

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності



Міжнародна науково-
практична конференція

Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності

Матеріали

26 листопада 2021 р.

м. Одеса

Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. 119 с.

У збірнику представлені тези доповідей, оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції “Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності”, яка була проведена Східноєвропейським центром наукових досліджень 26 листопада 2021 р.

Збірник розрахований на вчених, викладачів, докторантів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, представників державних органів влади та місцевого самоврядування, представників підприємницьких структур і широкий читацький загал.

Робочі мови конференції: українська, англійська та російська.

Видається в авторській редакції

Матеріали збірника подаються в авторській редакції та друкуються мовою оригіналу. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність наведених фактів, власних імен, географічних назв, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.



Відповідно до Закону України “Про авторське право і суміжні права”, при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов’язковим.

**Research
Europe.org**



**EASTERN EUROPEAN
CENTER FOR SCIENTIFIC
RESEARCH**

© Колектив авторів, 2021

© Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021

© Research Europe, 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

Бірбіренко С. С.

Необхідність впровадження стратегічного управління
економічною стійкістю телекомунікаційного
підприємства у сучасних умовах.....7

Верба А. В.

Інтернет-технології як засіб антикризових заходів.....9

Ільків Л. А.

Сучасні тенденції виробництва соняшнику в Україні.....11

Кісіль М. І.

Прояви інвестиційної несталості та криз
у сільському господарстві України.....13

Кузьмінов М. В.

Формування інвестиційної політики України:
основа підвищення конкурентоспроможності
національної економіки.....17

Ляховська О. В.

Конкурентні переваги транснаціональних компаній
в машинобудівному секторі промисловості України.....19

Мігай Н. Б., Боровик І. О.

Методи управління логістичними ризиками підприємства.....21

Пилипенко В. В., Беляєва Н. С.

Проблеми і перспективи розвитку
харчової промисловості в Україні.....23

Сатир Л. М., Григоренко О. Б.

Інформаційно-аналітичні системи управління
економічною безпекою аграрного підприємства.....26

Смаркалова А. К., Гайдаєнко З. В.

Інспектування навантаження зернових
та кормових вантажів у контейнери.....29

Шкуропадська Д. Б.

Антикризові заходи в умовах пандемії.....32

СЕКЦІЯ 2. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Панфілова Т. О.

Глобальний вимір антикризового управління.....35

Хорошко М. Д.

Понятие глобального международного кризиса и его
взаимосвязь с национальными интересами стран.....37

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ**Дем'яненко К. О.**

Переваги та недоліки бухгалтерського аутсорсингу як механізму управління витратами.....39

Сук П. Л.

Використання періодів розподілу амортизації необоротних активів.....41

Царук О. Р.

Порядок ефективного керування рухом грошових коштів на підприємстві.....45

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ**Григорук В. С.**

Реінвестування прибутку як інструмент управління процесом капіталізації банків.....49

Zabedyuk M. S.

Peculiarities of formation of financial resources of the enterprise in modern conditions.....51

Мельник В. Є.

Аналіз доходів і витрат національного банку України.....53

Nehoda Y., Tymoshenko N.

Financial capabilities of the pension fund of Ukraine.....56

Пилипенко В. В., Іванова О. М.

Структура міжнародних банків.....59

Синиця М. В.

Консолідаційні процеси в банківській системі.....61

Шелест О. Л.

Шляхи підвищення ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства.....63

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ**Британчук О. М.**

Мотивація в системі менеджменту підприємства.....66

Вовк Н. В.

Формування стратегії управління ризиками підприємства.....68

Захарченко О. І.

Оцінка ефективності управління комунікаціями зі стейкхолдерами бізнес-організації.....70

Котецька О. С.

Планування як елемент управління діяльністю стоматологічного закладу охорони здоров'я.....73

Криворучко В. О.

Управління знаннями як передумова формування інституційного лідерства в закладі вищої освіти.....75

Matviichuk A. S., Gritsenko E. V.

Organizational and economic features of crisis management at enterprises in pandemic conditions.....78

Мельничук Т. В.

Сутність процесу управління адаптацією персоналу закладу охорони здоров'я.....81

Подзігун С. М., Наскалова А. Е.

Мотивація як найважливіша функція в управлінні підприємством.....83

Самоліук І. П.

Деякі аспекти реалізації управлінського контролю в закладі охорони здоров'я.....85

Терехівський В. В.

Сутність планування соціального розвитку персоналу організації.....89

Циганкова Н. О.

Ефективність впровадження інноваційного ІТ-продукту та його вплив на зростання дохідності підприємства.....91

Юрчишена С. Є.

Сутність корпоративної культури закладу охорони здоров'я.....94

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ

Подзігун С., Слободяник Н.

Інноваційний маркетинг як інструмент успішного управління діяльністю підприємства.....97

Сотник М. І.

Особливості асортиментної політики науково-виробничих підприємств.....99

Шуміло О. С., Євтушенко В. А.

Маркетинг в антикризовому управлінні.....102

СЕКЦІЯ 7. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Самойлов О. О.

Реформування місцевого самоврядування в Україні.....105

Чернятевич Я. В.

Ризики впливу цифровізації на ринок праці України.....107

СЕКЦІЯ 8. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Кіптенко В. К., Притула І. О.

Доцільність створення аналогу європейської віртуальної туристичної обсерваторії в Україні.....112

Михайліченко М. А.

Туристичні ресурси Роменського району Сумської області: загальна характеристика.....116

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА

УДК 338.242:658.51

JEL Classification: L96

Бірбіренко С. С.,
канд. екон. наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту та маркетингу,
Державний університет інтелектуальних
технологій і зв'язку, м. Одеса

**НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Глобальність світової нестабільності, обумовленої розповсюдженням коронавірусної інфекції COVID-19, спонукає до необхідності змін характеру стратегічного управління підприємством. Вітчизняні і зарубіжні вчені-дослідники акцентують увагу на тому, що розробка ефективної політики зі стратегічного управління надає змогу перетворення структури виробництва, надання послуг, сприяє прискоренню темпів і підвищенню рівнів соціально-економічного розвитку, забезпечує його найвищий рівень [1 – 3]. У той самий час, сучасна практика стратегічного управління віддає перевагу механізмам безпосереднього реагування на кризові явища, що сприяє у подальшому усуненню негативних проявів криз, пом'якшенню їхніх наслідків, однак без створення сприятливих умов для довготривалого забезпечення економічної стійкості підприємства. Сучасний перебіг негативних тенденцій свідчить, що існуючий організаційно-економічний механізм управління підприємством не відповідає динамічним змінам в економічних процесах, є малоефективним і недієвим. Специфічні особливості сучасних кризових умов господарювання обумовлюють необхідність розробки нових механізмів стратегічного управління, які здатні не лише зменшити ступінь негативних впливів наслідків кризових процесів, а й оптимального використати їх “здібності” для докорінного змінювання існуючої системи управління та забезпечити економічну стійкість на тривалу перспективу.

Наразі стратегічне управління для телекомунікаційних підприємств є вкрай необхідним. Насамперед, завдяки йому досягається певна динамічна рівновага із зовнішнім середовищем. По-друге, впровадження стратегічного управління зазвичай поєднано із пошуком можливостей для розвитку у ринкових умовах та нових досягнень телекомунікаційного підприємства у конкурентному середовищі. На сьогодні для переважаючої більшості управлінців



Бірбіренко С. С. Необхідність впровадження стратегічного управління економічною стійкістю телекомунікаційного підприємства у сучасних умовах. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 7 – 9.

телекомунікаційних підприємств сфера стратегічного управління є надскладною і вимагає більш ретельного вивчення і наукового дослідження [4, 5].

Необхідність впровадження стратегічного управління економічною стійкістю телекомунікаційного підприємства обумовлюється пришвидшенням динамічних змін в бізнес-середовищі над відповідними змінами у діяльності телекомунікаційних підприємств, що призводить до втрат їхніх конкурентних позицій і погіршення фінансово-економічного стану [6].

При формуванні стратегічного управління економічною стійкістю телекомунікаційних підприємств одним із головних завдань є визначення ступеню впливу як негативних так і сприятливих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на підвищення показників фінансово-господарської діяльності підприємства. Кризові явища зовнішнього середовища, обумовлені пандемією, негативно впливають на телекомунікаційний сектор та є джерелом соціально-економічних, політичних, техніко-технологічних, кадрових і екологічних проблем для підприємств сфери зв'язку та інформатизації. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє виявити додаткові можливості, ресурсний потенціал, які можуть суттєво допомогти підприємству у конкурентній боротьбі з метою досягнення стратегічних цілей. Аналіз зовнішнього бізнес-середовища в умовах ризиків і невизначеності дозволяє встановити певні межі, в рамках яких буде функціонувати телекомунікаційне підприємство; виявити можливості, сприятливі обставини та потенційні загрози; визначити сильні і слабкі сторони підприємств зв'язку – конкурентів – та стратегічні орієнтири їхнього розвитку [7].

В умовах кризи став очевидним той факт, що розвиток національної економіки залежить від ступеню активності інноваційної компоненти окремого підприємства, а саме підвищується актуальність використання принципово нових прогресивних технологій, стратегічно направлених управлінських рішень, орієнтованих на забезпечення економічної стійкості. Саме тому інноваційний розвиток є головним аспектом довготривалого успіху телекомунікаційних підприємств та, як наслідок, розвитку країни у цілому.

Список використаних джерел

1. Ячменьова В. М. Забезпечення стійкості діяльності промислових підприємств : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04. Луганськ, 2008. 32 с.
2. Пілецька С. Т. Методологія антикризового управління економічною стійкістю авіапідприємств : дис. ... докт. екон. наук. 08.00.04. Київ, 2014. 791 с.
3. Григорська Н. М. Системно-процесне управління економічною стійкістю підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук. 08.00.04. Київ, 2014. 20 с.
4. Бірбіренко С. С., Терешко Ю. В. Стратегічне управління як важливий аспект забезпечення економічної стійкості сучасного підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. № 1 (24). С. 63-68.
5. Vezdenko V. M., Birbirenko S. S. Organizational and economic mechanism of financial stability management of telecommunication enterprises. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали XII міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 15 – 16 квітня 2021*. Київ, 2021. С. 24-26.

6. Бірбіренко С. С. Особливості управління економічною стійкістю сучасного підприємства. *Економіка та управління в умовах побудови інформаційного суспільства* : матеріали IX міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 15 травня 2020 р. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2020. С. 29-31.

7. Старинець О. Г. Аналіз діяльності підприємств на ринку телекомунікаційних послуг України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. №27. Ч.2. С. 57-60.

УДК 338.1

JEL Classification: M15

Верба А. В.,

здобувач вищої освіти,

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

Науковий керівник:

Макоєдова В. О.,

асистент, аспірант кафедри інженерії
програмного забезпечення та кібербезпеки,
Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ

У 2019 році світ ввійшов в епоху епідемії COVID-19 [1], що значно вплинуло як на світові ринки товарів і послуг, так і вплинуло на поступову стабілізацію економічного стану України. В умовах епідемії навіть найуспішніші бізнес-проекти терпіли значні збитки, але найбільше постраждав сектор малого бізнесу. Коронавірусна хвороба змусила усіх підприємців переглянути плани антикризових заходів та стала каталізатором для термінового їх оновлення.

Одним із найбільш ефективних сучасних антикризових засобів є переведення вже функціонуючого бізнесу в мережу Інтернет або ж створення нового бізнес-проекту, використовуючи можливості сучасних технологій. Технічне забезпечення функціонування таких проектів забезпечують інтернет-технології.

Інтернет-технології – це технології створення і підтримки різних інформаційних ресурсів в комп'ютерній мережі Інтернет: сайтів, блогів, форумів, чатів, електронних бібліотек та енциклопедій [2].



Верба А. В. Інтернет-технології як засіб антикризових заходів. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 9 – 11.

Інтернет-технології дозволяють навіть не обізнаному користувачу займатися проектуванням, створенням та розробкою сайтів для невеликих бізнес-проектів: інструменти та засоби дозволять швидко організувати доступ до інтернет-ресурсів задля подальшого повноцінного повного або часткового переходу роботи підприємства в режим онлайн.

Інтернет як рішення кризової ситуації, створеної в економіці коронавірусом, позитивно показав себе на прикладі локдауна 2020 року та продовжує демонструвати більшу ефективність, аніж використання лише фізичного способу обміну товарами та послугами. На прикладі корпорацій-гігантів та економічної ситуації в Україні взагалі, спричиненої COVID-19, [3] ми можемо спостерігати негативні наслідки, що поглиблюються тим більше, чим менший рівень розвитку держави взагалі; оцінюється впровадження цифровізації та використання інтернет-технологій.

Розглянемо детальніше основні методи інтернет-технологій, які в критичній (кризовій) ситуації дозволяють бізнес-проектам не тільки продовжувати існування, але й генерувати прибуток.

Одним із інструментів інтернет-технологій є CMS, або система керування вмістом. Система керування вмістом – програмне забезпечення для організації веб-сайтів чи інших інформаційних ресурсів в Інтернеті чи окремих комп'ютерних мережах [4].

У загальному системи керування вмістом дозволяють користувачеві, який не володіє мовами програмування, займатися розробкою сайтів, формувати дизайн, розташовувати певні готові блоки елементів, а в подальшому – підтримувати проект у робочому стані.

Найпопулярнішими сучасними CMS є WordPress, Joomla, Drupal. [5] Усі три системи пропонують широкий набір функції для створення інтернет-сторінок для будь-якого типу бізнес-проекту – постійна підтримка такої сторінки, по-перше, забезпечить підприємство додатковими онлайн-замовленнями, що відповідно збільшить прибуток, по-друге, у кризовій ситуації дозволить продовжувати функціонування.

Започаткування кожного бізнес-проекту пов'язано із ризиками, але кожний управлінець має розраховувати на майбутнє та відповідно готуватися до можливих загроз: досвід пандемії продемонстрував відсутність підготовки до кризових явищ навіть на світовому рівні. Тому необхідно впроваджувати антикризові заходи на підприємстві до настання відповідної ситуації та утворення збитків у сумі сотень тисяч умовних одиниць. І одним із шляхів підтримки існування бізнес-проекту є інтернет-технології.

Список використаних джерел

1. COVID-19. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Коронавірусна_хвороба_2019.
2. Інтернет-технології. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-технології>.

3. Як карантин вплинув на економіку України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3154276-ak-karantin-vplivuv-na-ekonomiku-ukraini.html>.

4. Система керування вмістом. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Система_керування_вмістом.

5. Популярні CMS. URL: <https://itvdn.com/ru/blog/article/top6-cms>.

УДК 338.43

JEL Classification: Q11

Ільків Л. А.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри економіки,

Національний університет біоресурсів і

природокористування України, м. Київ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Вирощування соняшнику завжди було традиційною галуззю аграрного виробництва України і важливою складовою стратегії економічного розвитку держави. Протягом останнього десятиріччя спостерігається стала тенденція розширення посівних площ цієї культури, що зумовлено вигідністю її вирощування для аграрних підприємств порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Україна виробляє щорічно понад 10% насіння у світі [1]

В середньому, за останні роки, в Україні під соняшником було зайнято близько 25 % всіх посівних площ, а його частка у вітчизняному виробництві олійних культур сягає 65 – 70 %. Пояснюється це як національними традиціями споживання продовольчої олії, високим рівнем розвитку і потужністю олієжирового підкомплексу держави, що формує стабільно високий попит внутрішнього ринку, так і порівняно високим попитом окремих регіональних секторів світового ринку на насіння, олію і шрот та макуху соняшнику [2].

Переважно позитивна динаміка урожайності соняшнику обумовила зростання обсягів його валового виробництва (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка виробництва соняшнику в аграрних господарствах

Показник	2015 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р. до 2015 р., %
Урожайність, ц/га	21,6	23,0	25,6	20,2	93,5
Зібрана площа, тис. га	5166,2	6166,5	5958,9	6480,9	в 1,25 рази
Валовий збір, тис. т	11181,1	14165,2	15254,1	13110,4	117,3



Ільків Л. А. Сучасні тенденції виробництва соняшнику в Україні. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 11 – 13.

Аналізуючи динаміку виробництва соняшнику в аграрних господарствах, слід відзначити, що зібрана площа соняшнику за досліджуваний період збільшилася в 1,25 рази (табл. 1). Щодо урожайності соняшнику, то вона також має тенденцію до підвищення. Проте, у 2020 р. порівняно з 2015 р. вона зменшилася на 6,5%. На це суттєво вплинули несприятливі погодні умови та пізні терміни старту збиральної кампанії у 2020 р. Відповідно валовий збір соняшнику в 2020 р. становив на 17,3 % більше порівняно з 2015 р. Слід відмітити, що це відбулося, в основному за рахунок збільшення площі посіву.

Проте, у 2020 році виробничий потенціал соняшнику не було повною мірою реалізовано. Посушливі погодні умови негативно вплинули не лише на урожайність, а й на олійність.

В основних регіонах вирощування соняшнику (Кіровоградська, Харківська та Дніпропетровська області) урожайність склала 16,6, 23,1 і 19,0 ц/га відповідно. При цьому в Кіровоградській області даний показник у 2020 р. по відношенню до 2019 р. знизився на 50 %, в Харківській – на 15 %, Дніпропетровській – на 29 %. Найвищий урожай з 1 га збиральної площі отримали аграрії Хмельницької області – на рівні 34,3 ц/га (+22 % до 2019 р.), Сумської – 29,8 ц/га (-16 %), Вінницької – 28,5 ц/га (-22 %) і Чернігівської – 28,5 ц/га (-6 %). Найнижчу урожайність соняшнику зафіксовано в Одеській – на рівні 9,7 ц / га (-41 % до 2019 р.) і Миколаївській – 13,6 ц/га (-40 %) областях.

В цілому за всіма регіонами країни середня врожайність олійної склала 21,2 ц/га, що на 26% нижче за показник 2019 р. [3].

