 2017. 100 с.
2. Голуб Ю.Ю. Інноваційна діяльність підприємств як головна вимога сучасності / Ю.Ю. Голуб // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(1). – С. 225–230.
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: навч. Посіб. / С. М. Ілляшенко. – 2/ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2015 – 324с.
4. Олійник Ю.О. Стимулювання ефективної інноваційної діяльності українських підприємств / Ю.О. Олійник // Збірник наукових праць національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка». – 2014. – №14. – С. 136-145. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.journals.hnpu.edu.ua

УДК 339.9(477)(043)

Федорович Д.

*студентка 3 курсу освітнього рівня бакалавр
спеціальність «Міжнародні економічні відносини»,*

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Науковий керівник: Гнилянська Л.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

МЕХАНІЗМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Нестабільність економічного розвитку України, введення воєнного стану, порушення логістичних ланцюгів, відтік робочої сили в умовах повномасштабної війни зумовили знаходження нових методів державного регулювання зовнішньої економічної діяльності, які будуть ефективними у бізнес-просторі, в налагодженні міжнародних торговельних відносин, пошуку нових ринків для імпорту та експорту продукції.

Один із таких механізмів - це диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків. У березні 2022 року експорт українських товарів скоротився вдвічі, імпорт – більше ніж втричі. Особливо постраждав вивіз металів та сільськогосподарської продукції. Беззаперечним є факт, що досить значна частка торгівлі України була пов'язана із росією, проте основні завдання для нашої країни на даний момент полягають не лише у обмеженні співпраці і торгівлі із країною-агресором, а й у формуванні правового базису для розвитку ЗЕД із іншими державами, зокрема державами ЄС, адже саме європейський ринок у зв'язку з актуальними подіями є найбільш перспективним. Також влада працює над зміцненням відносин і з іншими країнами, які підтримують Україну в боротьбі з агресором, що дозволяє розширити ринкові можливості. [1]

Сьогодні суттєва проблема полягає у налагодженні і логістичних шляхів, транспортуванні продукції закордон. Ворог цілеспрямовано підриває економіку нашої держави шляхом блокування вітчизняного експорту. Традиційним шляхом вивозу експортних товарів були порти Чорного моря, які сьогодні заблоковані росією. До того ж окупанти атакують металургійні підприємства та сільськогосподарську інфраструктуру, щоб завадити відновленню наших можливостей у майбутньому. Все це загрожує не лише Україні, але усьому світові, адже наша держава була гарантом продовольчої безпеки в низці країн Африки та Близького Сходу. Проте, уряд оперативно реагує на ці виклики. Почала збільшуватись пропускна здатність залізничного, автомобільного і річкового транспорту на західному кордоні України, залучаючи виробників, трейдерів, транспортні компанії. [2]

Іншим механізмом регулювання ЗЕД є стимулювання експорту та зниження імпорту. Українська влада підтримує розвиток власного виробництва, що дозволяє зменшити залежність від імпорту, та створює спеціальні умови для експорту товарів. Наприклад, уряд знижує податки та мита на експортні товари,

виступає спонсором українських виробників на міжнародних виставках та конференціях.

Щодо механізму інвестування, то в умовах воєнного стану всі економічні суб'єкти сконцентровані переважно на виживанні, безпеці, збереженні працівників і виробництва, та, за можливості, релокації. Деякі бізнеси переорієнтувались на оборонні потреби, а деякі згорнулись. Загалом, український ринок залишається привабливим для іноземних інвесторів, проте пропозиції налаштовані на закінчення війни та плану відбудови країни. [2] До прикладу, за три місяці роботи інвестиційної платформи Advantage Ukraine надійшло понад 500 запитів щодо можливостей інвестування в Україні, а також пропозицій проектів та торговельної співпраці. Сотні запитів було отримано від стратегічних та портфельних інвесторів із США, Великобританії, Німеччини, Бельгії, Данії, Кореї.

На даному етапі ЗЕД є важливим фактором економічного росту, міжнародна діяльність передбачає створення передумов для більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на макрорівні. В цей період був прийнятий ряд важливих законодавчих актів, зокрема Закони України "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про єдиний митний тариф", "Про режим іноземного інвестування", Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" та ін. [3]

Отже, сучасні тенденції розвитку національної економіки характеризуються критичним станом. Такі події вимагають зміни інструментів управління економічними процесами, зокрема і зовнішньоекономічною діяльністю. Так, суттєво змінилися правові механізми регулювання ЗЕД. Було впроваджено сукупність нормативно-правових актів, які впорядковують експортно-імпорتنу діяльність господарюючих суб'єктів в умовах воєнного стану. Незважаючи на те, що нинішня зовнішньоекономічна ситуація України є важкою, все ж є перспективи для розвитку. Ці перспективи націлені на пост воєнні інвестиції, розширенні ринків експорту та імпорту, вдосконалення логістичної інфраструктури, уведення спрощеної процедури експорту вітчизняної продукції. Власне, це і зумовлює продовження пошуку та введення механізмів вдосконалення регулювання ЗЕД під час війни та на етапі пост воєнного відновлення економіки.