Основними труднощами, з якими зіткнулися аграрії в 2020 р. при вирощуванні соняшнику, були кліматичні. Згідно з дослідженням, 77 % аграріїв підсумували, що найбільшою мірою посіви олійної постраждали від посухи. Проте, близько 3 % аграріїв зіткнулися не лише з посухою, але і з заморозками, а ще 2 % – з нестачею тепла у весняний період.

Таким чином, протягом останніх років спостерігається стала тенденція розширення посівних площ соняшнику, що зумовлено вигідністю його вирощування порівняно з іншими агрокультурами.

Суттєве збільшення обсягів виробництва соняшнику та підвищення його економічної ефективності є необхідною умовою забезпечення населення продуктами харчування, а також піднесення ефективності виробництва інших видів продукції сільського господарства та зміцнення фінансового стану підприємства.

Те, які площі та обсяги виробництва соняшнику будуть в Україні надалі, покаже час. Погодні умови та цінова кон'юнктура наразі є сприятливими для розширення посівів. Україна має дуже високі шанси зберегти за собою статус лідера в експорті соняшникової олії з гарантованою сировинною базою.

Список використаних джерел

1. Україна лідирує в світі за валовим збором соняшнику. URL: <https://superagronom.com/news/9468-ukrayina-lidiruye-v-sviti-za-valovim-zborom-sonyashniku>.

2. Соняшник – лідер ефективності інвестицій. URL: <https://www3.nuseed.com/ua>.

3. Рожко В. Регіональні особливості виробництва соняшнику в 2020 році. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/topic/1519449>.

УДК 332.024.2

JEL Classification: Q10, O14

Кісіль М. І.,

канд. екон. наук,

старший науковий співробітник,

провідний науковий співробітник відділу

інвестиційного і матеріально-технічного забезпечення,

Національний науковий центр “Інститут

аграрної економіки”, м. Київ

ПРОЯВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕСТАЛОСТІ ТА КРИЗ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Сільське господарство має особливо важливе значення для соціально-економічного розвитку держави. Для досягнення позитивних тенденцій такого розвитку потрібно щоб у сільське господарство постійно спрямовувалися зростаючі обсяги інвестицій, що й робиться у розвинених країнах світу на основі відповідної сільськогосподарської політики. Проте інвестиційні процеси у сільському господарстві України тривалий час вирізняються нестабільним характером та періодичними кризами, а сільськогосподарська політика недостатньою результативністю.

З тривалої і глибокої інвестиційної кризи у сільському господарстві в 1991–2000 рр. Україна розпочала історію своєї незалежності. Тоді на фоні ринкових трансформацій у суспільстві економічні реформи в сільському господарстві практично не проводилися. Через це та інші чинники інвестиційна діяльність у сільському господарстві практично зупинилася. Так, капітальні інвестиції на 1 га угідь сільськогосподарських підприємств у 2000 р. склали лише 4 долари США, тоді як мінімальний рівень цього показника для визнання країни з розвиненим сільським господарством – 150 дол. США на 1 га.

Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств у приватні агроформування, що відбулася у 2000–2001 рр., сприяла активізації інвестиційних процесів у сільському господарстві. Річні темпи приросту капітальних інвестицій на розвиток сільського господарства в окремі роки у період 2001–2008 рр. досягали 60 і більше відсотків, а обсяги вкладень на 1 га угідь – 100 і більше дол. США.



Кісіль М. І. Прояви інвестиційної несталості та криз у сільському господарстві України. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 13 – 17.

Процес активного зростання інвестицій у сільське господарство в період після реорганізації колективних сільськогосподарських підприємств був перерваний через світову і національну фінансову кризу 2008 – 2009 рр. Через неї капітальні інвестиції у сільське господарство в 2009 р. порівняно з попереднім роком скоротилися більш, ніж удвічі.

У наступних 2010–2013 рр. темпи приросту капітальних інвестицій були порівняно низькими. Умови інвестиційної діяльності малих і середніх сільськогосподарських підприємств суттєво погіршилися, іноземні інвестиції перестали надходити, а бюджетні кошти на підтримку сільського господарства і створений на період фінансової кризи стабілізаційний фонд використовувалися на підтримку великих агроформувань. Тому помірне зростання інвестицій у цей період відбувалося переважно внаслідок реалізації великими українськими агрокомпаніями своїх інвестиційних проектів. Загальні річні обсяги інвестицій у сільське господарство в цей період не перевищили відповідних показників докризового 2008 р. і склали в середньому 102 долари США або 2/3 від мінімального для країни з розвиненим сільським господарством рівня.

У наступні 2014 – 2015 рр. і так недостатньо сприятливі умови інвестування розвитку сільського господарства суттєво погіршилися через окупацію Росією українського Криму і війни на Донбасі. У ці роки інвестиційна діяльність національних суб'єктів господарювання в сільському господарстві уповільнилася і почала спадати. Через значні ризики іноземні інвестиції не надходили. Середньорічний розмір капітальних інвестицій у сільське господарство у цих роках знизився до 76 доларів США на 1 га угідь.

Незважаючи на інвестиційний спад і посилення інвестиційних ризиків економічна діяльність з виробництва продукції сільського господарства у 2014 – 2015 рр. була досить прибутковою і дозволяла агрокомпаніям накопичувати певні резерви коштів для фінансування інвестицій. Коли ж військова ситуація на Донбасі стала менш гострою, а інвестори упевнилися, що інвестиційні ризики, пов'язані з нею, послабилися, вони з 2016 р. почали активно реалізовувати відкладені раніше і нові інвестиційні проекти. Капітальні інвестиції в 2016 і 2017 рр. до попереднього року зросли відповідно на 47,6 і 31,4 % та склали 103 і 122 долари США на 1 га угідь.

Посилення впливу негативних зовнішніх чинників у наступному 2018 р. спричинило уповільнилася інвестиційної діяльності в сільському господарстві, темп приросту капітальних інвестицій до попереднього року склав лише 7,4 %. У наступному 2019 р. загальний обсяг вкладень взагалі зменшився, розпочався інвестиційний спад, який у 2020 – 2021 рр. переріс в інвестиційну кризу. Подолання цієї кризи має для держави першочергове значення.

Інвестиційна діяльність у сільському господарстві у січні-червні 2021 р. також перебувала у кризовому стані. Якщо загальні обсяги капітальних інвестицій за цей період прийняти за 100 %, то їх відповідні показники за минулі роки, перераховані з метою досягнення співставності у ціни 1 півріччя 2021 р., такі: 2016 р. – 109,7 %, 2017 – 135,0, 2018 – 145,4, 2019 – 156,0 і 2020 р. – 100,4 %. Тобто, загальний показник капітальних інвестицій у сільське господарство в січні-червні 2016–2021 рр. мав найменші значення в 2021 р.

Розвиток національного сільського господарства у період з 2010 по 2021 р. відбувався за сприятливої для нього фази інвестиційного циклу Саймона Кузнеця, яка, за оцінками автора, розпочалася в 2009 – 2010 рр., досягла пікових значень пріоритетності у 2017 – 2018 рр. і спадатиме до 2024 – 2025 рр. Несталий характер, періоди інвестиційного спаду і криз є свідченням того, що можливості для пріоритетного інвестиційного розвитку сільського господарства використовуються не повністю. Це буде стримуватиме темпи його розвитку в наступний за 2025 р. 14 – 15 період, у якому інвестиційний пріоритет набуде харчова промисловість.

Наведене вище показує, що в Україні поки що не створено належну систему механізмів і важелів для забезпечення сталого й пріоритетного в системі економіки інвестиційного розвитку сільського господарства. Такий стан макроекономічного управління економікою сільського господарства у тривалій перспективі буде створювати значні проблеми для розвитку не лише його, а й усієї економіки і соціуму держави.

З метою створення необхідних засад для сталого розвитку сільського господарства необхідно, насамперед, сформуванню належну сільськогосподарську політику, використавши для цього позитивний досвід країн Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Це положення слід закріпити в національному законодавстві. Не можна погодитися з тим, що в національній економічній стратегії на період до 2030 р. і державній стратегії розвитку на 2021 – 2027 рр., затверджених постановами Кабінету Міністрів України, відсутні положення щодо сільськогосподарської політики, інвестиційного забезпечення розвитку сільського господарства та інвестиційних пріоритетів, системи її моніторингу та індикаторів [1; 2]. Мета цієї політики має полягати не в стільки в нарощуванні бюджетних коштів на підтримку сільського господарства, скільки в забезпеченні зростання притоку в сільське господарство економічних вартостей, насамперед, завдяки діяльності господарюючих суб'єктів. У зв'язку з цим у більшості держав ОЕСР через різноманітні механізми державного регулювання й підтримки забезпечується перевищення цін на реалізовану сільськогосподарську продукцію над вхідними цінами на виробничі ресурси, що споживаються, яке розглядається як підтримка товаровиробників. При цьому, випущена продукція і спожиті ресурси співставляються у цінах світових ринків. В абсолютній більшості держав співвідношення між вихідними і вхідними цінами сільськогосподарських виробників на продукцію і ресурси, як і частка їх підтримки, нині більше одиниці, що дозволяє виробникам формувати власні джерела фінансування інвестицій на розширене відтворення капіталу. В Україні ж це співвідношення поки що мінімальне або й незадовільне.

На основі цілей та пріоритетів належної сільськогосподарської політики слід формувати систему механізмів організаційно-економічного, цінового, фінансового, ресурсного наукового освітнього та іншого забезпечення інвестиційної діяльності в сільському господарстві. Особливо важливо призупинити процес зменшення участі малого агробізнесу в інвестиційних

процесах. Його частка у загальному обсязі капітальних інвестицій зменшується. В 2017 р. вона становила 42,9 %, 2018 – 37,6, а в 2019 р. – 32,5 %. Свою продукцію малі підприємства реалізують переважно ринковим посередникам за нижчими цінами, мають порівняно вищі ризики втрати продукції й майна через рейдерські захоплення, у них менші можливості кредитування й отримання державної підтримки. Підтримка і стимулювання інвестиційної діяльності суб'єктів малого агробізнесу мають бути одним з найважливіших завдань сільськогосподарської політики та антикризових заходів держави.

Велике значення буде мати вирішення проблеми незбалансованості економічних відносин між учасниками інвестиційних процесів у сільському господарстві, яка призводить до значних відмінностей у рівнях ефективності капіталу, що вкладається. Ця незбалансованість проявляється, зокрема, у: порівняно низьких ставках орендних платежів за земельні ділянки громадян і заниженому рівні оплати праці персоналу, а отже й рентабельності земельного і людського капіталу; перевищенні кредитних ставок над рівнем прибутковості більшості інвестиційних проектів у сільському господарстві, що призводить до відмови від них; завищених цінах на ресурси, які споживаються у сільському господарстві; значно занижених порівняно з внутрішніми і зовнішніми ринками цінах закупівлі посередниками сільськогосподарської продукції. Врегулюванню економічних відносин будуть сприяти індикативно або рекомендаційно встановлені для власників інвестиційних проектів, особливо тих по яких здійснюється державна підтримка, орієнтири інклюзивності, що сприятимуть встановленню рівних можливостей для усіх учасників проектів.

Також важливо орієнтувати учасників інвестиційних процесів на дотримання принципів інклюзивності з урахуванням вкладу і рівня ризиків учасників інвестиційних проектів. Наприклад, якщо за результатами проектного аналізу рентабельність конкретного проекту для суб'єкта господарювання складається на рівні 15 %, то в розрізі учасників цього проекту економічно доцільно дотримуватися таких співвідношень у проектній ефективності капіталу: по людському показник мав би бути вищим на 7 – 10 відсоткових пунктів; по земельному – оренда за ставкою 6 – 9 % (нині 3 – 5 %); інвестиційному – норма прибутку на авансований власником проекту капітал – 10 – 12 %; маржа постачальників ресурсів і послуг – нижче рівня окупності проекту, а покупців продукції – не вище, ніж на третину. Наведені показники є орієнтовними, проте дотримання за взаємною згодою учасників конкретного проекту цих принципів створюватиме умови для формування справедливих економічних відносин і прояву їх синергії, а врешті-решт – підвищення рівня макроекономічної ефективності інвестицій

Пріоритетами непрямого державного впливу на інвестиційні процеси мають бути вкладення в інвестиційну інфраструктуру, а також організаційна підтримка інвестиційних проектів, що відповідають природоохоронним і екологічним вимогам, мають значні соціальні й макроекономічні ефекти та реалізуються в закордонних логістичних сегментах національного експорту.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року / Постанова КМУ від 3 березня 2021 р. N 179 із змінами і доповненнями від 3 березня 2021 р. N 179. <https://ips.ligazakon.net/document/KP210179>.
2. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки / Постанова КМУ від 5 серпня 2020 р. № 695. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п>.

УДК 330.322.14

JEL Classification: E22

Кузьмінов М. В.,

старший викладач кафедри
маркетингу, менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини, м. Умань

**ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ:
ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Криза пандемії в останні два роки спричинила ускладнення економічних процесів та взаємовідносин між державою та країнами-партнерами, фінансовими інститутами та безпосередньо підприємствами. Це негативно відобразилось на міжнародному інвестуванні.

Варто відмітити, що переміщення капіталу має вагомий вплив на економіку як країни, що його вивозить, так і країни, яка його приймає. При збільшенні частки вивезеного капіталу за межі країни виникає дефіцит інвестиційних ресурсів, що негативно відображається на всіх галузях.

Міжнародний досвід демонструє те, що країни з перехідною економікою не спроможні вийти з економічної кризи без залучення та ефективного використання іноземних інвестицій. Для налагодження стабільності економічної системи в цілому Україна має дотримуватись нових пріоритетів в економічній, промисловій та науково-технічній політиці за рахунок інвестування.

Сьогодні Україна не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості [2].

Враховуючи сучасні умови ведення інвестиційної політики, які склались внаслідок світової пандемії, можна констатувати, що проблема залучення

міжнародного капіталу в економіку України є досить актуальною. Така ситуація вимагає пошуку інноваційних шляхів залучення інвестицій через створення та впровадження нових інвестиційних проектів в Україні.

Слід зазначити, що інвестиційний клімат держави формують багато різних факторів, а саме:

- політична стабільність суспільства;
- політико-правове середовище;
- рівень інфляції;
- нормативна бази підприємницької діяльності;
- відсоток оподаткування;
- стабільність фінансово-кредитної системи;
- екологічний стан в країні тощо.

Інвестиційна політики України характеризується скороченням капітального інвестування в економіку в останні роки. В 2020 р. рівень валового нагромадження основного капіталу (ВНОК) до ВВП склав лише 12,8 %, що стало історичним мінімумом з початку 2000-х років [4]. Капітальні інвестиції являють собою базову основу для стабільної та ефективної економіки, тому активізація їх притоку в нашу країну є надзвичайно актуальним [3].

Аналіз ситуації на міжнародному інвестиційному ринку демонструє значну недостачу додаткових інвестицій (необхідний розмір від 80 до 100 млрд. дол. США). Разом з тим, прямі іноземні інвестиції за тринадцять років незалежності становили лише 5,3 млрд. дол. США. Для порівняння, Польща та Чехія за аналогічний період отримали відповідно 5,1 млрд. дол. США та понад 20 млрд. дол. США [4].

Моніторинг інвестиційної політики України, проведений Міжнародною фінансовою корпорацією, демонструє те, що інвестиційна привабливість нашої країни значно відстає від інших країн, за показником легкості ведення бізнесу. За оцінкою експертів можна виділити дві основні причини гальмування процесу реформ – це повільні темпи прийняття змін на законодавчому рівні й незадовільне виконання прийнятих законів [4].

Інвестиції – це основа розвитку підприємств, галузей та економіки країни в цілому. Саме інвестиційна політика держави є головним фактором ефективного розвитку та стабільності економіки.

Отже, аналізуючи інвестиційну політику України, можна виокремити той факт, що сучасні обсяги залученого міжнародного капіталу є недостатніми для кардинального покращення економічної ситуації в країні.

Список використаних джерел

1. Гаврилюк О. В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України. *Фінанси України*. 2008. № 2. С. 68-81
2. Звіт Міжнародної фінансової корпорації за 2011 рік. URL: [http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/IC+report_2011UA/\\$FILE/IC_UA.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/IC+report_2011UA/$FILE/IC_UA.pdf)
3. Власюк В. Що не так з капітальними інвестиціями в Україні. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/6/673627>.

4. Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес. URL: <http://www.innovations.com.ua/ua/articles/opmanage/17816/rezultati-doslidzhennya-ifc-investicijniklimat-v-ukrajini>.

5. Федорець Л. М. Методичний підхід до оцінки ефективності зовнішньоекономічної та туристичної діяльності АПК регіону. *Агросвіт*. № 21. 2011. С. 10-14.

УДК 339.92

JEL Classification: F23

Ляховська О. В.,

канд. екон. наук, старший науковий співробітник
відділу проблем реального сектора економіки регіонів,
Державна установа "Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долишнього Національної академії
наук України", м. Львів

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ В МАШИНОБУДІВНОМУ СЕКТОРІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Машинобудування – один із ключових сегментів промисловості, що об'єднує діяльність близько 7304 підприємств (у 2019 році 15 % промислових підприємств) у роботі яких задіяно 318 тис. осіб (15 % від працівників промисловості) [1]. В останні роки у структурі машинобудівних виробництв суттєву роль почали відігравали міжнародні корпорації, які створили свої дочірні підприємства і виробничі підрозділи на території України. Зокрема, у 2020 році активно функціонували близько 18 дочірніх компаній відомих світових виробників машинобудівної продукції, які виробляли практично 10 % від реалізованої машинобудівної продукції в Україні (у 2020 році – 10,45 %), у їх діяльності було задіяно близько 10 % працівників (у 2020 році – 10,32 %), а фонд оплати праці становив більше 12 % (12,45 % – у 2020 році).

Лєвова частка ТНК функціонували у секторі виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів – 9 підприємств, що реалізували практично половину продукції цього сектору машинобудування, працевлаштували 19,30 % працівників, а фонд оплати праці становив близько 24,15 %. А також, у виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 2 підприємства, що реалізували 10,06 % продукції цього сектору машинобудування, у їх роботі було задіяно 9,78 % від кількості працівників, а фонд оплати праці становив 16,29 %. У інших секторах частка ТНК значно



Ляховська О. В. Конкурентні переваги транснаціональних компаній в машинобудівному секторі промисловості України. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 19 – 21.

менша: виробництвом машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань займались 5 підприємств ТНК, що реалізували 3,86 % продукції цього сектору машинобудування, у їх роботі було задіяно 1,64 % працівників, а витрати на оплату праці становили близько 0,72 %; виробництвом електричного устаткування займались 2 підприємства ТНК, що реалізували 2,28 % продукції цього сектору машинобудування, працевлаштували 5,45 % осіб, а виплати по заробітній праці становили 5,06 % від цього сектору [1; 2].

Функціонування ТНК на території України можна розглядати з двох сторін. З однієї – це очікування позитивного соціально-економічного ефекту: робочі місця, оплата праці, навчання персоналу, забезпечення соціальних виплат і податків, набуття позитивного досвіду роботи з новими технологіями і інноваційними рішеннями, можливість налагодження співпраці в плані постачання сировини, покупки продукції, обміну досвідом та інше. З іншої сторони – діяльність ТНК на території України може створити загрози для економіки: зростання конкуренції для вітчизняних виробників, зростання фінансової залежності від результатів діяльності ТНК (заробітна плата, податки інші соціальні платежі), використання природних ресурсів і забруднення екології та інше. Відповідно рівень впливу ТНК на економіку залежить від їх концентрації у виробництві і особливостей діяльності, а також, конкурентних переваг серед виробників, які функціонують на ринку.

До основних переваг ТНК у конкуренції з вітчизняними виробниками продукції машинобудування, можна віднести наступні:

- можливість швидкого формування інвестиційних ресурсів. В умовах глобалізації економіки ТНК стали конкурентними інвесторами у всіх сферах діяльності, завдяки можливості формування великих обсягів ресурсів шляхом об'єднання їх із локальних підприємств. Те, що компанії володіють такими ресурсами дозволило не тільки реалізувати створення дочірніх підприємств у різних країнах світу, але і стимулювання їх розвитку шляхом інвестування в інновації, технології, розширення виробництва та інше відповідно до стратегічних цілей ТНК;

- налагоджена співпраця з контр-агентами. ТНК мають налагоджені ринки збуту і співпрацю з постачальниками сировини у всьому світі, або ж виробляють сировину і реалізують продукцію самі (у власних виробничих підрозділах). Великим компаніям простіше сформувати сталу співпрацю з контр-агентами;

- трудові ресурси. Зазвичай працівники вибирають компанії, що можуть забезпечити хороші умови праці і стабільність. Відтак, ТНК спряють навчанню, обміну досвідом персоналу, фінансово мотивують і створюють комфортні умови праці;

- розвиток науки і технологій. Машинобудівні ТНК як правило володіють науково-дослідними, експериментальними центрами, а окрім того залучають до розробок науковців із своїх підрозділів (з різних країн), що дозволяє формувати якісні науково-технологічні розробки та інше.

Окрім вказаних конкурентних переваг, можна виділити окремі фактори, що відповідають специфіці виробництва. До прикладу, виробництво ТНК автомобілів в Україні поза конкуренцією, оскільки вітчизняних виробників залишилось дуже мало. Відтак, розвиток цього сегменту викликає ризик залежності від іноземного виробника. Або ж, виробництво електропроводки в Україні – один із найбільш привабливих сегментів для іноземних інвесторів. Вітчизняні виробники в цьому сегменті не можуть конкурувати з ТНК, оскільки ті мають налагоджені сталі зв'язки з покупцями продукції (до прикладу, світовими виробниками автомобілів). При цьому, найефективніший варіант виходу на зовнішній ринок – це створення вітчизняних ТНК і забезпечення реалізації їхньої продукції локально. Цьому сприятиме об'єднання та розширення виробництв (з повним циклом). Оскільки світова практика показує, що така форма співпраці набагато ефективніша і конкурентоспроможна на ринку (аніж дрібні виробники проміжної продукції).

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Clarity Project. Пошук організацій. URL: <https://clarity-project.info/edrs>

УДК 658.8

JEL Classification: D81

Мігай Н. Б.,

канд. екон. наук., доцент,
доцент кафедри економіки, обліку та підприємництва,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв

Боровик І. О.,

здобувач вищої освіти,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови функціонування та розвитку суспільного виробництва посилюють конкуренцію, впливають на впровадження та всезагальне використання інформаційних технологій для прискорення транзакцій у всіх



Мігай Н. Б., Боровик І. О. Методи управління логістичними ризиками підприємства. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 21 – 23.

сферах бізнес-процесів. Спонукають підвищувати вимоги до формування стратегій ведення бізнесу, до управління ланцюгом поставок готової продукції до споживача. Всі ці процеси спричиняють виникнення логістичних ризиків.

Логістичні ризики поділяють на: зовнішні ризики макросередовища підприємства (законодавчі вимоги, техніко-технологічні вимоги, структурні зрушення в економіці, стихійні лиха, форс-мажорні обставини тощо); ризики ланцюга постачань, які включають в себе логістичні операційні ризики. Виникають при закупівлі, виробництві і продажу нових товарів; ризики ланцюга постачань постачальників та клієнтів (ризики постачальників та їх підрядників, ризики компаній, що надають аутсорсингові послуги, ризики споживачів); внутрішні функціональні ризики підприємства (в цілому залежать від ефективності здійснення підприємством логістичних функцій, зокрема, зберігання, маркування, пакування, транспортування, документального супроводження відвантажень, здійснення розрахунків із контрагентами, ризики псування товарів, ризики недосконалості інформаційних технологій та програмного забезпечення, застосовуваних підприємством). Саме остання група ризиків є основним об'єктом ризик-менеджменту підприємства.

Управління ризиками в логістиці полягає у створенні та виконанні низки дій з виявлення чинників ризику, його аналізу та оцінювання, а також локалізації можливих негативних проявів [1, с. 293].

Основними методами попередження і зниження рівня логістичних ризиків науковці відносять диверсифікацію, страхування, резервування, уникнення, дисипацію та лімітування ризиків [2, с. 127].

Диверсифікація – полягає у розподілі інвестованих коштів різними об'єктами капіталу в логістичну систему, які між собою не пов'язані, це і сприяє зменшенню ризиків.

Лімітування – це встановлення певних (порогових) сум витрат при виконанні логістичних операцій, продажів. Застосовується підприємствами при продажі товарів у кредит, інвесторами при розрахунку внеску капіталу. Виступає переважно як метод обмеження ризику.

Страхування – це розподіл, передача можливих ризиків, які виникають, між контрагентами логістичної системи. Використовується зазначений метод згідно законодавства у різних країнах – подвійне страхування, перестрахування, самострахування.

Дисипація – це організація руху товару таким чином, що учасники логістичного ланцюга мали можливість максимально впливати на фактори ризику та сприяти зниженню наслідків настання несприятливої ситуації.

Уникнення ризику – є відмовою від визначених видів діяльності, сумісних із ризиками.

Крім, вище перерахованих методів управління ризиками (формальних), які найчастіше застосовуються підприємствами, існують ще й інші методи (неформальні). Серед них: підвищення ефективності діяльності власних менеджерів; оптимізація організаційної структури підприємства; налагодження та розвиток взаємовідносин із основними й додатковими логістичними

посередниками; відмова від послуг невідомих або сумнівних партнерів, ризикованих проектів; оцінка і виокремлення специфічних ризиків; компенсація ризиків, основана на застосуванні стратегічного планування, прогнозування діяльності та взаємовідносин із стейкхолдерами та контрагентами.

Таким чином, здійснюючи логістичну діяльність підприємство намагається уникнути негативного впливу імовірних ризиків. Ризики можна попередити або уникнути завдяки ефективній системі управління ними із використанням певного набору методів та інструментів прийнятних в конкретних умовах функціонування.

Список використаних джерел

1. Гринів Л. В., Вачіль О. П. Методи оцінки ефективності прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності// Вісник Прикарпатського університету. - Серія "Економіка". - 2015. - Вип. 11. - С. 292-296.
2. Ткач О. В. Напрями мінімізації ризиків логістичної системи підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності/ О. В. Ткач, Л. В. Гринів, Г. В. Михайлів // Причорноморські економічні студії. – 2020. - Вип. 51. – С. 125-130.

УДК 338.242:664

JEL Classification: O11

Пилипенко В. В.,

здобувач вищої освіти,

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

Беляєва Н. С.,

доцент кафедри менеджменту,

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

У розв'язанні продовольчої проблеми значне місце займає харчова промисловість, яка є заключним ланцюгом у виробництві продовольчої продукції. Вона має розгалужену структуру, потужний виробничий потенціал і може практично повністю забезпечити потреби населення у високоякісних продуктах харчування в широкому асортименті [1]. Проте



Пилипенко В. В., Беляєва Н. С. Проблеми і перспективи розвитку харчової промисловості в Україні. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 23 – 25.

внаслідок загострення економічної кризи виробничий потенціал харчової промисловості повністю не використовується. Вона зазнає великих труднощів у своєму дальшому розвитку та вдосконаленні.

Останніми роками здійснення заходів щодо дальшого реформування економіки призвело до деякого уповільнення темпів спаду виробництва продукції сільського господарства. Основною причиною спаду стало в останні роки скорочення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції. Слід зазначити, що криза призвела до скорочення випуску насамперед найнеобхідніших у фізіологічному відношенні продуктів харчування – м'яса, молока та продуктів їх переробки. Харчова промисловість змінилася у складному становищі. В більшості країн із розвинутою економікою на продовольчі продукти першої необхідності ставки податку на додану вартість значно зменшені або відсутні [2]. Триває зростання цін на внутрішньому ринку.

Перехід України до ринкових методів господарювання негативно позначився на аграрних галузях. Так, до проблем, які потребують вирішення, належать:

- зростання витратності виробництва, яке призводить до кредиторської та дебіторської заборгованості підприємств харчової промисловості;

- відсутність ринку страхових послуг, ефективної системи регулювання та підтримки виробництва харчових продуктів, що піддає доходи селянина коливанням цінової кон'юнктури, а відтак призводить до обігу продукції за тіньовими схемами;

- питання технічного переоснащення сільського господарства, оскільки за останні три роки забезпеченість галузі технікою зменшилася на;

- належне фінансування видатків на розвиток харчової промисловості;

- вдосконалення відносин власності в секторі харчової промисловості,

- формування розгалуженої інфраструктури ринків, зокрема, системи збуту сільськогосподарської продукції та інфраструктури банківських фінансових інститутів, удосконалення механізмів заставних закупівель та запровадження інтервенції на ринку зерна, створення правового поля щодо запровадження ф'ючерсної торгівлі базовими товарними активами (зерном, насінням соняшнику тощо);

- проведення активної інформаційної підтримки просування харчової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках і гармонізація системи стандартизації та сертифікації з міжнародними вимогами;

Важливою стратегічною метою розвитку харчового сектора України є розширення меж ринку збуту продукції.

Основні заходи вирішення проблем у харчовій промисловості:

- проведення підготовчих робіт з метою забезпечення оптимальних умов взаємозв'язку України із СОТ, удосконалення механізмів захисту внутрішнього ринку відповідно до вимог багатосторонньої міжнародної торговельної системи;

- гармонізація системи сертифікації та стандартизації з міжнародними вимогами; прискорення створення правового поля щодо системи гарантій виконання форвардних контрактів та розвитку ринку товарних деривативів з метою формування об'єктивних цінових індикаторів [3];

- запровадження сучасних ринкових механізмів стимулювання збільшення експорту продукції харчової промисловості та продовольства, вдосконалення його інфраструктури;

- створення умов для формування сприятливого інвестиційного клімату;

- забезпечення правових та інституційних передумов впровадження системи іпотечного кредитування з метою забезпечення середньо та довгострокових вкладень у виробництво;

Досліджуючи питання стану ринку м'яса та м'ясної продукції в Україні, було визначено, що стан даної галузі потребує втручання та рішучих дій зі сторони держави. Для вирішення проблем з рентабельністю сфери м'ясопереробки, підняття стандартів виробництва, забезпечення конкурентоспроможності національного виробника та збільшення поголів'я світських тварин необхідно створити програму розвитку для усіх галузей м'ясного ринку, яка б могла стимулювати покращення стану великотоварного виробництва, а також забезпечила б рівні умови для функціонування окремих селянських господарств та дрібнотоварного виробництва [4].

На нашу думку, ринок функціональних продуктів на Україні ще недостатньо розвинений, проте має досить значні перспективи для свого подальшого існування. Формування соціально-орієнтованої економіки вимагає вирішення стратегічного завдання – створення в Україні потужної харчової індустрії для забезпечення нормальної життєдіяльності населення, відновлення й збереження його здоров'я, вдосконалення сільськогосподарського виробництва, соціальної переорієнтації базових галузей промисловості країни, наповнення фінансами державного бюджету.

Виходячи з цього, розвиток харчової промисловості має бути пріоритетним напрямком економічної політики держави. Необхідно зорієнтувати цю галузь на одержання кінцевого результату діяльності всього АПК, щоб забезпечити значне підвищення його ефективності, стане на дійним джерелом поповнення державного бюджету і значних валютних надходжень.

Список використаних джерел

1. Проблематика продовольчої промисловості. URL: www.minagro.kiev.ua.
2. Стадницький Ю. І., Загородній А. Г. Розміщення продуктивних сил (теоретичні основи): навч. посіб. – К.: Знання, 2018. – 351 с.
3. Применение лактулозы, как функциональной добавки в производстве молочных продуктов / С. В. Танащук и др. *Молочное дело*. № 8. 2015.
4. Лишиленко В. І. Регіональна економіка: [для студ. вищ. навч. закл.] / В. І. Лишиленко – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 384 с.

УДК 338.43

JEL Classification: Q12

Сатир Л. М.,
д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,
Білоцерківський національний
аграрний університет, м. Біла Церква
Григоренко О. Б.,
здобувач вищої освіти,
Білоцерківський національний
аграрний університет, м. Біла Церква

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Системна характеристика економічної безпеки визначається використанням альтернативних варіантів розробки інформаційно-аналітичних систем управління безпекою підприємства, що включають: визначення та формулювання завдання, обґрунтування і прийняття рішень, контроль отриманих результатів, інформаційно-аналітична система управління, організаційне забезпечення.

Вищезазначене зумовлює актуальність реалізації системного і комплексного підходів до розробки інструментарію забезпечення та управління економічною безпекою підприємства: прогнозування, виявлення та оцінка загроз безпеки, вибрати інструментів їх відображення та аналізу, вибір базових стратегій і тактичних інструментів обґрунтування комплексу заходів щодо нейтралізації загроз і захисних заходів, моніторингу загроз і системи превентивних заходів, що забезпечують безпечний стан підприємства.

Системний підхід заснований на врахуванні кількості та якості внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків системи, динаміки їх змін у часі і просторі, виявленні та використанні інтеграційних властивостей системи, які є результатом внутрішнього взаємодії її компонентів і передбачає:

- а) систематичне дослідження й порівняння тих альтернативних дій;
- б) об'єктне і функціональне структурування системи;
- в) порівняння альтернатив;
- г) облік і аналіз невизначеностей [1, с. 492];
- д) ситуаційне моделювання варіантів рівня безпеки;
- е) вибір оптимальних методів і каналів здійснення захисних дій та інструментів захисту;
- ж) забезпечення моніторингу отриманих результатів, зворотний зв'язок і коригування механізму захисту.

Механізм захисту підприємства покликаний інституційно, організаційно та інформаційно забезпечити відображення різних об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів, а також постійно підтримувати цикли прогнозування, виявлення, попередження та запобігання впливу загроз, створення та збереження специфічних активів аграрних підприємств, формування умов розширеного відтворення та забезпечення конкурентних переваг [3, с. 109].

Сучасні умови господарювання характеризуються надзвичайною динамічністю і турбулентністю зовнішнього середовища функціонування підприємств, що визначає багатомірність, варіативність змісту таких систем, їх адаптивність.