Список використаних джерел:

1. Що відбувається зі ЗЕД під час війни: Прес-служба Міністерства економічного розвитку і торгівлі. URL: <https://news.dtki.ua/state/zed/75646-shho-vidbuvajetsya-zi-zed-pid-cas-viini-dani-vid-minekonomiki> (дата звернення: 11.03.2023).
2. Інвестування в Україну під час війни: Trans.info. URL: <https://trans.info/ua/investuvannya-v-ukrayinu-pid-chas-viyny-327240> (дата звернення: 11.03.2023).
3. Матіяш П. Як залучати інвестиції в Україні навіть під час війни: основні способи. URL: <https://delo.ua/business/yak-zalucati-investiciyi-v-ukrayini-navit-pid-cas-viini-osnovni-sposobi-406472/> (дата звернення: 11.03.2023).

*Ханас В.
аспірант кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У загальному коли ми вживаємо термін "інновація", ми маємо на увазі кінцевий результат використання нового продукту, технології, послуги, процесу або іншого нововведення, який привів до економічних, соціальних, екологічних та інших типів вигод. Раціонально обґрунтована державна стратегія інновацій може допомогти забезпечити науково-технічний прогрес та перехід до інноваційної моделі розвитку сільського господарства. Сам термін «інноваційний розвиток» можна описати як інтенсивний процес відтворення людських, виробничих, фінансових та земельних ресурсів через впровадження нових технологій, методів виробництва, товарів і послуг, а також організаційно-економічних рішень виробничого, управлінського і комерційного характеру [1].

Інноваційна діяльність у сільському господарстві передбачає створення нових або покращення існуючих високопродуктивних сортів сільськогосподарських рослин, поголів'я худоби, елітного насіння та машин, а також застосування передових технологічних та організаційних рішень, що сприяє ефективному використанню земельних ресурсів та комерційному успіху [2, с. 24-25]. Ці зміни дозволяють покращувати характеристики виробленої агропродукції, але не забезпечують виробництва повністю нових видів продукції на тих же полях і фермах. Варто зазначити, що інноваційний процес у сільському господарстві має свої особливості, серед них: дослідження живих організмів, поліпшувальний характер інновацій, тривалий процес розробки інновацій, провідна роль науково-дослідних інститутів та залежність від природної зони та клімату [3, С.54].

У літературних джерелах зустрічаємо перелік чинників, що призводять до відмінностей у інноваційному процесі у сільському господарстві:

значні відмінності регіонів країни за природно-кліматичними умовами і спеціалізацією сільськогосподарського виробництва;

різноманітність видів виготовленої сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, істотна різниця в технології обробки продукції, утримання і годівлі тварин;

3) велика різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки;

4) наявність великої різноманітності типів виробництва за різними організаційно-правовими формами та формами власності, розмірами, спеціалізації, підпорядкованості, кооперації тощо;

5) велика залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природно-кліматичних умов, дорожньо-транспортних мереж, віддаленості від постачальницьких центрів і ринків збуту продукції, інших чинників;

6) відособленість сільськогосподарських товаровиробників, віддаленість від інформаційно-консультаційних служб і організацій, які виробляють науково-технічну продукцію;

7) різний соціально-освітній рівень робітників сільського господарства;

8) відсутність чіткого і науково-обумовленого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам і, як наслідок, суттєве відставання галузі по освоєнню інновацій у виробництві [4].

Визначення можливостей конкретної галузі аграрно-промислового комплексу до інноваційного розвитку проходить низку етапів:

- усвідомлення необхідності впровадження інновацій;
- оцінка наявного ресурсного та інноваційного персоналу;
- формування цілей інноваційної діяльності;
- вивчення ринку інноваційних продуктів;
- визначення стратегічних напрямків інноваційної діяльності [5, с. 69].

У науковій літературі виділяють кілька стратегічних напрямків інноваційної діяльності галузі АПК: формування і конкретизація стратегічного вибору аграрних підприємств, міжнародна інтеграція діяльності з науковими організаціями галузевими підприємствами, поступальне впровадження окремих інноваційних елементів [3, С.58]. Варто зазначити, що Україна має великий потенціал у науці, який може стати основою для інноваційного розвитку сільського господарства в країні. Але фінансування науки та умови для науковців не сприяють ефективному використанню цього потенціалу. Отже, головним завданням є перегляд розподілу бюджетних коштів та забезпечення науковців сучасним обладнанням, яке відповідає міжнародним стандартам, і достатньою оплатою праці. Це питання важливе для міжнародного престижу України та конкурентоздатності вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Інституційне забезпечення відіграє важливу роль у розвитку інноваційних процесів в аграрному секторі економіки. Для удосконалення законодавства України щодо наукової та науково-технічної діяльності необхідно включити принципи, які забезпечать конкуренцію у науковій та інноваційній сферах аграрного сектора. Це може включати формування державного замовлення на розробку аграрних інновацій, конкурсний відбір інновацій для аграрної сфери та грантову підтримку наукових досліджень в аграрному секторі [6].