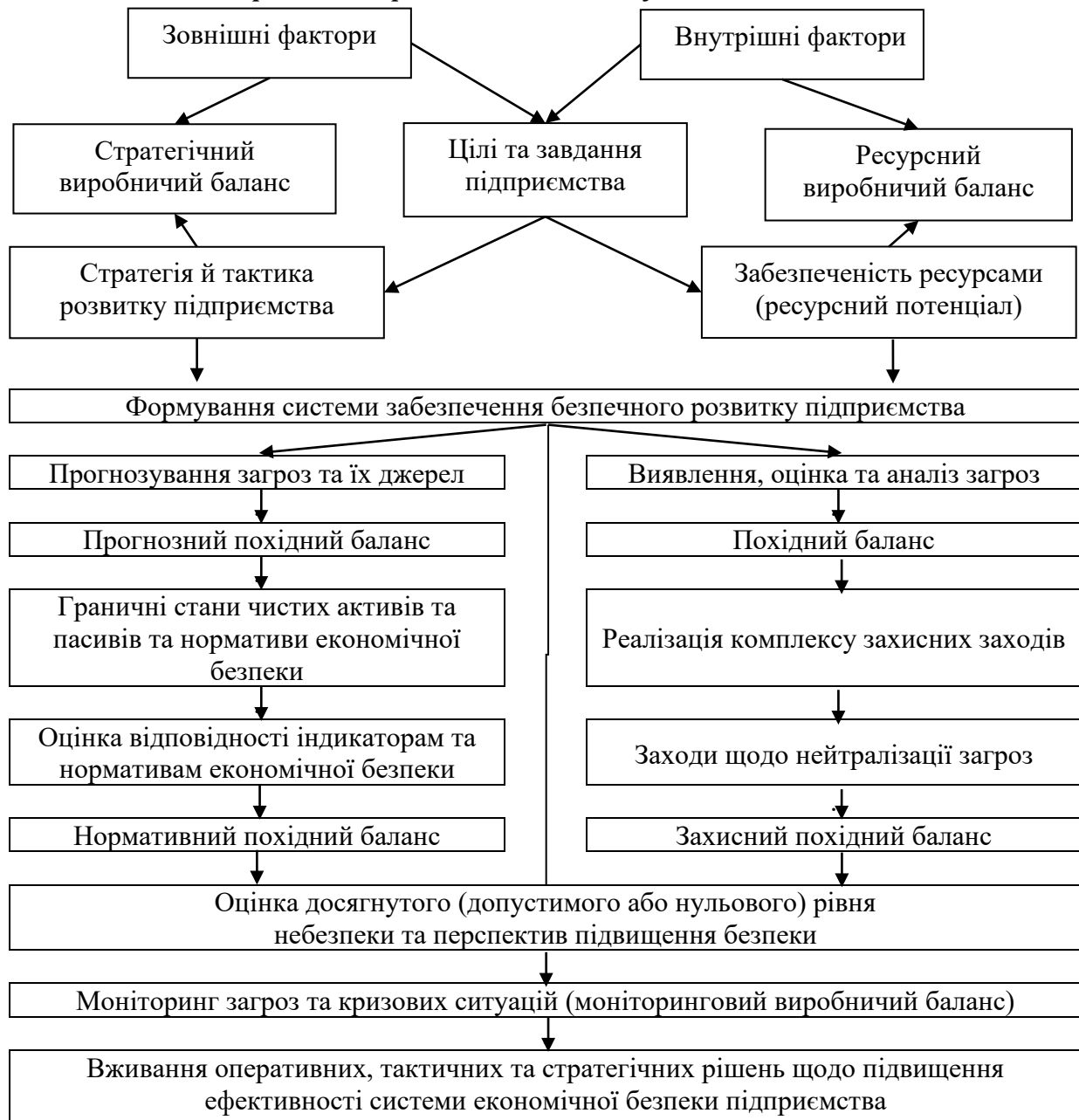


Рис. 1. Модель комплексної системи забезпечення економічної безпеки організації на базі використання адаптивних інструментів
Джерело: [2].

Адаптивність може забезпечуватись інтеграцією різноманітних інструментів адаптивного інжинірингу в залежності від розв'язуваних проблем в рамках єдиного економічного механізму з метою реалізації комплексного підходу до

адаптації. Функціонування економічного механізму адаптивних інструментів орієнтоване на захист чистих активів і пасивів, забезпечення позитивної динаміки агрегованих і дезагрегованих показників вартості організації (чистих активів і чистих пасивів) як індикаторів ефективності адаптивних заходів [4, с. 62 – 63]. Адаптивні інструменти можуть бути представлені системою похідних балансових узагальнень всіх ресурсів підприємства та джерел їх формування, які використовуються в ході реалізації її захисних функцій.

З урахуванням зазначених визначальних положень системного та комплексного підходів запропонована модель комплексної системи забезпечення економічної безпеки підприємства на базі використання таких адаптивних інструментів (рис. 1).

Формування комплексної системи забезпечення економічної безпеки організації пов'язано з використанням різноманітних інформаційних потоків внутрішнього і зовнішнього змісту (входи і виходи ресурсів, канали реалізації захисних дій і т. п.), що виникають при взаємодії організації з внутрішнім і зовнішнім середовищем її функціонування (постачальники, споживачі, конкуренти, держава, міжнародний ринок, навколишнє природне середовище, фінансово-банківські та інші організації, консалтингові компанії та інше). Тому при формуванні комплексної системи безпеки необхідно враховувати багато факторів: стан безпеки держави і суспільства в цілому; регіональні аспекти економічної безпеки; галузеві та технологічні особливості діяльності організації; організаційно-управлінську та виробничу структуру організації, види і масштаби діяльності; сегментарний політику організації і ступінь охоплення ринку; особливості інвестиційної та інноваційної діяльності організації; специфіку виникають в діяльності організації погроз і ризикових ситуацій, їх характеристики; інформаційні потреби власників, керівництва, менеджменту організації тощо.

Беручи до уваги перелічені фактори і інформаційні потоки зв'язків підприємства з внутрішнім та зовнішнім середовищем його функціонування, необхідно виділити три варіанти формування системи економічної безпеки: централізована система, децентралізована система і змішаний варіант системи економічної безпеки.

Формування спеціальної служби економічної безпеки на підприємстві залежить від розмірів підприємства та його можливостей. Як правило, підприємства малого бізнесу використовують послуги зовнішніх спеціалізованих установ (консалтингових, охоронних, детективних тощо). Середнім підприємствам доцільно застосовувати комбіновану систему економічної безпеки, спираючись на можливості та власні ресурси та, в міру необхідності, залучаючи потенціал зовнішніх організацій. Великим підприємствам рекомендовано створювати повноцінну систему економічної безпеки з власною службою та потужними ресурсами. Головна мета такої служби – постійна готовність до подолання кризової ситуації та протидія зовнішнім і внутрішнім загрозам [5].

Створення окремого відділу економічної безпеки в аграрних підприємствах зазвичай оцінюється як економічно недоцільне, оскільки вимагає додаткових витрат. Тому функції моніторингу економічної безпеки та обґрунтування заходів щодо її підвищення покладаються на головного економіста або керівника підприємства. Основним їх завданням у даній сфері є вчасне виявлення та ліквідація джерел загроз, розробка заходів з мінімізації їх впливу на функціонування підприємств.

Інформаційне забезпечення та підтримка формування й функціонування системи економічної безпеки передбачає формування інформаційної бази та інструментарію проведення аналітичних і контрольних процедур. Зацікавленими користувачами інформації виступають власники і керівництво організації, менеджмент організації, антикризові менеджери, маркетологи, фахівці зі зв'язків з громадськістю тощо.

Список використаних джерел

1. Козаченко А. В., Пономарев В. П., Ляшенко А. Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : монографія. Київ : Либра, 2003. 280 с.
2. Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 4. С. 41-45.
3. Королев М. И. Экономическая безопасность фирмы: теория, практика, выбор стратегии. Москва : Экономика, 2011. 284 с.
4. Лесняк В. В. Теоретические аспекты функционирования экономического механизма эволюционно-адаптивного производного. *Казанская наука*. 2013. № 4. С. 62-68.
5. Ляшенко А. Н., Ладыко И. Ю. Процессно-ориентированное управление экономической безопасностью предприятия. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво: зб. наук. пр.* Вип. 22, Ч. I. Луганськ : СНУ ім. В. Даля. 2010. С. 187-191.

УДК 338.43

JEL Classification: Q13

Смаркалова А. К.,
викладач кафедри "Експлуатація
портів і технологія вантажних робіт",
Одеський національний морський
університет, м. Одеса
Гайдаєнко З. В.,
здобувач вищої освіти,
Одеський національний морський
університет, м. Одеса

ІНСПЕКТУВАННЯ НАВАНТАЖЕННЯ ЗЕРНОВИХ ТА КОРМОВИХ ВАНТАЖІВ У КОНТЕЙНЕРИ

На сьогоднішній день понад 80 % світової торгівлі кормами та зерном відбувається з використанням стандартних проформ контрактів GAFTA, розроблених відповідно єдиної системи правил і принципів даної Асоціації [1].



Смаркалова А. К., Гайдаєнко З. В. Інспектування навантаження зернових та кормових вантажів у контейнери. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 29 – 32.

Згідно з даними правилами, трейдери повинні призначати компанію – суперінтенданта (від лиця покупця чи продавця), для виконання стандартних вимог Асоціації до інспектування і відбору проб в портах навантаження або вивантаження.

Популярність використання контейнерів при експорті насипних вантажів зростає у зв'язку з деякими перевагами, як, наприклад, широкий вибір лінійних перевізників та конкурентоспроможні ставки на перевезення, регулярний рух ліній, що дозволяє експортерам підготувати вантаж точно до постановки судна та знизити витрати на складування, а також можливість експорту товару невеликими партіями [2, с. 155 – 165].

Слід зазначити, що при перевезенні зернових і кормових вантажів морем у контейнерах, до їх інспекцій пред'являють ті самі вимоги, що й до перевезення великих партій морськими суднами.

Проведення інспекцій суперінтендантами регулюється Кодексом Правил GAFTA [3]. Інспекції виконуються представником компанії – незалежним інспектором, в наступній послідовності:

1. Інспекція чистоти та придатності контейнерів, які транспортно-експедиторська компанія подає для завантаження.

До початку процесу навантаження незалежний інспектор здійснює візуальний огляд кожного контейнера на предмет його відповідності вимогам перевезення, таким як чистота, сухість, герметичність, відсутність сторонніх запахів, слідів плісняви або іржі, а також відсутність залишків попередніх вантажів. Якщо контейнер не відповідає будь-якій із зазначених умов, суперінтенданта має право не допустити цей контейнер під завантаження.

2. Контроль вантажних операцій, а саме, безперервне спостереження за навантажувальними операціями і зовнішнім станом вантажу.

3. Інспекція повинна здійснюватися безперервно протягом усього процесу навантаження, з точки, яка максимально наближена до місця навантаження. Обов'язковим є дотримання всіх необхідних заходів безпеки. У ході навантаження інспектор візуально оцінює якість вантажу, що завантажуються – колір (чи не є вантаж сумішшю двох різних вантажів), розмір зерен або гранул, сухість, наявність сторонніх включень, забруднень або пошкоджень товару.

Точний час початку та закінчення навантаження мають бути зафіксовані.

4. Контроль процесу зважування відповідно до міжнародних правил GAFTA № 123.

Перед визначенням маси вантажу, завантаженого в контейнер шляхом зважування, інспектор зобов'язаний перевірити документи про останнє калібрування ваг. Ваги повинні бути розташовані на території складу, де відбувається навантаження. Незалежний інспектор повинен гарантувати, що контейнер був зважений порожнім, а після завершення навантаження кожен контейнер повернувся назад на ваги для зважування в завантаженому стані. Інформація про вагу порожнього контейнера, маса брутто і нетто має бути точно зафіксована інспектором.

5. Відбір проб згідно з міжнародними правилами відбору проб GAFTA № 124.

Відбір проб повинен проводитися регулярно і систематично, через певні проміжки часу одночасно з навантаженням, шляхом поперечного перетину вертикального рухомого потоку вантажу. Проби під назвою точкових чи одиничних повинні відбиратися ручним совком чи щупом. Вага кожної проби не повинна перевищувати 1 кг. Кількість одиничних проб, які мають бути відібрані, залежить від розміру загальної партії вантажу. Кожна проба має бути відповідним чином запакована, мати бирку із зазначенням номера контейнера, місцем та датою відбору, кількістю вантажу в партії, а також опломбована.

6. Моніторинг процесу фумігації.

Згідно з правилами GAFTA № 132, сторони зовнішньоторговельної угоди погоджуються про необхідність фумігації. Якщо фумігація необхідна, інспектор повинен переконатися не лише у факті її проведення, а також перевірити препарат, який використовують у процесі, а також його дозування.

7. Контроль відповідності всіх заявлених вимог для певної партії завантаженого вантажу.

Суперінтендант зобов'язаний гарантувати точне дотримання контрактних вимог усіма сторонами вантажного процесу.

8. Опломбування дверей контейнеру після закінчення навантаження.

На вимогу замовника послуг, інспектор проводить опломбування дверей контейнера, а також контролює та фіксує факт пломбування контейнерів лінійними пломбами.

9. Хімічні аналізи на відповідність якості завантаженого вантажу заявленим специфікаціям.

Незалежна лабораторія компанії-суперінтенданта виконує аналізи з використанням методів GAFTA, ISO, ДСТУ, ГОСТ відповідно до специфікації, яку надає принципал.

10. Видання сертифікатів відповідно виконаним інспекційним роботам.

За фактом закінчення навантаження інспектор видає "Звіт про навантаження" із зазначенням зафіксованої протягом усієї роботи інформації, на базі якої лінійний перевізник видає коносамент.

11. Фінальною стадією роботи суперінтенданта є видання сертифікатів згідно контракту.

Основними сертифікатами, які видаються, є сертифікат чистоти контейнерів, сертифікат ваги, пакувальний лист та сертифікат якості. Такі документи видаються на офіційному бланку компанії-суперінтенданта та засвідчуються мокрою печаткою і підписом. В усіх сертифікатах обов'язково вказується порт завантаження та порт вивантаження, найменування товару, загальна вага партії вантажу та дати, коли інспекція проводилася.

Про всі особливості ведення вантажних операцій, а також будь-які невідповідності незалежний інспектор зобов'язаний належним чином і своєчасно повідомляти замовника послуг.

Таким чином, суперінтенданти проводять обов'язкові інспекції на визначення придатності та відповідності поданих під завантаження контейнерів, а також стан та якість вантажу задля дотримання умов контрактів GAFTA, що, у свою чергу, мінімізує можливість втрат вантажу, а відповідно і коштів принципалів.

Список використаних джерел

1. Origins. GAFTA [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gafta.com/about>.
2. Корнієць Т. Є. Практика предоставления независимых инспекционных услуг при организации контейнерных перевозок шрота подсолнечного / Т. Є. Корнієць, А. К. Смаркалова. // Вісник Одеського національного морського університету. – 2019. – №59. – С. 155-165.
3. The GAFTA Approved Superintendents Scheme. Code of Practice for Superintendent Companies [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.gafta.com/write/MediaUploads/Trade%20Assurance/Code_of_Practice_for_Superintendents_Effective_01_04_2015.pdf.

УДК 336.02

JEL Classification: H12

Шкуропадська Д. Б.,
доктор філософії з економіки,
старший викладач кафедри економічної
теорії та конкурентної політики,
Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

АНТИКРИЗОВІ ЗАХОДИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Пандемія Covid-19 стала серйозною загрозою для стабільного економічного розвитку більшості країн світу. Світовий досвід свідчить, що будь-яка криза закінчується. Криза, пов'язана з пандемією Covid-19 також закінчиться, але наразі важливо підготуватися до негативних наслідків кризи, для зменшення їх масштабів та пом'якшення їх впливу на бізнес та рівень життя населення. Для підтвердження перебування економіки у стані рецесії використовуються загальнозовживані макроекономічні показники, ключовим з яких є реальний ВВП як класичний індикатор загального розвитку економіки. Динаміку приросту світового реального ВВП у 2015 – 2020 рр. наведено на рис. 1.

Згідно з даними Міжнародного валютного фонду, у 2020 році рівень світового реального ВВП знизився до -3,1 %, що майже на 6 % менше порівняно з докризовим 2019 роком (тоді рівень світового ВВП був 2,8 %). Подолання кризи вимагає проведення ефективної антикризової політики. Варто зазначити, що антикризовою політикою держави є діяльність органів

влади, яка спрямована на розробку та реалізацію заходів щодо обмеження масштабів поширення кризи, зменшення її тривалості та глибини, пом'якшення та подолання наслідків кризових ситуацій. Антикризова політика повинна здійснюватися шляхом узгодження усіх складових економічної політики держави. Кризові явища в економіці є свідченням наявності внутрішніх і зовнішніх дисбалансів, для протидії яким необхідна реалізація ефективних антикризових заходів. На рис. 2 наведені ключові антикризові заходи підтримки розвитку національної економіки.

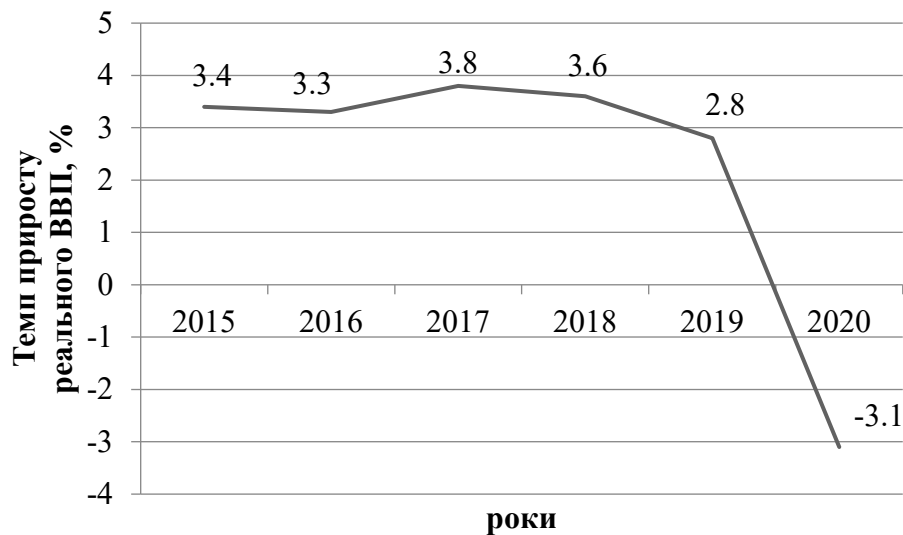


Рис. 1. Темпи приросту світового реального ВВП у 2015 – 2020 рр.
Джерело: [1].



Рис. 2. Антикризисні заходи підтримки розвитку національної економіки

Зіткнувшись із пандемією Covid-19 уряди країн перейшли до реалізації політики, спрямованої на пом'якшення наслідків поширення коронавірусної інфекції, що насамперед полягала у підтримці населення та бізнесу в умовах необхідного призупинення економічної діяльності та падіння рівня доходів. Ключовими антикризовими заходами стали підтримка рівня доходів різних груп населення (переважно малозабезпечених сімей, безробітних), підтримка зайнятості, пом'якшення податкових умов та зобов'язань з обслуговування кредитної заборгованості. Важливою частиною урядових програм стало надання допомоги найбільш постраждалим галузям економіки, особливо малим і середнім підприємствам. Масштаб витрат на реалізацію антикризових заходів у різних країнах відповідав обсягу їх фінансових ресурсів, які можна було знайти та витратити без ризику стрибка інфляції, знецінення доходів громадян і фінансової дестабілізації.

Список використаних джерел

1. International Monetary Fund. IMF Data Mapper. Real GDP growth. 2021. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPRPCH@WEO/WEOWORLD>.