Вирішальним етапом впровадження інновацій є виробництво, і це залишається незмінним. Для успішного науково-технічного та інноваційного розвитку країни необхідно створити та державно підтримувати різні форми кооперації та інтеграції наукових, виробничих і фінансових організацій та структур. Необхідно налагодити тісний зв'язок між науково-проектними організаціями, які володіють науково-технічними розробками, та виробництвом для ефективного створення та впровадження нововведень. Організація інноваційної діяльності потребує усебічного господарського використання

інтелектуального капіталу та переорієнтації державного регулювання на підтримку підприємництва та приватної ініціативи. Також є потреба у високопрофесійному менеджменті та використанні нових форм управління, як-от інформаційно-консультаційних центрів, концернів та асоціацій [7, С.65].

Таким чином, успішний розвиток сільського господарства можливий лише за умови тісної співпраці між державою, науково-дослідними установами та сільськогосподарськими виробниками з метою втілення комплексної інноваційної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Гребеннікова А. А. Розвиток сільського господарства на інноваційній основі. *Ефективна економіка*. 2016. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5338>
2. Федун І.Л. Інноваційний напрям розвитку сільського господарства. *Інноваційна економіка*. 2007. № 2. С. 24-31.
3. Янковська О.І. Інноваційний процес у сільському господарстві. *Наука й економіка*. 2009. №4, Т. 2. С. 54—58.
4. Садиков М. А. Управління інноваційними процесами в аграрній сфері АПК : автореф. дисертації д-ра екон. наук: 08.02.03. 2002. 30 с.
5. Митяй О.В. Стратегічні напрями і проблеми інвестиційної привабливості та рівня інноваційного розвитку суб'єктів господарювання АПК. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 3. С. 66-71.
6. В. І. Перебийніс. Розвиток інноваційних процесів в аграрному секторі. *Ефективна економіка*. 2015. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4804>
7. Пабат В. О. Інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві України. *Вісник аграрної науки*. 2013. № 8. С. 62-65.

УДК 330.322.4

Черепанова В.

*к.е.н., професор кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

Матросова В.

*к.е.н., професор кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

Перерва П.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

МІЖНАРОДНІ ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим стимулом для українських підприємств відносно виходу на нові зовнішні ринки є вільний рух капіталу через географічні кордони країн, після виходу на які цей капітал може принести більший прибуток, ніж при функціонуванні на внутрішньому ринку. Тобто, враховуючи посилення тенденцій міжнародного поділу праці, вихід національної компанії на зовнішній ринок може бути продиктований більшою вигідністю виробництва або продажу того чи іншого виду продукції в тій чи іншій зарубіжній країні. Внаслідок цього актуальною проблемою для компаній стає не тільки забезпечення поточного функціонування на внутрішньому ринку, а й безперервний розвиток, нарощування свого економічного та інтелектуального потенціалу для забезпечення передумов для економічного процвітання в майбутньому, яке значним чином може бути пов'язане з виходом на зовнішній ринок з метою охоплення певного сегменту споживачів зарубіжної країни, чий поточні потреби не задоволені або задоволені не в повному обсязі місцевими національними компаніями. Важливим чинником успішного здійснення цих процесів в нашій країні є формування, впровадження та використання міжнародних перспектив інвестиційної привабливості. Зауважимо, що цей процес має пряме та зворотне направлення: інвестиційна привабливість важлива і для зовнішніх і для внутрішніх інвесторів [1-5].

Вичерпання чинників екстенсивного економічного розвитку обумовлює постійне посилення уваги до пошуку нових факторів прискорення економічної динаміки, адекватних сучасному стану розвитку світової економіки. Відтак запровадження в Україні інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання з політичної мети перетворюється на об'єктивну необхідність, альтернативою якій є занепад національної економіки, втрата економічного, а, можливо, і національного суверенітету [2, 4].

Нині йдеться вже не про доцільність чи можливість створення системи підтримки технологічних змін на міжнародному ринку, а про концептуальні основи, критерії, інструменти й механізми економічної політики, яка в рамках

нинішніх фінансових, структурних та інституційних обмежень була б спроможною забезпечити зростання інвестицій у технологічні зміни та належну мотивацію інноваційного підприємництва на міжнародному ринку.

Найважливішими тенденціями, які визначають перспективи будь-якої економіки, стали гуманітарні фактори - гуманітарна складова економічної моделі. У світі відбувається не просто поступовий еволюційний перехід до нового економічного укладу, а глобальна неекономічна революція, зумовлена технологічними, фінансовими та екологічними змінами, переходом на новітні ринково ємні, високопродуктивні та гнучкі види виробництва, що свідчить про домінування у світі гуманітарної економіки. Визначальними векторами зростання гуманітарної економіки стали високоінтелектуальні галузі і новітні типи виробництва, що базуються на інтелекті як основному виробничому ресурсі новітнього технологічного укладу. Наприклад, уже зараз такі країни, як Норвегія, Канада, Німеччина, Ірландія та Австрія переорієнтували свою економіку на створення і використання сучасних знань, залучення інвестицій (в першу чергу іноземних), що більш ніж на 50 % забезпечує зростання національного багатства будь-якої країни. І в цьому плану на перше місце виходять показники інвестиційної привабливості підприємств реального сектору економіки, де і строюються всі ті товари, які визначають конкурентоспроможність нашої країни на світовому ринку [3].

Одним із важливих напрямів державної інвестиційної політики нашої країни на міжнародному ринку є підвищення інвестиційної привабливості підприємств, галузей та регіонів, а також проведення системних і комплексних заходів щодо стимулювання й залучення іноземного та вітчизняного капіталів. Проте, в умовах сьогодення інвестиційна привабливість регіонів, галузей та підприємств значно знизилась, причинно-наслідковим зв'язком даного процесу є вплив факторів фінансово-економічної кризи. В умовах фінансово-економічної кризи визначення інвестиційної привабливості підприємств є достатньо не простим завданням, оскільки на даний процес впливають змінні зовнішні фактори впливу, нестабільність економіки та високий ступінь ризикованості і непередбачуваності подій на міжнародному ринку.

Дослідження проблем інвестування та інвестиційної привабливості на протязі тривалого періоду часу перебуває в центрі уваги економічної науки, оскільки інвестиції формують самі глибинні основи господарської діяльності та визначають умови економічного розвитку кожної країни. Особливого значення дана проблема інвестиційної привабливості має у відношення до успіху вітчизняних промислових підприємств на міжнародному ринку, де в основному і формуються показники конкурентоспроможності як підприємств реального сектору економіки, так і всієї країни в цілому на міжнародному ринку.

В пропонованому дослідженні зроблено спробу узагальнити сучасне розуміння інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості, визначити, яку саме стратегічну місію має виконувати інвестиційний розвиток у перехідній економіці, охарактеризувати сучасне становище інвестиційного розвитку в Україні, передумови та перешкоди його радикальної активізації, запропонувати безпосередні важелі досягнення необхідного ґатунку інвестиційного розвитку

на засадах визначенні та використанні показників інвестиційної привабливості підприємств та організацій реального сектору економіки [5]. Його мета – узагальнити досягнення світової та вітчизняної науки і практики в галузі створення, комерціалізації та споживання інновацій, допомогти студентам, аспірантам, молодим ученим, менеджерам усіх рівнів в освоєнні основ ринкового управління виробничими, інвестиційними та підприємницькими процесами в нашій країні та на міжнародному ринку.

У проведеному дослідженні здійснено теоретичне узагальнення і науково-практичне вирішення завдання, що полягає у поглибленні теоретичних засад та розробці практичних рекомендацій щодо формування стратегій щодо міжнародних перспектив інвестиційної привабливості українських підприємств в контексті їх виходу на світовий інвестиційний ринок. Отримані наукові результати можуть бути взяті до уваги українськими промисловими підприємствами при формуванні стратегій міжнародної інвестиційної політики при виході на світовий інвестиційний ринок, що сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності і створенню передумов для зміцнення експортного потенціалу і диверсифікації національного експорту на основі міжнародних перспектив інвестиційної привабливості.

Список використаних джерел:

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
2. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
3. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>
4. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

УДК 658.818:339.372.84

*Шаповал В.
студент гр.БЕМ-М122в,
Косенко А.*

*к.е.н, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних,
Перерва П.*

*д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА КОМЕРЦІЙНОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Ще в V столітті до нашої ери знаменитий філософ Сократ стверджував, що *секрет змін полягає в тому, щоб зосередити всю свою енергію не на боротьбі зі старим, а на створенні нового*. На наш погляд, ця думка є актуальною та важливою і в умовах сьогодення [1-5]. Світова економіка, промисловість, бізнес та загальна діяльність може бути на відстані однієї інноваційної ідеї від значного прориву. На це вказує вся історія. Згадаємо час, коли людина винайшла колесо. Чи здогадувалася ця людина, який вплив її винахід може мати на майбутні покоління? Інновації, подібно до колеса автомобіля, рухають світом, у якому ми живемо. По-перше, колесо обертається навколо своєї осі, градус за градусом і, зрештою, це робить революцію. На нашу думку, інновації багато в чому схожі на колесо. Спочатку це може бути поступове вдосконалення, доки зрештою воно не призведе до революції в тому середовищі, в якому працює сучасний світ.