СЕКЦІЯ 2. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 336.02

JEL Classification: H12

Панфілова Т. О.,

канд. екон. наук, старш. наук. співроб.,
 провідний науковий співробітник сектору
 міжнародних фінансових досліджень,
 Державна установа “Інститут економіки
 та прогнозування Національної
 академії наук України”, м. Київ

ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІР АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Тривалість періоду нестабільності розвитку глобальної економіки в умовах хвилеподібної пандемії COVID-19 та пов'язані кризові явища дозволяють здійснювати попередні оцінки фінансових ресурсів, пов'язаних з реалізацією антикризових заходів, а також глибини падіння та перспектив відновлення сталого економічного зростання.

Так, осіння хвиля пандемії 2021 року посилює ймовірність песимістичного сценарію глобального зростання і актуалізацію вторинних шоків фінансового характеру. За прогнозом ЮНКТАД у 2021 році світове виробництво збільшиться на 5,3 % та у 2022 році – на 3,6 %. Кумулятивні втрати доходу за 2020 – 2021 роки оцінюються в розмірі близько 10 трлн доларів США. За оптимістичним прогнозом світове виробництво повернеться до тенденції зростання 2016 – 2019 років лише до 2030 року [1, с. 2]

Станом на березень 2021 року уряди в усьому світі виділили 16 трлн доларів на фінансові стимули, що еквівалентно приблизно 19 % світового валового продукту в 2020 році [2, р. 4]. Наприклад, фіскальні стимули поділяються на дві основні категорії: (а) додаткова сума державних витрат на товари, послуги та інвестиції. Це прямі вливання в сукупний попит; (б) трансферти (включаючи субсидії та допомоги по безробіттю) від уряду приватному сектору, за вирахуванням податків і внесків на соціальне забезпечення (після врахування знижок і відстрочок). Це доповнення до потоку доходів для приватного сектора.

Фіскальні стимули більшості країн, що розвиваються, були значно меншими. Наприклад, фіскальні стимули найменш розвинених країн становили лише 2,1 % їх ВВП, тобто одну дев'яту середньосвітового показника.

В умовах пандемії загальносвітовий борг (державний борг і борг нефінансового приватного сектора) збільшився у 2020 році на 14 % до рекордно високого рівня 226 трлн дол. Обсяги зовнішнього боргу країн, що

розвиваються, досягли 11,3 трлн дол. США у 2020 році, що на 4,6 % більше, ніж у 2019 році та в 2,5 рази більше, ніж у 2009 році (4,5 трлн доларів). Державний борг становить 88 трлн дол., що складає близько 100 % світового ВВП. Очікується, що у 2021 та у 2022 роках державний борг зменшуватиметься приблизно на 1 процентний пункт ВВП щороку, а після цього він має стабілізуватися на рівні приблизно 97 % [1, с. 22].

Антикризові методи та заходи прийнято виокремлювати за сферами повноважень відповідних національних регуляторів – національних банків, міністерств фінансів та інших регуляторних органів. Наприклад, національні банки в межах своїх повноважень забезпечують фінансову стійкість банківської системи, платіжної системи, грошово-кредитного і валютного ринку методами макропруденційної та монетарної політики. Стійкість державних фінансів забезпечується інструментами фіскальної та боргової політики. Зокрема видатків бюджету, пов'язаних із підтримкою сфери охорони здоров'я, доходів населення, підтримки реального сектору економіки, – на законодавчому рівні були зняті обмеження щодо дефіцитів державних бюджетів, граничної величини співвідношення державного боргу і ВВП.

Забезпечення стійкості національних фінансових систем в умовах пандемії COVID-19 у більшості країн світу здійснювалося переважно в площині повноважень Центробанків (національних банків) методами та інструментами монетарної, валютної та макропруденційної політики.

Зокрема основним завданням аналізу довгострокової стійкості державних фінансів є виявлення тих ризиків, які в перспективі можуть викликати перегляд бюджетної політики та її параметрів в довгостроковій перспективі. Основні індикатори формуються з використанням фіскальних правил національного й наднаціонального рівнів.

Ключове положення щодо сутності фінансової стійкості, криється у словосполученні “діапазоні стабільності”: “Фінансова система знаходиться в діапазоні стабільності, коли вона здатна сприяти (а не перешкоджати) функціонуванню економіки та розсіювати фінансові дисбаланси, що виникають ендегенно або внаслідок значних несприятливих та непередбачуваних подій” [1, с. 8]. Саме діапазон стабільності є основою виміру фінансової стійкості за допомогою груп показників та їх граничних меж відповідно до складових елементів фінансової системи. Наближення величин певних показників до таких меж означає, що фінансова система втрачає здатність виконувати свої функції, що потребує вжиття антикризових заходів. Термін “розсіює фінансові дисбаланси” означає рух по континууму у напрямку стабільності – подалі від граничних меж [2].

Оцінка фінансових ризиків здійснюється з метою виявлення потенційних порушень у фінансових системах. Порушення функціонування однієї з ланок або сфер фінансової системи може підірвати стабільність всієї системи, і навпаки, якщо система досить ефективно функціонує, виникнення проблем в одній зі сфер або ланок необов'язково є загрозою для загальної стабільності фінансової системи [3]. Різні види ризику вимагають прийняття спеціалізованих антикризових заходів фінансової політики.

Система показників-індикаторів, які формуються в кожній країні дозволяє завчасно сигналізувати про потенційні загрози та вживати заходів щодо їх запобігання [4]. При цьому для забезпечення адекватної оцінки фінансової стійкості країни слід аналізувати використовувані індикатори у динаміці протягом як мінімум 4 – 5 років. Якщо розраховані значення індикаторів визнаються як небезпечно близькі до порогових значень, необхідне вжиття антикризових заходів, спрямованих на повернення величин індикаторів до прийняттого діапазону стабільності.

Концептуальні основи реалізації методів та інструментів забезпечення фінансової стійкості в межах компетенції міністерства фінансів визначаються основними засадами фіскальної (бюджетно-податкової) політики та управління державним боргом.

Список використаних джерел

1. Trade and Development Report 2021. From Recovery to Resilience: the Development Dimension. UNCTAD/TDR/2021. 89 p.
2. World Economic Situation and Prospects as of mid-2021. United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2021. P. 4.
3. Подкуйко М. С. Финансовая стабильность стран в условиях глобализации. *Финансовые исследования*. 2007. № 15. 2007. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-stabilnost-stran-v-usloviyah-globalizatsii>.
4. Громова А. С. Финансовая устойчивость и безопасность бюджетной системы как ключевые факторы развития национальной экономики. *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. 2012. № 1 (17). С. 154-160.

УДК 336.02

JEL Classification: H12

Хорошко М. Д.,
Белорусский государственный
университет, г. Минск

ПОНЯТИЕ ГЛОБАЛЬНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КРИЗИСА И ЕГО ВЗАИМОСВЯЗЬ С НАЦИОНАЛЬНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ СТРАН

Мир в настоящее время вступил в эпоху глобального общесистемного цивилизационного кризиса, который затронул каждый континент, каждую страну, каждого человека. Участвовавшие мировые экономические кризисы, преддефолтовая ситуация в отдельных странах Европы – это всего лишь



Хорошко М. Д. Понятие глобального международного кризиса и его взаимосвязь с национальными интересами стран. *Антикризисные мероприятия в условиях экономической нестабильности* : материалы Международной научно-практической конференции (Одесса, 26 ноября 2021 г). Одесса : Восточноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 37 – 38.

внешнее проявление глобального кризиса. Истинные причины его находятся глубже и проявляются практически во всех сферах человеческого бытия.

Наука может решить достаточно много глобальных противоречий и вывести современную цивилизацию из всеобщего мирового кризиса. Однако, для этого должна быть создана иная общественно-политическая среда, суть которой заключается в том, что имеет место постоянный процесс расширенного воспроизводства нравственности. Только в этом случае можно добиться сближения социальных целей индивидуума и целей развития государства и экономики. Вся деятельность государства и власти должна быть направлена на расширенное воспроизводство высоконравственных идеалов общества, что отражается на социальной и политической ситуации.

Основным субъектом международных отношений является суверенное государство, одной из основных характеристик которого, важных с точки зрения взаимоотношений с другими субъектами, являются национальные интересы. Понятие национальных интересов является комплексным и имеет сложную структуру. Эта структура динамична и во многом представляет собой функцию внутренних потребностей государства в обеспечении постоянно растущего уровня жизни общества в условиях безопасности. Практически для всех государств актуальны проблемы доступа к энерго- и другим сырьевым ресурсам, расширения коммуникационных возможностей. Все большую остроту для некоторых стран приобретает проблема перенаселения и занятости.

Как особый вид национальных интересов следует сразу рассматривать стремление государства обрести реальную международную субъектность в сфере межгосударственных отношений и столь же реальный суверенитет в вопросах внутренней политики. Данный вид национального интереса присущ не только периоду освобождения той или иной нации от колониальной или полуколониальной зависимости, хотя на тот период он представляется одним из наиболее характерных. Гипертрофия этого интереса часто, особенно в нынешний исторический период, проявляется в форме национализма и сепаратизма. Этот вид интереса присущ отношениям и между формально суверенными, состоявшимися государствами.

В реальных условиях существования мирового сообщества во все периоды его развития наблюдается разрыв между декларируемыми и даже закреплёнными в международно-правовом порядке принципами равенства и справедливости в отношениях между народами и государствами и практикой их реализации. Даже во имя самых высоких принципов сильное государство не в состоянии избежать искушения использовать, конечно же в свою пользу, преимущество своего статуса и потенциала во взаимоотношениях с более слабыми партнерами. Так было и будет всегда, а следовательно, противоречия между сильными и слабыми, стремление устранить их останутся одной из наиболее сильных мотиваций в коллизиях интересов.

Список использованных источников

1. Фадеев В. Н. Истоки глобального международного кризиса. *Вестник Московского университета*. 2016. № 4. С. 189-196.
2. Егоров В. Кризис и качество международных отношений. *Кризис и качество международных отношений*. 2003. С. 1-160.

СЕКЦІЯ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 657.1

JEL Classification: M41

Дем'яненко К. О.,
здобувач вищої освіти,
Криворізький національний
університет, м. Кривий Ріг
Науковий керівник:
Шепелюк В. А.,
доцент, канд. екон. наук,
старший викладач кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та адміністрування,
Криворізький національний
університет, м. Кривий Ріг

**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО
АУТСОРСИНГУ ЯК МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ**

Аутсорсинг (out – зовнішній, source – джерело, ресурс) – метод оптимізації діяльності підприємства за рахунок концентрації зусиль на основному предметі діяльності та передачі функцій, що не є профільними для підприємства, та корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям. Сутність аутсорсингу полягає в розподілі функцій бізнес-системи згідно з принципом “залишаю собі тільки те, що здатен зробити краще за всіх, передаю зовнішньому виконавцю те, що він виконує краще за інших” [1].

Найбільш поширеними видами аутсорсингу є бухгалтерський, юридичний, кадровий, інформаційно-технологічний, логістичний та аутсорсинг персоналу.

Однією з галузей аутсорсингу, яка на даний момент активно розвивається в Україні, є – бухгалтерський, попит на який здебільшого формується за рахунок компаній малого бізнесу, а також холдингів. Так як ринок бухгалтерського аутсорсингу в Україні тільки формується, то компанії, що надають професійні послуги з ведення бухгалтерського обліку, виконують лише певні види робіт [2].

Бухгалтерський аутсорсинг полягає у винесенні функцій, пов'язаних з організацією, веденням бухгалтерського обліку та складанням звітності на підприємстві, передачу їх для виконання аутсорсингу. Вартість аутсорсингу бухгалтерських послуг залежить від ряду факторів: від виду діяльності

підприємства, системи оподаткування, кількості працівників, обсягу документообігу, наявності нестандартних операцій і т.д. Проте, підприємство, зацікавлене у послугах з ведення бухгалтерського обліку, повинно здійснити детальний аналіз потреб і засад впровадження даного виду послуг, а також оцінити можливі ризики [3].

Перевагами аутсорсингу бухгалтерських послуг з позиції підвищення ефективності управління підприємством є: економія витрат на утримання власної бухгалтерії, обладнання робочих місць, програмне забезпечення, фінансування тренінгів та курсів підвищення кваліфікації; конфіденційність (з аутсорсинговою компанією обов'язково укладається договір, в якому прописується гарантія дотримання конфіденційності, відповідальність за проведену роботу); безперервність процесу ведення обліку, оскільки виключається потреба в заміні бухгалтера на період відпустки або його відсутності; комплексний підхід (для обслуговування клієнтів залучаються фахівці, що дає можливість клієнту приймати збалансовані і правильні рішення); компетентність (у аутсорсингових компаніях діє системи подвійного контролю, що в значній мірі знижує ймовірність помилки і штрафів; передача ризиків і відповідальності за правильність ведення бухгалтерського обліку, можливість компенсувати понесені збитки при наявності помилок).

Однак, незважаючи на значні переваги аутсорсингу бухгалтерського обліку, існують певні ризики, пов'язані з таким рішенням підприємства, а саме: ризик витоку інформації, ризик припинення роботи постачальника послуг та лише формальне виконання обов'язків, адже звіти, підготовлені аутсорсером, лише виконання зобов'язань перед контролюючими органами, у той час як передусім перед бухгалтерським обліком ставляться інші завдання. Але, при правильному формуванні та оформленні договору про співробітництво з аутсорсинговою компанією дані ризики можуть бути нівельовані.

На загальнодержавному рівні основними перешкодами для розвитку аутсорсингу є недостатня підтримка держави, відсутність відповідних регулюючих нормативно-правових актів, складність контролю за діяльністю аутсорсера, непередбачуваність його економічного стану, ненадійність партнерських відносин, витік інформації. Щодо переваг, які роблять Україну привабливою для здійснення аутсорсингових операцій, є значна кількість незайнятих кваліфікованих кадрів, нижча оплата праці, ніж в зарубіжних країнах та достатньо високий рівень володіння іноземними мовами [4].

Аутсорсинг в рівній мірі володіє як перевагами, так і недоліками. Таким чином, помилково вважати, що аутсорсинг є вигідною стратегією в будь-якій ситуації. Безумовно, частина недоліків можна нівелювати на етапах, що передують безпосередньо реалізації проекту. Однак частина недоліків не підлягає згладжуванню, отже, їх необхідно враховувати і здійснювати детальний аналіз кожної конкретної ситуації з метою прийняття рішення про аутсорсинг – процесу або функції.

Бухгалтерський аутсорсинг дає можливість значно оптимізувати витрати бізнесу, зробити його більш мобільним і прибутковим. Актуальною залишається

проблема визначення засобів господарсько-правового регулювання для впливу на аутсорсингові відносини, а також розроблення спеціального законодавства для стимулювання використання аутсорсингу українськими підприємствами у своїй господарській діяльності, що буде позитивно відбиватися на національній економіці. І тому, саме бухгалтерський аутсорсинг має всі можливості й надалі розвиватися і набувати перспективного напрямку розвитку бізнесу в Україні.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність : Закон України від 07 вересня 2001 р. // ВВР. – 2001. – № 9.
2. Поплюйко А. М. Бухгалтерський аутсорсинг: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні / А. М. Поплюйко // Фінанси, облік і аудит. – 2011. – № 18. – С. 335-340.
3. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – № 54. – С. 173-182.
4. Безручук С. Л. Переваги та недоліки надання послуг з бухгалтерського обліку. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/93815/90201>.

УДК 657.372.3

JEL Classification: M49

Сук П. Л.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри обліку і оподаткування,
Відокремлений підрозділ Національного університету
біоресурсів і природокористування України “Ніжинський
агротехнічний інститут”, м. Ніжин

ВИКОРИСТАННЯ ПЕРІОДІВ РОЗПОДІЛУ АМОРТИЗАЦІЇ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ

Необоротні активи з часом і при їх використанні втрачають фізичні і моральні якості, а тому їх вартість необхідно розподіляти по періодах використання через нарахування амортизації.

Амортизація – це процес розподілу вартості необоротних активів протягом певних періодів.

Амортизаційний період – це термін часу, протягом якого здійснюється нарахування амортизації.



Сук П. Л. Використання періодів розподілу амортизації необоротних активів. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 41 – 44.

Відповідно до принципу періодичності розподіл діяльності підприємства здійснюється на певні періоди з метою складання фінансової звітності [1; 2].

Згідно принципу нарахування доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення незалежно від часу надходження або сплати грошових коштів (грошей) [2]. Цей принцип передбачає відповідність доходів і витрат, бо здійснені витрати за період повинні відповідати отриманим у цьому періоді доходам.

Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” (ст. 13) визначено звітним періодом для складання фінансової звітності календарний рік. Проміжна фінансова звітність складається за результатами першого кварталу, першого півріччя, дев’яти місяців. Крім того, відповідно до облікової політики підприємства фінансова звітність може складатися за інші періоди [1].

Підприємства, які складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, складають проміжну фінансову звітність, яка охоплює відповідний період (І квартал, перше півріччя, дев’ять місяців), наростаючим підсумком з початку звітного року у складі балансу та звіту про фінансові результати [2, п. 1].

Фінансова звітність підприємства, а також звітність в управлінському обліку може складатись на будь-який день звітного періоду. Тому можна запровадити будь-який період розрахунку амортизації необоротних активів.

П(С)БО 7 “Основні засоби” встановлено звітними періодами для нарахування амортизації необоротних активів рік і місяць. Пунктом 29 П(С)БО 7 “Основні засоби” передбачено, що нарахування амортизації проводиться щомісячно.

При застосуванні прямолінійного методу місячна сума амортизації визначається діленням річної суми амортизації на 12. У разі застосування методів зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості та кумулятивного місячна сума амортизації визначається діленням суми амортизації за повний рік корисного використання на 12.

Згідно п. 23 ПСБО 7 строк корисного використання (експлуатації) об’єкта встановлюється підприємством (у розпорядчому акті) при визнанні цього об’єкта активом (при зарахуванні на баланс).