Рівень важливості інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об'єкт.

В економічній літературі до сьогодні не вироблений єдиний підхід до визначення сутності поняття "інноваційна складова" і її взаємозв'язків з конкурентоспроможністю підприємства та його сталим розвитком.

Інноваційна складова комерційного успіху промислового підприємства як об'єкта інвестування є важливим показником, під яким слід розуміти його інтегральну характеристику з точки зору наявного фінансового стану, можливостей розвитку техніко-економічного та організаційного рівня виробництва, соціальної безпеки та інформаційної забезпеченості тощо.

Об'єктивна, доцільна і конкурентна система оціночних показників інноваційної складової повинна враховувати наступні умови:

- а) обмежена кількість індикативних показників, що безпосередньо впливають на прийняття інноваційних рішень;
- б) використання при розрахунку показників даних публічної бухгалтерської і статистичної звітності, мінімізація використання внутрішньої

інформації;

в) можливість здійснення рейтингової оцінки діяльності підприємства як стосовно інших господарюючих суб'єктів, так і в часі.

Підвищення ролі інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства як чітко спланований елемент стратегічного розвитку підприємства повинно відбуватися у рамках наступної системи [2, 4].

Таким чином, з'ясування факторів та визначення резервів підвищення інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства лежить у основі теоретичного обґрунтування проблеми формування достатньої конкурентоспроможності підприємства на інноваційному ринку й безперечно пов'язано з загальними факторами інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства, які укрупнено можна розподілити на: фінансово-економічні; соціальні; інформаційні.

Серед діючих факторів і резервів підвищення інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства основне значення доцільно приділити першій групі чинників, які, безперечно, мають найсуттєвіший вплив на формування рівня інноваційної привабливості підприємства.

До фінансово-економічних факторів і резервів підвищення інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства пропонується віднести: підвищення ефективності використання основних фондів на фірмі; зростання якості управління кредиторською й дебіторською заборгованістю; ріст ефективності використання оборотних коштів; удосконалення управління прибутком підприємства; запровадження маркетингових заходів та управління якістю; підвищення ефективності управління ціноутворенням на продукцію фірми; зростання ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження екологічно безпечного обладнання; налагодження та якості діяльності внутрішнього аудиту.

Оцінка ефективності заходів із підвищення рівня інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства дозволила виявити величину економічного ефекту, сформованого із наступних елементів: прискорення оборотності оборотних коштів підприємства на базі зменшення кредиторської та дебіторської заборгованості й виробничих запасів; впровадження заходів із зміни обсягу коштів на рахунку підприємства, а також обсягу поточних фінансових інвестицій з метою створення найкращого співвідношення між обіговими коштами у виробничій та невиробничій сферах, оптимізації ліквідності та платоспроможності підприємства [3].

Інноваційна складової комерційного успіху промислового підприємства відіграє вагомий роль в активізації інноваційних процесів. В умовах обмеженості ресурсів і гострої конкуренції між підприємствами за одержання більш якісних і дешевих ресурсів, у тому числі і фінансових, на перший план виходить питання про створення в інвесторів представлення про підприємство, як привабливий об'єкт інвестування - формуванні інноваційної привабливості. Роль визначення інноваційної складової комерційного успіху промислового підприємства полягає в тому, що потенційних інвесторів необхідно переконати в доцільності вкладень за допомогою конкретних показників.

Глобальна пандемія та повномасштабна збройна агресія росії проти нашої країни не залишила нам іншого вибору, окрім адаптації до нових реалій: на особистому рівні, на рівні сім'ї та, що є найбільш важливим, на рівні організації. Глобальна економіка зазнала ударів, і промисловість опинилася під впливом складних часів і рішень. Саме в цей момент потреба в інноваціях стає ще більш актуальною. Організації, які створили простір для інновацій, або інвестували в них, стимулювали їх розвиток та впровадження, отримали більше переваг, ніж ті, які цього не зробили.

Кожна організація реалізує свої інноваційні ідеї, що змінюють правила гри, через проекти, що робить потребу в інноваціях в управлінні виробничо-комерційною діяльністю ще більш необхідною. Ідеї не є матеріальними, тому їх не можна продати споживачам. Інноваційні проекти та правильне управління ними – це те, що додає цінності ідеям збільшення комерційного успіху підприємства.

Підводячи підсумок, можна сказати, що інновації – це паливо, яке спонукає інтелектуальну ідею до реальної цінності для споживача. Важливо зазначити, що справжня цінність інтелектуально-інноваційної ідеї часто залежить від багатьох даних і не завжди є інстинктивною.

Список використаних джерел:

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
2. Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55057>
3. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)*, (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>
4. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>

УДК 330

*Шibaєва Н.
докт. екон. наук, доцент, доцент кафедри глобальної економіки,
Єфремов А.
аспірант,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків*

РОЛЬ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У МОДЕЛЮВАННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Підприємства функціонують у все більш складному та динамічному середовищі. Щоб досягти успіху, підприємства повинні бути здатними розуміти поведінку споживачів, конкурентів та інших економічних агентів і приймати рішення, які базуються на цьому розумінні.

Бізнес-процеси – це послідовність дій, які підприємство здійснює для досягнення певної власної мети. Моделювання бізнес-процесів передбачає створення візуального представлення цих видів діяльності та їх взаємодії, щоб краще зрозуміти, як працює бізнес, і визначити сфери, які потрібно вдосконалити.

Моделювання бізнес-процесів є важливим, оскільки воно дозволяє підприємствам оптимізувати свою діяльність, зменшити витрати, підвищити якість і підвищити ефективність. Розуміючи, як працює бізнес, і визначаючи області для вдосконалення, підприємства можуть оптимізувати свою діяльність, зменшити відходи та підвищити загальну продуктивність. Крім того, моделювання бізнес-процесів може допомогти підприємствам підготуватися до змін у своїй галузі або на ринку, таких як нові правила чи нові технології, і відповідним чином адаптуватися.

Актуальність даної теми можна розглядати з точки зору, що сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для моделювання бізнес-процесів. Впроваджуючи ці теорії в бізнес-моделі в свою діяльність, підприємства можуть приймати більш досконалі рішення та підвищувати свої шанси на успіх у складному конкурентному середовищі □1-5□.

Сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для моделювання та аналізу економічної поведінки. Включаючи ці теорії в бізнес-моделі, підприємства можуть отримати уявлення про те, як оптимізувати свою діяльність, як реагувати на зміни на ринку та як приймати стратегічні рішення, які, швидше за все, приведуть до успіху.

Наприклад, мікроекономічні моделі можна використовувати для оптимізації ціноутворення та виробничих рішень, теорію ігор можна використовувати для розуміння стратегічної поведінки конкурентів, а поведінкову економіку можна використовувати для розуміння поведінки та переваг споживачів.

Крім того, збільшення доступності даних і обчислювальної потужності дозволило розробити більш складні економічні моделі, які можуть забезпечити точніші прогнози та розуміння економічної поведінки.

Однією з ключових областей сучасної економічної теорії, яка особливо стосується бізнес-моделювання, є мікроекономіка. Мікроекономіка зосереджена на поведінці окремих економічних агентів, таких як споживачі, виробники та фірми, а також на тому, як вони взаємодіють на ринках. Мікроекономічні моделі можна використовувати, щоб зрозуміти, як підприємства приймають рішення щодо виробництва та ціноутворення, як вони реагують на зміни попиту та конкуренції та як вони розподіляють ресурси.

Іншою важливою областю економічної теорії для бізнес-моделювання є теорія ігор. Теорію ігор можна використовувати для моделювання стратегічної взаємодії між фірмами на конкурентних ринках і для розуміння того, як фірми приймають рішення, коли вони перебувають у положенні взаємозалежності з іншими фірмами.

Крім того, поведінкова економіка є відносно новим напрямом економічної теорії, який набув популярності в останні роки. Поведінкова економіка зосереджується на тому, як люди приймають рішення та як їхні рішення можуть відхилитися від прогнозів традиційної економічної теорії. Поведінкові економічні моделі можна використовувати, щоб зрозуміти, як споживачі роблять вибір, як вони реагують на різні стимули та як вони сприймають і оцінюють ризики.

Таким чином, сучасні економічні теорії надають потужний набір інструментів для розуміння економічної поведінки та моделювання бізнес-процесів на основі прийняття обґрунтованих рішень у складному та динамічному середовищі. Включаючи ці теорії в бізнес-моделі, підприємства можуть отримати уявлення про те, як оптимізувати свою діяльність, як реагувати на зміни на ринку, як взаємодіяти із навколишнім середовищем та як приймати стратегічні рішення, які, швидше за все, приведуть до успіху.

Список використаних джерел:

1. Помазун О. М. Сучасні аспекти прийняття рішень з управління бізнес-процесами підприємства. Ефективна економіка. 2016. № 3 (дата звернення: 20.02.2023).
2. Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
3. Трусова Н. В., Вінченко І. І., Дьяченко Н. К. Моделювання бізнес-процесів сільськогосподарських підприємств. АГРОСВІТ 2022. № 4. С. 18-26.
4. Чайковська І.І. Економіко-математичне моделювання в завданнях управління знаннями підприємства. Університетські наукові записки. 2017. № 64. С. 347-358.
5. Шуляр Р. В. Формування та розвиток економіко-управлінського інструментарію забезпечення бізнес-процесів: дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2019. 495 с.