П(С)БО 7 “Основні засоби” (п. 29) визначено, що нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому об’єкт основних засобів став придатним для корисного використання. Нарухування амортизації при застосуванні виробничого методу починається з дати, що настає за датою, на яку об’єкт основних засобів став придатним для корисного використання.

Нарухування амортизації припиняється, починаючи з місяця, наступного за місяцем вибуття об’єкта основних засобів, переведення його на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію. Нарухування амортизації

при застосуванні виробничого методу амортизації припиняється з дати, що настає за датою вибуття об'єкта основних засобів [3].

Аналогічно до України визначені дати початку і припинення нарахування амортизації необоротних активів в Росії [4, пп. 21, 22].

Згідно МСБО 16 “Основні засоби” амортизацію активу починають, коли він стає придатним для використання, тобто коли він доставлений до місця розташування та приведений у стан, у якому він придатний до експлуатації у спосіб, визначений управлінським персоналом. Амортизацію активу припиняють на одну з двох дат, яка відбувається раніше: на дату, з якої актив класифікують як утримуваний для продажу (або включають до ліквідаційної групи, яку класифікують як утримувану для продажу) згідно з МСФЗ 5 “Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність”, або на дату, з якої припиняють визнання активу [5, п. 55].

Статтею 145 п. 1 Податкового кодексу України для нарахування амортизації визначено 16 груп необоротних активів і мінімально допустимі строки їх корисного використання [6].

В США в податкових цілях для нарахування амортизації необоротних активів використовують Модифіковану систему прискореного відновлення витрат (МСПВВ, англ. Modified accelerated cost recovery system, MACRS). Відповідно до цієї системи активи поділено на класи, а в кожному класі встановлено строк амортизації і суму амортизації за рік [7; 8].

Згідно Податкового кодексу Російської Федерації [9, ст. 259] для нарахування амортизації майно поділяється на 10 амортизаційних груп, по яких встановлено строки його корисного використання.

Таким чином, амортизацію необоротних активів можна розраховувати по таких періодах: роки, 9 місяців, півріччя, квартали, місяці, тижні, дні.

На прикладі розглянуто розрахунок амортизації за періодами прямолінійним методом амортизації.

Приклад. Основні засоби первісною вартістю 102000 грн, строк експлуатації – 10 років, ліквідаційна вартість – 2000 грн. Отже, вартість НА, що підлягає амортизації, буде 100000 грн (102000 грн – 2000 грн = 100000 грн).

Розрахуємо амортизацію за рік: $100000 \text{ грн} : 10 \text{ років} = 10000 \text{ грн}$. За півроку амортизація дорівнює – 5000 грн ($10000 : 2 \text{ півріччя} = 5000 \text{ грн}$). Якщо розрахувати суму амортизації за квартал, то отримаємо – 2500 грн ($10000 \text{ грн} : 4 \text{ квартали} = 2500 \text{ грн}$). За місяць сума амортизації становить – 833,33 грн ($10000 \text{ грн} : 12 \text{ місяців} = 833,33 \text{ грн}$).

За 9 місяців амортизація становить – 7500 грн ($833,33 \text{ грн} \times 9 \text{ місяців} = 7500 \text{ грн}$). Або визначимо по-іншому – 7500 грн ($2500 \text{ грн} \times 3 \text{ квартали} = 7500 \text{ грн}$).

За тиждень сума амортизації буде такою – 192,31 грн ($10000 \text{ грн} : 52 \text{ тижні} = 192,31 \text{ грн}$).

Щоденна сума амортизації становитиме – 27,40 грн ($10000 \text{ грн} : 365 \text{ днів} = 27,40 \text{ грн}$).

Отже, амортизацію необоротних активів можна визначати за такі періоди: рік, 9 місяців, півроку, квартал, місяць, тиждень, день і ін. Фінансову і управлінську звітність для потреб користувачів можна скласти на будь-яку дату звітного періоду.

Використання відповідного періоду для амортизації необоротних активів сприятиме більш точному підрахунку собівартості продукції. Адже вартість необоротного активу потрібно перерозподілити таким чином, щоб дотримувались принципи бухгалтерського обліку і фінансової звітності, зокрема періодичності і нарахування. У фінансовому обліку періоди встановлені законодавством, а в управлінському обліку керівництво підприємства може встановлювати різні періоди для амортизації необоротних активів для формування звітів відповідно до потреб управління виробничим процесом. В бухгалтерському обліку потрібно визначити такі періоди для розподілу вартості необоротних активів, які б дали змогу правильно вирахувати витрати, доходи і фінансовий результат за певний період.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” : Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби” : Наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
4. Положение по бухгалтерскому учёту “Учёт основных средств” ПБУ 6/01 : Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 30 марта 2001 г. № 26н. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=199487&fld=134&dst=100011,0&rnd=0.7550347104001115#04149534261205524>.
5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 “Основні засоби”. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014.
6. Податковий кодекс України : Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
7. The Mathematics of MACRS Depreciation. URL: <http://www.milefoot.com/math/businessmath/topics/macrs.htm>.
8. MACRS depreciation definition. URL: <https://www.accountingtools.com/articles/what-is-macrs-depreciation.html>.
9. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая : Федеральный закон Российской Федерации от 13.07.2015 г. № 214-ФЗ, № 232-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ad6e31e62418ce6768a1215342837d033553217e.

УДК 336.74

JEL Classification: E41

Царук О. Р.,

здобувач вищої освіти,

Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ**Науковий керівник:****Долішня Т. І.,**

канд. екон. наук, доцент,

Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ

ПОРЯДОК ЕФЕКТИВНОГО КЕРУВАННЯ РУХОМ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Керуючи грошовими коштами підприємства здебільшого мають на меті зменшити ймовірність їх нестачі, яка часто виникає через перевищення використання коштів над їх надходженням. У такому випадку суб'єкти господарювання повинні бути найбільше зосереджені на результатах керування оборотними коштами, визначенні відповідної суми, яка необхідна для ведення діяльності, керування запасами та планування майбутнього руху коштів для раціонального користування ними впродовж запланованого періоду.

Насамперед, актуальність даного питання полягає у тому, що позитивний рух грошових коштів є головним елементом для росту підприємства, його фінансової стабільності впродовж всієї діяльності та гарантією максимального значення вартості капіталу.

Метою керування рухом грошових коштів є забезпечити фінансову стабільність та ріст підприємства завдяки створенню рівноваги між грошовими надходженнями та використаними коштами, заповненням відповідної звітності на основі якої можна здійснити глибокий аналіз даного руху.

Керування рухом грошових коштів базується на таких загальновідомих принципах:

- інформативної вірогідності;
- забезпечення збалансованості;
- забезпечення ефективності;
- забезпечення ліквідності [1, с. 300].

Проблематика руху грош. коштів та їх присутність на підприємстві неодноразово розкривалася вченими, проте практична більшість із досліджень містить тільки поодинокі судження, які стосуються удосконалення ведення обліку грошей. На жаль, дані варіанти не дають чіткого вирішення проблеми, отже в цьому випадку варто зайнятися розробкою алгоритму, який дозволить забезпечити досягнення суб'єктом господарювання своїх цілей щодо обліку грош. коштів та у подальшому сприятливо позначитися на його стані відображення.

По-перше, початковим пунктом у порядку результативного керування коштами вважаю є дослідження джерел надходження коштів, їх структури та коливання руху. Ці елементи дадуть змогу дізнатися напрями оборотів в сторону зростання або ж спадання капіталу за даними попередніх періодів та окреслити сприятливі обсяги, будову оборотних компонентів, як наслідок, досягнути балансу та потрібного розташування.

По-друге, попередній пункт доречно доповнити невід’ємною складовою – це напрямки використання коштів. Адже, для загального балансу разом із надходженнями повинні існувати витрати. Даний аналіз дозволить розкрити структуру використаних грошових коштів, дати оцінку обсягу залучених фінансів відповідно до їх спрямувань.

По-третє, детальне вивчення аналітичних рахунків суб’єкта господарювання дозволить конкретно ідентифікувати, а також відслідкувати, який тип витрат чи доходів був використаний у процесі господарювання. Вище зазначені пункти варто виділити, оскільки вони підходять для усіх з урахуванням того, що підприємства відрізняються різноманітною специфікацією, сферами та видами діяльності відповідно до кожного застосовується унікальне управління спрямоване безпосередньо для них.

По-четверте, варто акцентувати увагу на дослідженні дієвості показників, які характеризують фінансове становище суб’єкта господарювання згідно з використаними оборотними коштами. Глибокий та повний аналіз цих показників дозволить розкрити, яка оборотна частина грошових коштів може знадобитися для досліджуваного суб’єкта. Встановити безпечну норму використання коштів з подальшим одержанням прибутку, яка спричинить зменшення загальної кількості розходів та несприятливих результатів.

Ефективне використання грошей забезпечить стабільність фінансів господарської одиниці, тобто якщо потреба у коштах буде однаковою або ж меншою за їх наявність на підприємстві у поточному періоді. Здійснюючи керування оборотами доцільно зосередитись на впливі чинників, які містяться всередині суб’єкта та діють ззовні.

Чинники, які створюють вплив ззовні можуть бути заздалегідь розглянуті підприємством або ж в момент дії на його обороти, ретельно продумати настанови спрямовані упорядкувати деякі зміни, проте пряма влада над такими умовами у суб’єкта господарювання відсутня. Ними являються: комплекс ситуацій, у яких знаходиться економічна сфера країни (криза, інфляція і т. д.), політичний вплив (обмеження роботи підприємств в умовах карантину), загально встановлений розмір податків і т. д.

Чинники, які містяться всередині суб’єкта також сильно позначаються на оборотності коштів, проте в даному випадку господарська одиниця має безпосередній вплив та можливість модифікувати або ж нейтралізувати загрозу, що шкодить продуктивній роботі. Ними можуть бути: заборгованість клієнтів за товари чи надане сервісне обслуговування, недостатній рівень спроможності до конкуренції, наявність боргу замовнику, невідповідна ціна продукції та місця роздрібного збуту і т. д.

Підсумовуючи вище сказане наголошу на тому, що дослідження чинників руху грошових коштів дозволить підвищити продуктивність роботи підприємства та відповідно можливість ефективніше керувати нею зважаючи на своєрідні властивості ведення діяльності.

По-п'яте, обов'язково потрібно винести пункт надання вичерпного, абсолютного та правдивого інформування щодо здійснення обліку грошей господарської одиниці для можливості створення істинної звітності. Даний процес надасть можливість взаємо впорядкувати відображення та проблемні ситуації бухгалтерського обліку підприємства. Адже головним завданням розглянутим у цьому пункті є забезпечення облікового персоналу потрібними даними з метою здійснення детального аналізу руху грошових коштів.

По-шосте, вважаю важливим вкладом у покращення механізмів руху грошей є вивчення наявних даних, яке надає докази та альтернативи відповідного спрямування. Також даний метод дослідження являється свідченням перспективного становища досліджуваного об'єкта. Проте, обов'язково треба оцінити здобуті підсумки альтернатив, які спроможні відкрити чи досягнуто кінцевої цілі покращення руху чи ні.

Процес покращення руху грошових коштів дозволяє установити наявні резерви та залучити їх, що в свою чергу сприяє зменшенню перебування підприємства під впливом чинників ззовні з метою отримання коштів. Також за допомогою нього можна підняти рівень якості руху коштів та збільшити обсяги. Однак, за відсутності балансу додатних значень руху коштів та менших нуля є вірогідність виникнення недостатнього руху коштів або ж навпаки надмірного. В будь-якому випадку така ситуація матиме несприятливі наслідки для діяльності суб'єкта.

Несприятливі результати руху грошових коштів можуть виразитися на підприємстві по-різному. Для прикладу, недостатній рух грошей виявиться у зменшенні здатності швидко трансформувати активи у грошову одиницю та спроможності ними покрити свої зобов'язання, збільшиться заборгованість кредиторам через дефіцит оборотів. Також одним із наслідків буде довготривалий кругообіг грошей, що скоротить продуктивне застосування фінансів.

Надмірний рух коштів виявиться у суттєвих фінансових втратах через не залучені кошти в оборотності. Зокрема, при довгому не використанні чи знеціненні втрачається істина вартість коштів, які певний період знаходяться без конкретного призначення. Така ситуація може залишити підприємство без ймовірного прибутку через упущену вигоду. Отож, використовуючи механізми покращення руху грошей в подальшому на основі цих даних можна здійснити точне планування та безпосередній контроль за рухом коштів.

Як уже зазначено попереднім пунктом наступною ланкою послідовності являється точне планування та введення спроектованих даних у роботу підприємства на основі здійсненого аналізу руху коштів. Головна ціль такого плану є створення тактики в результаті якої підприємство отримає кращі результати, ніж у попередньому періоді. Здійснюючи процес передбачення суб'єкт господарювання вивчає потенційні варіації майбутнього руху коштів, розраховує можливі вірогідності від очікування – сприятливий або ж невтішний розвиток подій. Такий елемент у керуванні коштами надає перспективний підхід щодо формування щоденних надходжень, видатків та загалом ухваленні важливих рішень щодо керування фінансами суб'єкта господарювання на основі аналізу минулого стану.

На мою думку не менш вагомим елементом у всіх системах після виконання необхідних пунктів являється безпосередній контроль за рухом коштів, оскільки варто не допустити повернення оборотів у попередній

стан. Він дозволяє вчасно помітити порушення процесу відповідно до зазначеного плану роботи, локалізувати його, а також проаналізувати мотиви їх утворення на основі знайдених відхилень. Здійснюючи керування грошовими коштами підприємство використовує, окрім складеного планування ще й підсумки розрахунку показників фінансового стану та результативності керування ними, інформацію зі звітності руху коштів (за умови складання такої звітності). Далі наведено підсумок власного порядку керування рухом грошових коштів на підприємстві рис. 1.

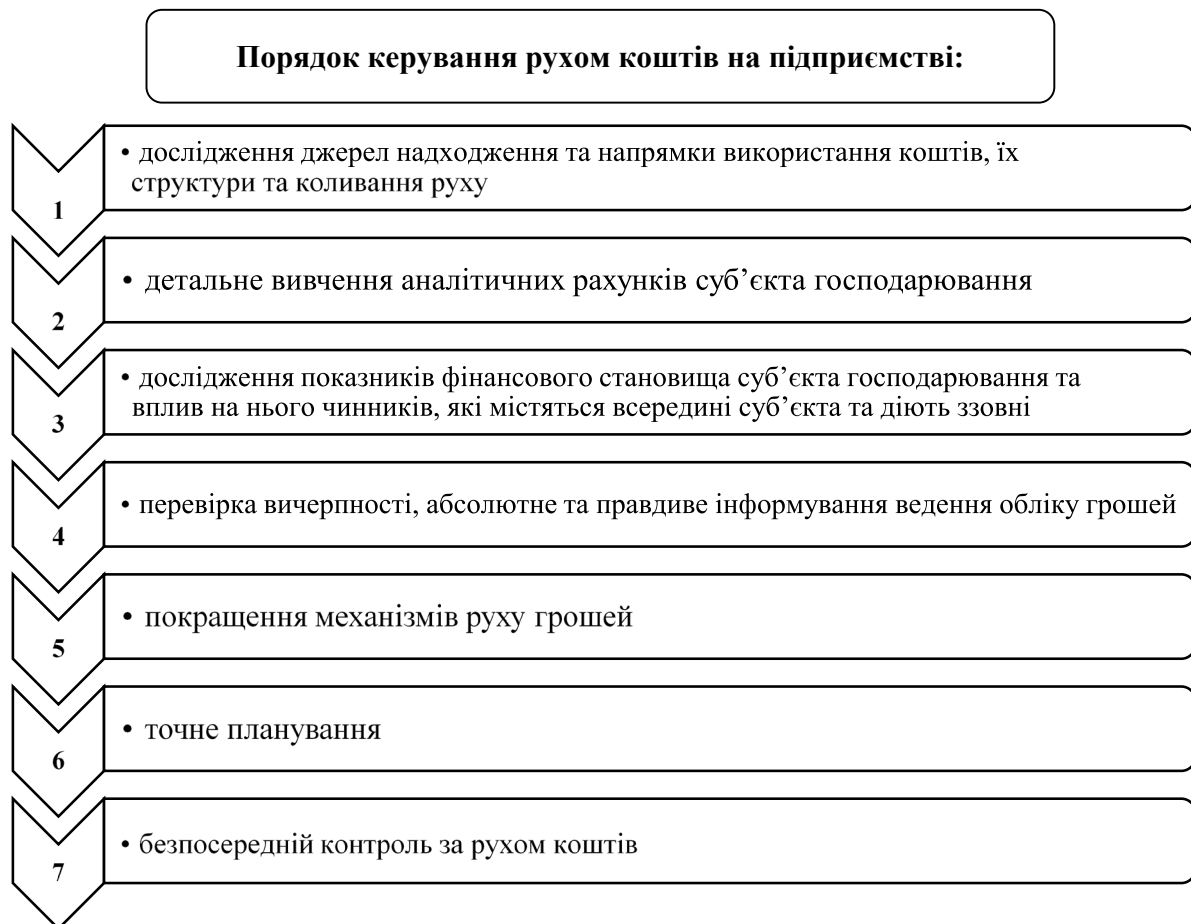


Рис. 1. Порядок керування рухом коштів на підприємстві
Джерело: [2].

Отже, управління коштами господарської одиниці згідно вище описаних пунктів забезпечить безперервний контроль, слідкування за процесами руху грошових коштів, коригування наслідків діяльності, правильне формування будови фінансів та напрямків надходження і витрат у різних проміжках часу. Зокрема, правильна організація руху коштів допоможе зберегти відповідний стан спроможності платити та трансформувати активи у грошову одиницю підприємством.

Список використаних джерел

1. Корнєва Н. О., Барабан Т. В Системний підхід до управління грошовими потоками підприємств. *Науковий журнал “Молодий вчений”*. 2018. № 5 (57). С. 298-302.
2. Нагайчук В. В. Управління грошовими потоками підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Соціально-економічні дослідження*. Одеса, 2014. № 1(52). С. 245-249.

СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

УДК 330.322

JEL Classification: G24

Григорук В. С.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та
права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

**РЕІНВЕСТУВАННЯ ПРИБУТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВ**

Головне завдання для банківської системи сьогодні полягає в забезпеченні капіталу банків на рівні, адекватному потребам відновлюваної економіки. Дієвим механізмом успішного виконання визначеного завдання має стати побудова ринкової моделі достатнього збільшення капіталу банківського сектору за умови вдосконалення існуючих правових умов діяльності та бізнесу, послаблення адміністративного тиску й примусових заходів. Очевидно, що саме достатній обсяг капіталізації банків забезпечує економічну самостійність, фінансову стійкість, активну та прибуткову діяльність на ринку фінансових послуг як кожного банку зокрема, так і банківської системи країни загалом. Перспективи нарощення власного капіталу банківськими установами значною мірою залежать від загальноекономічної ситуації у державі. Підвищення рівня капіталізації банківської системи за умов нестабільного економічного зростання є неможливим, як і бажане підвищення прибутковості банківської діяльності. Саме це й зумовило вибір теми нашого дослідження, й підкреслює його актуальність.

У системі банківського менеджменту особливо важливим є питання щодо нарощення обсягів капіталізації банків. Саме поняття “капіталізація” є багатофункціональним і може використовуватися в системі управління банку для розв’язання різних завдань, а також і впливати на їх розвиток. Тому процеси капіталізації в банківській системі пов’язані з необхідністю нарощення власного капіталу банками для забезпечення їх фінансової стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності на ринку.

Серед основних шляхів збільшення обсягів капіталізації банків виділяють як внутрішні, так і зовнішні. При цьому, вибір конкретного способу нарощення банківського капіталу зумовлюється його динамікою і змінами активів банку а також допустимими затратами на залучення додаткового капіталу ззовні. Якщо передбачається банком повільне поповнення капіталу з урахуванням темпів зростання активів, то його

збільшення можна досягти за рахунок внутрішніх джерел (нерозподіленого прибутку), якщо ж планується швидке зростання активів або відбувається неочікуване збільшення капіталу задля виконання підвищених вимог регулюючого органу то необхідне нарощення власного капіталу можна здійснити за рахунок додаткової емісії акцій або залучення капіталу зовнішніх інвесторів [1]. На практиці банківські установи з метою збільшення обсягів власного капіталу активно використовують як внутрішні, так і зовнішні джерела одночасно, залежно від реальних потреб та наявних можливостей.

Отже, зупинимося більш детально на висвітленні сутності реінвестування прибутку як інструменті управління капіталізації банків.

Отримання прибутку для будь-якої банківської установи в ринкових умовах є необхідним чинником її існування, що забезпечує її фінансову стійкість, формує можливість створення адекватних резервних фондів, стимулює працівників і менеджерів банку до вдосконалення операцій, скорочення витрат, підвищення якості банківських послуг і також для успішного проведення емісії акцій та збільшення в кінцевому результаті власного капіталу.

Відтак, можна вважати, що прибуток і власний капітал банку взаємопідкріплюють і взаємодоповнюють один одного, оскільки прибуткова діяльність дає змогу банкам спрямовувати весь або частину прибутку на поповнення власної капітальної бази, а з іншого боку, достатній розмір власного капіталу є джерелом безпроцентних фінансових ресурсів для банку, дає можливості йому легко дотримуватись нормативів капіталу, розширювати спектр активних операцій та збільшувати доходність своєї діяльності [2]. Тому концепція нарощення капіталізації банку за рахунок використання отриманого прибутку має бути в основі високоефективний менеджменту банку.

Для банку нерозподілений прибуток є функцією його інвестиційної, фінансової та дивідендної політики, а також кінцевим результатом її здійснення. З одного боку, чистий прибуток можна розглядати як самостійну складову, що входить до власного банківського капіталу й має здатність його збільшувати за рахунок зростання своєї абсолютної величини саме за рахунок оптимального й ефективного використання всіх інших складових у результаті збільшення доходності активних операцій і зниження рівня їхнього ризику. З іншого боку, нерозподілений прибуток банку – це джерело поповнення власного капіталу, оскільки після сплати податків він розподіляється за двома основними напрямками: виплата дивідендів акціонерам і фінансування подальшої діяльності банку – реінвестування прибутку [1].

Тому можемо виокремити два основних способи нарощення капіталізації банків за рахунок прибутку: 1) це безпосереднє нарощення обсягів чистого прибутку як складової власного капіталу банків шляхом збільшення доходності активних операцій відповідно до здійснюваної кредитно-інвестиційної політики; 2) спрямування частини або всього обсягу прибутку на реінвестування – поповнення капітальної бази банку.

Підсумовуючи вищевикладене відзначимо, що найбільш прийнятним для банків способом нарощення обсягів капіталізації є реінвестування чистого прибутку з обов'язковим врахуванням усіх факторів впливу на даний процес. Це дасть можливість досягти поставлених завдань щодо збільшення обсягів власного капіталу з найменшими затратами й в найкоротші строки.

Список використаних джерел

1. Тиркало Р.І., Ткачук Н.М. Капіталізація банківської системи України: сучасний стан, проблеми, шляхи та перспективи зростання : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2010. 328 с.
2. Колеснік Я. В. Управління капіталом банків: статистичний аспект : монографія. Сімф. : ДІАЙПІ, 2012. 215 с.

UDC 658.15

JEL Classification: G39

Zabedyuk M. S.,

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Finance, Banking and Insurance,
Lutsk National Technical University, Lutsk

PECULIARITIES OF FORMATION OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

Financial resources play a key role in the reproduction process, while ensuring the formation of own funds of enterprises, which are formed and used to generate high profits. The lack of an effective mechanism for managing financial resources is a significant reason for the crisis of many enterprises in modern conditions, however, on the contrary its presence and well-functioning is the most important factor in economic growth and development.

Financial resources are a source that ensures the formation of all other resources, and the availability of sufficient resources is the main condition for the operation of the enterprise. Imperfection of management of formation of financial resources directly leads to a significant number of problems at all stages of the enterprise, reducing its market competitiveness and the inability to adapt to change if necessary, and expanded reproduction becomes unattainable [1].

Moreover, the issue of formation of financial resources through the use of various sources is relevant, which allows the enterprise to adequately respond to changing market needs, expand the range of products, significantly increase the

scale of production. However, in the process of forming financial resources, it is important to adhere to the optimal ratio between the sources of their formation in order to ensure proper financial stability of the enterprise [2].

The formation of financial resources using various sources allows businesses not only to function effectively and be financially stable, but also to invest in new production, ensure the expansion and technical re-equipment of existing fixed assets, finance research, development and implementation, etc.

The importance of formation a sufficient amount of financial resources is due to the following goals and objectives they perform:

- ensuring production and financial activities in order to obtain appropriate income and profits;
- ensuring investment and innovation activities;
- covering the costs of enterprise activity;
- ensuring the continuity of cash flows in the production activities of the enterprise;
- formation financial relations with other business entities, credit, financial and government agencies, etc.

Also, it should be considered that the formation of financial resources of the enterprise is influenced by a significant number of factors, which, in turn, are divided into internal and external. Internal factors are those that depend on the activities of the enterprise. External factors affect the formation of financial resources, but do not depend directly on the activities of the enterprise.

The optimal structure of financial resources of the enterprise affect the volume of production and its efficiency. In general, a sufficient share of own funds has a positive effect on the financial performance of enterprises, and, conversely, the low level of own funds threatens the financial stability of the enterprise. Accordingly, the high share of borrowed funds reduces the efficiency of financial activities of the enterprise, requires additional costs to pay interest on bank loans, dividends on shares, interest on bonds, reduces liquidity, solvency and financial stability of the enterprise. Therefore, for the successful financial activity of the enterprise it is necessary to think in detail about the expediency of attracting additional financial resources in each case.

The ratio of own and borrowed funds in the total financial resources of the enterprise forms an indicator of the capital structure of the enterprise, which is one of the most important criteria for assessing the financial position of the enterprise. It should be noted that the composition and structure of financial resources, their volume depend on the type and size of the enterprise, the type of its activities, production volumes. With this in mind, one of the main tasks of business entities is to find differentiated reserves to increase financial resources, optimize their composition and structure, increase the efficiency of their use in order to increase the efficiency of the enterprise as a whole.

It should be noted that in today's conditions the problems of forming a sufficient amount and optimal structure of financial resources are among the main, which, in turn, affect the low level of efficiency of many domestic enterprises. These problems exist both at the state level and at the level of

business entities. At the same time, the main problems associated with the activities of the enterprises are:

- insufficient level of qualification of financial managers;
- lack of modern methods of financial planning and analysis;
- high degree of risk of the policy of formation of assets and liabilities of enterprises;
- problems with attracting external sources of funding;
- lack of internal sources of funding, etc.

Thus, only a constant search for ways to improve the management of the formation and use of financial resources of the enterprise can be useful to increasing its market value and maximize the profits.

References

1. Gritsenko, L., Derkach, L. (2021). Research of formation and use of financial resources of the corporate enterprise. Bulletin of SSU. Series "Economics", 2, 79 - 87.
2. Nechyporenko, A., Rybalkina, A. (2020). Theoretical aspects of formation and use of financial resources of the enterprise. Efficient economy, 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8361>.

УДК 336.711

JEL Classification: E58

Мельник В. Є.,
здобувач вищої освіти,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, м. Вінниця
Науковий керівник:
Волкова Н. І.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і банківської справи,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, м. Вінниця

АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. У сучасному світі, зважаючи на динамічні процеси, що в ньому відбуваються, постає питання забезпечення фінансової стійкості шляхом забезпечення монетарної політики. В Україні органом, що провадить таку політику є Національний банк України. Задля впровадження будь-яких



Мельник В. Є. Аналіз доходів і витрат національного банку України. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 53 – 56.

заходів НБУ повинен мати певні фінансові ресурси. Тому актуальним є дослідження доходів та витрат центрального банку України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням доходів та витрат українських комерційних банків займалися О. В. Корват, К. О. Філіпченко, О. І. Тищенко та інші. Проте доходи і витрати Національного банку України є недостатньо розкритими.

Метою роботи є проведення аналізу та надання рекомендацій щодо покращення управління доходами та витратами НБУ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Національному банку України, як і будь-якому суб'єкту господарювання, для функціонування потрібні фінансові ресурси, адже він надає певні послуги, здійснюючи свої функції. Основним документом у якому показано фінансові ресурси є кошторис. Він є річним планом доходів і витрат Нацбанку і затверджується на засіданні Ради Національного банку. Як зазначено у Законі України “Про Національний банк України” отримання прибутку не є ключовою метою діяльності Національного банку [3], проте він може утворюватися у ході виконання банком своїх функцій. У разі перевищення доходів над витратами за звітний період, НБУ у наступному за звітним періоді, перераховує частину прибутку до Державного бюджету України. Частина прибутку спрямовується на формування загальних резервів НБУ, інша ж частина прибутку перераховується до бюджету. У разі перевищення витрат над доходами, різниця, що необхідна для збалансування фінансового результату покривається за рахунок коштів Державного бюджету України.

Проведемо аналіз статистичних даних доходів та витрат Національного банку України впродовж 2018 – 2020 років (табл. 1).

Таблиця 1

Доходи і витрати НБУ, млн грн

Рік	2018	2019	2020	Відхилення 2019/2018, %	Відхилення 2020/2019, %
Процентні доходи	47908	36702	31225	-23	-15
Процентні витрати	-13527	-16353	-15901	21	-3
Чисте зменшення резервів за основними фінансовими активами	498	1668	212	235	-87
Комісійні доходи	354	283	441	-20	56
Комісійні витрати	-1212	-31	-217	-97	600
Результати від операцій з фінансовими активами та зобов'язаннями в іноземній валюті та монетарному золоті	-2223	-43441	95144	1854	320
Результати від операцій з фінансовими інструментами за справедливою вартістю із відображенням переоцінки в прибутках чи збитках	6709	13431	18013	100	34

Продовж. табл. 1

Інші доходи	1019	1028	719	1	-30
Витрати, пов'язані із забезпеченням діяльності	-3789	-4294	-4592	13	7
Зменшення корисності за активами і зобов'язаннями	2078	-300	-95	-114	68
Прибуток/(збиток) за рік	35737	-11307	124949	-132	-1205

Джерело: [4].

З табл. 1 видно, зниження фінансового результату у 2019 році порівняно з 2018 роком на 132 % було спричинено зростанням витрат від операцій з фінансовими активами та зобов'язаннями в іноземній валюті та монетарному золоті на 1854 %, що на пряму залежить від коливань валютних курсів, збільшенням процентних витрат на 21 %, зниженням процентних доходів на 23 % та зниженням показника зменшення корисності за активами і зобов'язаннями на 114 %. У 2019 році в НБУ утворився збиток не дивлячись на значне зростання чистого зменшення резервів за основними фінансовими активами (235 %), результатів від операцій з фінансовими інструментами за справедливою вартістю із відображенням переоцінки в прибутках чи збитках (100 %) а також зниження комісійних витрат на 97 %.

Утворення прибутку у 2020 році перш за все відбулося за рахунок зростання доходу від результатів за операціями з фінансовими активами та зобов'язаннями в іноземній валюті та монетарному золоті на 320 % та результатів від операцій з фінансовими інструментами за справедливою вартістю із відображенням переоцінки в прибутках чи збитках на 34 %. Також спостерігалось значне зростання комісійних доходів на 56 % не зважаючи на зниження процентних доходів (-15 %), чистого зменшення резервів за основними фінансовими активами (-87 %) та інших доходів (-30 %). Найбільше зростання у 2020 році порівняно з 2019 роком спостерігалось за комісійними витратами (600 %). Також варто зауважити, зростання витрат, пов'язаних із забезпеченням діяльності, на 7 % спричинене пандемією коронавірусу в зв'язку з необхідністю дотримання карантинних заходів.

Зважаючи на отримані результати аналізу, можна запропонувати наступні заходи стосовно покращення управління доходами і витратами НБУ:

- проведення детального аналізу джерел надходжень доходів, а також статей витрат задля підвищення точності прогнозування даних кошторису наступного періоду, щоб не допустити у майбутньому від'ємного фінансового результату, який є додатковим навантаженням на Державний бюджет України;
- складання кошторису має орієнтуватися на той обсяг витрат, що є необхідним для виконання Національним банком України своїх функцій, а не на збільшення доходів;
- встановлення пріоритетів щодо тих статей доходів і витрат, які є важливими і за якими є неможливе скорочення надходжень чи видатків;
- перегляд тих статей доходів і витрат, щодо яких не встановлено пріоритету та їх оптимізація.

Висновки. Основним документом, де відображаються доходи і витрати Національного банку України є його кошторис. Аналіз статистичних даних продемонстрував фінансові результати його діяльності протягом досліджуваного періоду, а також статті звітності, що мали значний вплив на їх обсяги. Специфіка запропонованих заходів спирається на те, що метою діяльності НБУ є забезпечення стабільності національної грошової одиниці гривні, а не отримання прибутку.

Список використаних джерел

1. Корват О. В., Філіпченко К.О. Статистичний аналіз доходів і витрат банку. *Східна Європа: економіка, бізнес, управління*. 2020. №. 4. С. 118-124.
2. Тищенко О. І. Вплив пандемії COVID-19 на доходи та витрати українських банків у 2020 році. *Шляхи забезпечення стабілізації економіки в умовах пандемії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (Одеса, 30 квітня 2021 р). Одеса: Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 59-61.
3. Закон України “Про Національний банк України” URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#n84> (дата звернення: 15.11.2021).
4. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 15.11.2021).

UDC 35.087.431.3

JEL Classification: J26

Nehoda Y.,

Doctor of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Finance,
National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv

Tymoshenko N.,

student,
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

FINANCIAL CAPABILITIES OF THE PENSION FUND OF UKRAINE

The pension system reformation takes place in terms of general social economic recession that causes significant destructive processes in the pension fund of Ukraine functioning.

According to the data of State Tax Service of Ukraine as of 01.01.2021 the total amount of insured persons was 12,8 million persons and among them there are:



Nehoda, Y., Tymoshenko, N. (2021). Financial capabilities of the pension fund of Ukraine. *Antykryzovi zakhody v umovakh ekonomichnoi nestabilnosti* (pp. 56 – 59). Odessa: Eastern European Center for Scientific Research.

- legal persons – 646,4 thousand (26,2 %);
- individual persons – entrepreneurs – 1 792,7 thousand (72,7 %);
- persons, who carry out independent professional activities – 24,7 thousand (1,0 %);
- members of farms households – 3,7 thousand (0,1 %).

Out of 9,9 millions of salaried employees, only 1127,5 thousand employees received wages less than the minimum (UAH 5,000) in December 2020, among them approximately 236,3 thousand persons are state workers. The share of such persons in the total number of employees increased from 7.5 % in December 2019 to 7.7 % in December 2020. If we compare the data in December 2019 the amount of persons whose salary level doesn't exceed minimal level of wages (4173/500 UAH), increased to 232,5 thousand persons.

The indicator of average salary (income) in Ukraine, from which insurance fees are paid and that is taken into account for pension calculations according to the Law of Ukraine "On Compulsory State Pension Insurance", has increased to 12,3 % during 2020 year and makes 10 340,35 UAH per year (9205,19 UAH in 2019 year). In 2020 year single social contribution revenues per one insured person increased in average for 10,3 % and made 25119,23 UAH per year (2093,27 UAH in average per month) against 22777,11 UAH per year (1898,09 UAH in average per month) in 2019 year.

According to the State Statistics Service of Ukraine for 9 months of 2020 year 3,3, millions of people or every fourth employee work without employment registration. The biggest amount of such workers are in the agriculture (45,2 %), in the trade (15,7 %), building (16,8 %), industry (5,5 %) and transport (4,0 %).