УДК 657.15:636.034

*Гаврик О.
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква
Свиноус І.І.
магістр,
Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ В МОЛОЧНОМУ СКОТАРСТВІ

Розвиток ринкових відносин в аграрній сфері, приєднання України до Світової організації торгівлі та поява певних ризиків для сільськогосподарських підприємств зумовлюють необхідність створення такої інформаційної системи, яка б забезпечувала надходження достовірної й оперативної інформації для прийняття своєчасних управлінських рішень керівництвом з метою підвищення ефективності виробництва й реалізації молока в сільськогосподарських підприємствах. У цих умовах управлінський облік є важливим інструментом управління агробізнесом і підвищення його якості.

Технологічні та зообіологічні особливості, властиві галузі, й недостатня розробленість організаційно-методичних положень формування системи управлінського обліку ускладнюють організацію інформаційного забезпечення системи управління виробничими процесами, знижують оперативність управління.

Удосконалення методичного забезпечення управлінського обліку в молочному скотарстві пов'язане з класифікацією витрат, здійснюваних у межах цієї галузі. Нині застосування традиційних методів обліку витрат і калькуляції собівартості сільськогосподарської продукції не повною мірою відповідає сучасним вимогам ринку та не сприяє достовірності її розрахунку.

До численних заходів, спрямованих на підвищення оперативності управління виробництвом в молочному скотарстві, слід віднести й удосконалення системи бюджетування та контролю витрат. Як відомо, бюджет являє собою оперативний фінансовий план короткострокового періоду, розроблений до одного року (як правило, в межах кварталу або місяця), що відображає витрати і надходження фінансових ресурсів у процесі здійснення конкретних видів господарської діяльності. Елементом бюджетування є сукупність індикативних показників, що забезпечують порівняння фактичних даних із запланованими величинами [1].

В основу системи управління витратами на підприємстві покладено складання виробничого бюджету як традиційного інструмента планування й контролю витрат. Бюджет у молочному скотарстві формують із розрахунку на 1 голову великої рогатої худоби або на 1 т молока.

Доцільніше використовувати перший підхід, оскільки від молочного стада отримують ще й іншу продукцію – приплід, гній. Термін бюджету визначається керівництвом підприємства на тиждень, місяць, квартал, але не більше одного

року. Бюджетний період залежить від значного переліку чинників, а саме: об'єктів виробництва й реалізації, технології та циклу виробництва, асортименту продукції, сезонності, оборотності запасів, наявності ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), рівня підприємницького ризику і державного регулювання (податкових ставок, тарифів відрахувань у позабюджетні фонди, облікової ставки банківського відсотка тощо). При цьому чим короткотерміновіший бюджет, тим він надійніший, достовірніший та точніший [2].

Практика сільського господарства свідчить, що найраціональніше складати бюджет витрат на місяць. Це підтверджується тим, що в бухгалтерському обліку витрати також підраховують щомісяця. Такий підхід дозволить глибше аналізувати діяльність підрозділів через порівняння фактичних і планових показників.

На підприємствах, що спеціалізуються на виробництві молока, у бюджеті витрат передбачають усі витрати на утримання корів і вирощування нетелей для основного стада. Корми, паливо, електроенергію, матеріальні ресурси оцінюють за цінами, що склалися на ринку на поточний момент, послуги сторонніх організацій – за цінами відповідних укладених договорів.

У бюджеті витрат значною є частка витрат на проведення ветеринарного обслуговування, в тому числі на племінну роботу, на поточний ремонт тваринницьких приміщень, технічне обслуговування машин і обладнання тощо. Витрати на транспортні послуги включають в себе оплату за транспортне перевезення власним або залученим транспортом: вивезення гною, перевезення кормів із поля та підстилки, молока на переробне підприємство, худоби до пункту реалізації.

Таким чином, завданням бюджетування витрат є повне документальне відображення ресурсів, спрямованих на виробництво продукції для можливого планування оптимальної величини грошових коштів. Вплив окремих факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на процес виробництва молока вимагає застосування сільськогосподарськими підприємствами гнучкого бюджету. Особливість тут полягає в тому, що при його формуванні враховують зміни обсягів виробництва молока за звітний період.

Важливим є критерій управління витратами за місцями їх виникнення, в основі яких лежить результат використання ресурсів з бізнес-процесів, – можливість впливати на їхній розмір.

Бізнес-процеси як об'єкти обліку витрат визначені відповідно до процесів біотрансформації біологічних активів; їх покладено в основу виділення МВВ (місця виникнення витрат). Для формування обліку витрат за місцями виникнення в молочному скотарстві рекомендуються такі види МВВ, які відображені на рис.

При цьому всі операції згруповано за бізнес-процесами, які виконують різні функції по відношенню до повного циклу виробництва продукції.

У процесі дослідження запропоновано порядок ідентифікації трьох видів продукції молочного скотарства як об'єктів калькулювання собівартості в межах управлінського обліку, а саме: основної продукції (молоко), супутньої продукції

(приплід, приріст живої маси) та побічної (гній) з використанням групування витрат за фізіологічними групами згідно з технологією виробництва.

Методика формування витрат за місцем їх виникнення передбачає розподіл витрат між видами продукції з використанням розрахункових коефіцієнтів енергії на продукцію, обчислених як сума енергії надою молока, приросту живої маси й енергії, витраченої на вирощування теля. Суть даного методу полягає в тому, що формування собівартості продукції молочного скотарства здійснюється за виробничими місцями виникнення витрат, які виділені в бізнес-процеси згідно з фізіологічними групами тварин.

Витрати виробничих бізнес-процесів підлягають розподілу при калькулюванні собівартості продукції на основну продукцію, пов'язану і побічну. Характеризуючи МВВ «Цех отелення корів» з точки зору технології виробництва молока на тваринницькій фермі, зазначимо, що фізіологічні процеси, що відбуваються в організмі тварин, спрямовані на отримання приплоду, а молоко, одержуване в цей період, непридатне для переробки і використовується на випоювання телят, отже, витрати даного МВВ доцільно безпосередньо відносити на вартість приплоду.

Далі по технологічному ланцюжку виробництва молока знаходиться у МВВ «Цех роздоювання корів». У цей період корови дають до 65–70% молока від усього обсягу за період лактації, отже, витрати на утримання цеху роздоювання слід повністю відносити на вартість молока.

У цеху виробництва молока, в якому корови знаходяться від 101 до 305 днів після отелення, відбуваються фізіологічні процеси, спрямовані на формування плоду і на виробництво молока, удій якого до кінця даного періоду знижується. Базою для розподілу витрат МВВ «Цех виробництва молока» рекомендується використовувати розрахункові коефіцієнти енергії на продукцію, що враховують суму енергії надою молока, приросту живої маси й енергії, витраченої на розвиток плоду.

У цеху сухостійних корів, коли інтенсивно розвивається плід, молоко не виробляється. Виходячи із цього, витрати по даному МВВ слід відносити на вартість приплоду.

Це дозволить забезпечити цілісність і правдивість всієї інформації, уникнути дублювання використання даних, поліпшити своєчасний обмін інформацією між усіма структурними підрозділами.

Формування витрат в управлінському обліку за місцями їх виникнення й обчислення собівартості продукції по повноті враховуються витрат «директ-костинг» розроблена схема бюджетування витрат у молочному скотарстві. Основним розрахунковим документом її є технологічна карта, що надає інформацію для складання бюджетів витрат по всіх бізнес-процесах.

До розрахунку слід включати показники якісного характеру – це продуктивність праці, продуктивність тварин.

Запропоновані форми бюджетів витрат відображають деякі особливості застосування пропонованого формату, а саме:

1) бюджет за місцем виникнення витрат відноситься до бюджетів натурально-вартісного типу;

2) бюджет за місцем виникнення витрат містить елементи гнучкого бюджету, оскільки при його розрахунку використовують нормативні показники в розрахунку на одну голову (на одиницю продукції), що дозволяє скоригувати бюджет з урахуванням фактичного обсягу виробництва або кількості обслуговуваних тварин;

3) бюджет за місцем виникнення витрат передбачає взаємозв'язок між функціональними й операційними бюджетами.

Зважаючи на специфіку формування бюджетів прямих витрат у молочному скотарстві, що вимагає інформації фінансового, управлінського та зоотехнічного обліку, запропоновано створити на підприємстві бюджетну комісію, в яку повинні входити фахівці всіх управлінських структур. Розроблені рекомендації щодо формування процесу бюджетування відображені в запропонованому документі «Положення про бюджетування», де відображено склад бюджетної комісії, її функції, повноваження й обов'язки, регламент роботи.

Список використаних джерел:

1. Яловега Л. В. Проблематика обліку витрат і калькулювання собівартості продукції молочного скотарства. Ефективна економіка. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7427> (дата звернення: 07.03.2023). DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.75](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.75)

2. Брик М. Своєрідність обліку та контролю поточних біологічних активів в тваринництві. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2018. Вип. 23. С. 61-65.

НОТАТКИ

Електронне наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ: ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВИЙ ТА
УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТИ**

матеріали

V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

22-23 березня 2023 р.

Видається в авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей.

Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакційної колегії.

Львів 2023