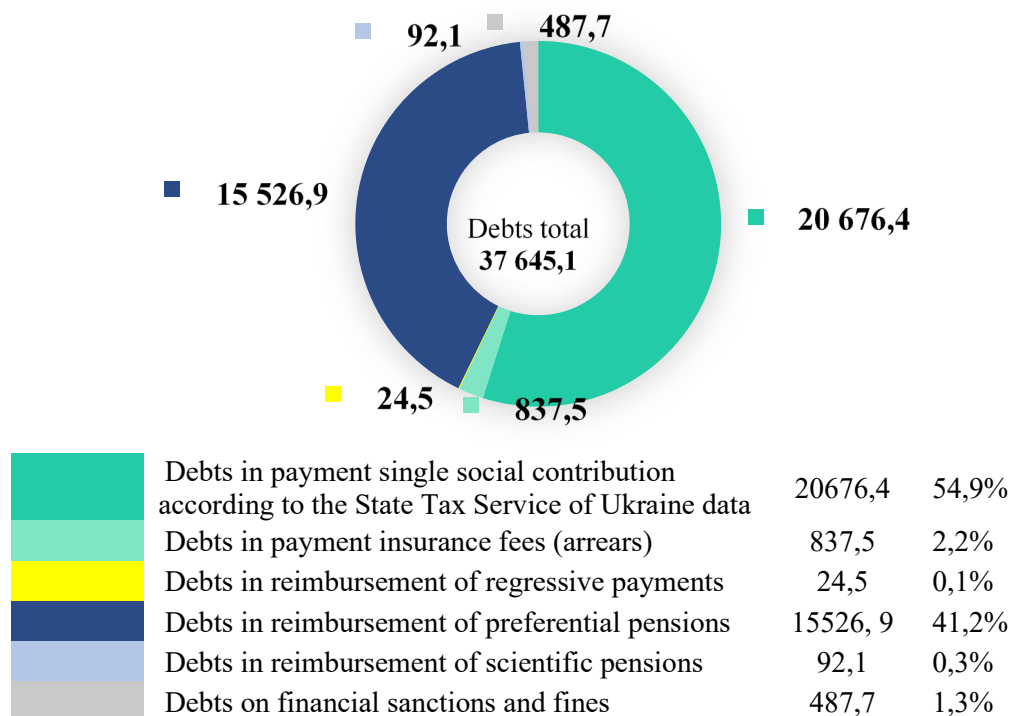


Fig. 1. Debts in payments structure to the Pension Fund of Ukraine as of January 1, 2021, UAH million

The total amount of debts in payments to the Pension Fund of Ukraine and single social contribution as of 01.01.2021 made 37,6 milliard UAH, including the following:

– debts in single social contribution payment (according to the State Tax Service of Ukraine) – 20,7 milliard UAH (54,9 % of total debt amount), where individual persons – entrepreneur’s debts make 11,8 milliard UAH;
 – debts in reimbursement of preferential pensions – 15,5 milliard UAH (41,2 %);
 – debts in reimbursement of scientific pensions – 0,09 milliard UAH (0,3 %);
 – debts on financial sanctions and fines – 0,5 milliard UAH (1,3 %);
 – debts in reimbursement of regressive payments – 24,5 milliard UAH (0,1 %);
 – arrears in insurance fees payment of previous periods – 0,8 milliard UAH (2,2 %) (fig. 1, 2).

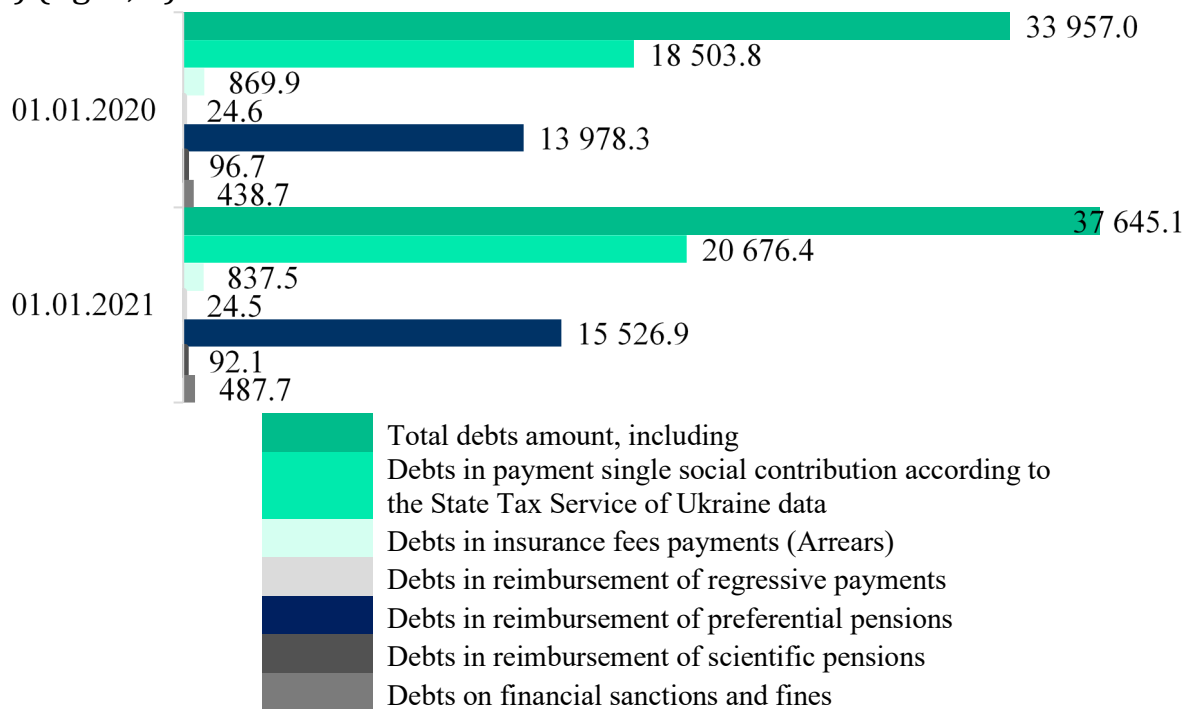


Fig. 2. Dynamics of payment debts to the Pension Fund of Ukraine as of 01.01.2021 in comparison with 01.01.2020 million UAH

The debts of enterprises that are in various bankruptcy proceedings, and payers who do not have the assets to recover count 8,2 milliard UAH or approximately 21,5 % from the total amount of debt. During 2020 year the total amount of debts payment to the Pension Fund of Ukraine and single social contribution increased to 3,7 milliard UAH (10,9 %), in particular, debts in reimbursement of preferential pensions increased to 1,5 milliard UAH, debts in single social contribution reimbursement increased to 2,2 milliard UAH, also there was increase of individual persons – entrepreneurs debts in comparison with 01.01.2020 up to 1,8 milliard UAH or 81,3 % of total debt growth from single social contribution. The Pension Fund of Ukraine bodies carried out some work aimed to reduce total amount of debts. In 2020 there were lawsuits filed to the court for indebtedness collection to the Pension Fund of Ukraine to the amount of 5,2 milliard UAH. As of 01.01.2021 there are executive documents on indebtedness collection in the State Executive Service of Ukraine for the amount of 6,2 milliard UAH to the interest of the Pension Fund of Ukraine bodies. In 2020 there were 0,1 milliard UAH recovered.

Optimization of retirement insurance own financial resources incoming is seen, first of all, in salary legalization; the important way is popularization of promotion of voluntary participation in the system of compulsory state social insurance, primarily aimed at people working abroad, the number of which, according to various estimates, is 3-5 million people.

УДК 339.732

JEL Classification: G21

Пилипенко В. В.,
здобувач вищої освіти,
Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ
Іванова О. М.,
доцент кафедри кібернетики
та системного аналізу,
Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ

СТРУКТУРА МІЖНАРОДНИХ БАНКІВ

Міжнародні банки включають різні інститути, що діють у багатьох країнах світу; їхньою метою є надання допомоги країнам-членам у фінансуванні економічного розвитку і сприяння стабільності платіжного балансу. Міжнародні банки надають кредити на промислові, сільськогосподарські і інфраструктурні проекти і при необхідності технічну допомогу в багатьох сферах економічного та суспільного життя. Ці банки грають особливо важливу роль у розвитку багатьох країн Азії, Африки і Латинської Америки [1, с. 20].

Міжнародні банки були створені переважно після другої світової війни для сприяння відновленню світової валютної системи, стабілізації національних грошово-кредитних систем, розширенню інвестиційного кредитування, створення багатосторонньої системи розрахунків і, в кінцевому рахунку, для стабілізації всесвітнього господарства. Створювалися і діють до сих пір на основі міждержавних угод відповідно до норм міжнародного публічного права.

До міжнародних банків відносять:

1. Банк Міжнародних розрахунків (БМР), утворений в 1930 році за участю декількох центральних банків європейських країн.
2. Всесвітній банк (в нього входять: Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР), Міжнародна асоціація розвитку (МАР), Міжнародна фінансова корпорація (МФК) та Багатостороннє агентство з гарантій інвестицій (БАГІ)).

3. Міжнародні регіональні банки (одним з найбільших міжнародних регіональних банків є Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР)).

Вони слідують своїм цілям, вирішують різні завдання, а їх діяльність носить глобальний чи локальний характер.

Найстаріший міжнародний банк – БМР (Bank for International Settlements – BIS) – міжнародний фінансовий інститут, створений в 1930 році в Базелі (Швейцарія) центральними банками Англії, Франції, Німеччини, Бельгії, Італії, трьома приватними банками США на чолі з банкірським будинком JP Morgan і японськими приватними банками. Установа БМР було передбачено Гаазькою конвенцією (планом Юнга, 1930) [2, с. 408]. БМР купує і продає золото і іноземну валюту, приймає від центральних банків на зберігання золото, надає і отримує від них позики під заставу золота або легко реалізованих короткострокових зобов'язань, включаючи казначейські векселі, купує і продає котируються на біржі облігації. У 1968 – 1969 роках брав участь в кредитах Франції. Був агентом “Золотого пулу”. У 1968 році в Банк міжнародних розрахунків входили центральні банки всіх європейських капіталістичних і соціалістичних країн, крім СРСР і НДР. В даний час в Банк міжнародних розрахунків входять 56 членів центральних банків різних країн. Наприклад, Франція, Канада, Китай, Індія, Італія, Японія, Сполучені штати, Росія та інші [4].

Всесвітній банк представляє собою складне міжнародне освіту, пов'язану з ООН. Група установ Світового банку, заснована в 1944 році, є однією з найбільших в світі організацій, що надають допомогу на цілі розвитку. Інтернаціоналізація світової економіки, зростання взаємозалежності фінансово-економічної політики різних країн і необхідність стабілізації фінансово-валютної системи призвели до створення після другої світової війни міжнародних фінансових організацій, метою яких є регулювання міжнародних економічних, валютно-кредитних і фінансових відносин.

Предбачений як інструмент післявоєнної відбудови країн Західної Європи, з 60-х років Світовий банк стає найбільшим багатостороннім кредитором країн, що розвиваються і одночасно грає роль єдиного центру координації сприяння економічному розвитку. Загострення проблеми заборгованості країн, що розвиваються в 80-і роки, перехід до ринку і інтеграція в світову економіку колишнього Радянського Союзу та інших соціалістичних країн сприяли подальшому посиленню ролі Світового банку. ЄБРР створено в 1990 році. Вищий керівний орган банку – Рада керуючих, до складу якого кожен акціонер призначає свого керуючого, як правило, міністра фінансів. Багато свої повноваження він делегує раді директорів, що здійснює управління повсякденною діяльністю і складається з президента, чотирьох заступників і 23 директорів. ЄБРР використовує усталені у нього тісні зв'язки з урядами країн регіону з метою реалізації курсу на створення сприятливих умов для підприємницької діяльності. ЄБРР залучає кошти за рахунок емісії облігацій. Особливістю операцій ЄБРР є широке залучення коштів в національних валютах країн Східної Європи [3, с. 64].

На закінчення, можна сказати, що міжнародні фінансово-кредитні інститути, такі як Банк міжнародних розрахунків, Світовий банк (або Міжнародний банк реконструкції та розвитку) і Європейський банк реконструкції і розвитку відіграють значну роль в організації міжнародних кредитних відносин і підтримці стабільності міжнародних розрахунків. По-перше, їхня діяльність дозволяє регулює початок і встановлює певну стабільність в суперечливу цілісність всесвітнього господарства, забезпечуючи в цілому безперебійне функціонування валютно-фінансової сфери. По-друге, вони покликані служити форумом для налагодження співпраці між країнами і державами. З ослабленням ідеологічного протистояння ця задача стає все більш актуальною. По-третє, зростає значення міжнародних валютно-фінансових організацій в сфері вивчення, аналізу та узагальнення інформації про тенденції розвитку і вироблення рекомендацій з найважливіших проблем світового господарства.

Список використаних джерел

1. Альохін Б. І. Кредитно-грошова політика. – М.: ЮНИТИ, 2006.
2. Банки і небанківські кредитні організації та їх операції: підручник / під ред. Е. Ф. Жукова. – М.: Вузівський підручник, 2008.
3. Гроші, кредит, банки: підручник. – 3-тє вид. / за ред. Е.Ф. Жукова. М.: ЮНИТИ, 2007.
4. Історія розвитку Банку міжнародних розрахунків. URL: www.rw.chat.ru.

УДК 336.71

JEL Classification: G21

Синиця М. В.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та
права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

КОНСОЛІДАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

Глобалізація економічного простору визначили одну з головних тенденцій сучасної організації банківської діяльності – консолідація капіталу. Перспективи інтеграційних процесів нашої держави тісно пов'язані із суттєвими змінами в економіці країни, фінансовим підґрунтям яких є економічна безпека банківського сектору. Зауважимо, що банківський сектор на сьогодні є одним із найбільш висококонцентрованим у сучасній світовій економіці: 80 % капіталу і активів світової банківської системи належить 12 великим



Синиця М. В. Консолідаційні процеси в банківській системі. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 61 – 63.

банкам [1]. Збільшення розмірів банківських установ на основі злиття і поглинання, а також їх консолідація з іншими фінансово-кредитними інститутами має за мету зміцнення конкурентних позицій на національному рівні та завоювання нових сфер впливу на міжнародному ринку. Саме це й підкреслює актуальність і необхідність нашого дослідження.

Консолідаційні процеси в банківській системі зумовлюються, в першу чергу, метою отримання переваг від об'єднання у формі або прискореного зростання, або зниження витрат. Основною причиною злиття банків залишається їхнє бажання збільшити частку на ринку, наростити капітал і посилити конкурентоспроможність на ринку. Не менш важливими мотивами відзначених процесів є підвищення ефективності діяльності банку, що може виявлятися в зростанні капіталізації, диверсифікації та регулюванні ризиків, економії витрат та ін.

Стратегічний напрямок розвитку національної банківської системи у контексті глобалізації фінансовий ринків – це послідовна інтеграція в світовий фінансовий простір, основною запорукою якої має бути збільшення банківського капіталу та підвищення рівня капіталізації вітчизняних банківських установ. Як відомо, банківський сектор розвинутих країн в останні роки характеризується процесами збільшення, зростанням кількості банків, які стають учасниками процесів злиття і поглинання.

Необхідність концентрації та нарощення власного капіталу у вітчизняному банківському секторі є очевидним з огляду й на те, що у світовій банківській практиці нарощення капіталів банків у такий спосіб стало доволі дієвим інструментом стимулювання зростання прибутковості та скорочення витрат банківського бізнесу. Підвищення рівня концентрації власного капіталу банків нашої держави визначено також Національним банком України як один з перспективних напрямків розвитку банківського сектору, що допоможе подолати негативну тенденцію до неадекватного збільшення капіталу банків порівняно з випереджальними темпами зростання їхніх активів, а також прискорить вирішення суперечності між потребами реального сектору економіки у фінансовій підтримці банків і реальними можливостями банківської системи щодо їхнього задоволення.

Одним із способів досягнення високих темпів зростання банку багато менеджерів вбачають у здійсненні агресивної стратегії в галузі злиття та поглинань (M&A – Merger and Acquisition). Як відомо, злиття та поглинання є дієвими способами реструктуризації та оптимізації банківського середовища. Більшість сучасних, великих, активно діючих банківських установ виникли в результаті тривалого процесу злиття. Консолідація банківського капіталу у формі злиття та поглинання продовжується й сьогодні.

Глобальні тенденції до консолідації банківського капіталу в закордонній практиці зумовлені дією таких факторів: зростанням технічних інновацій у банківському бізнесі, розширенням спектра пропонованих банківських послуг і продуктів, дерегулюванням фінансового сектору економіки, розвитком прямого фінансування та поступовим витісненням посередницької діяльності банків. Крім цього, для країн, що перебувають на стадії становлення та розвитку, важливою передумовою консолідаційних процесів є доступ міжнародних кредитних установ до банківського сектору [2].

Як відомо, банківські об'єднання – це індикатор стану національної економіки та її місця у світовому господарстві. Однак вплив концентрації

банківського капіталу на економіку країни неоднозначний: з одного боку, збільшення дрібних і середніх банків веде до підвищення їхньої “ринкової міці”, посилення конкуренції та зростання ефективності банківського сектору, а з іншого боку – бажання банків збільшуватись пояснюється їхнім прагненням до зниження витрат (за умови добровільного злиття чи об’єднання).

Підсумовуючи вищевикладене відзначимо, що здійснення будь-якої операції консолідації в банківській системі має відбуватися відповідно до вибраної загальної корпоративної стратегії банку. В результаті злиття чи поглинання новостворена банківська установа може здійснювати іншу, нову для себе діяльність (диверсифікація) або посилювати свої позиції у традиційному бізнесі (інтеграція). Звичайно межі між вказаними процесами умовні, а операції з поглинання чи злиття містять елементи як інтеграції, так і диверсифікації. Задля успішного здійснення операцій із консолідації банкам необхідно ретельно та грамотно визначати стратегічні підходи на основі формалізованого стратегічного мислення, розробляти оптимальний порядок вибору та аналізу банка-цілі поглинання, здійснювати раціональне фінансове та організаційне структурування операції, застосувати ефективні процедури управління після завершення поглинання.

Список використаних джерел

1. Гохан П. А. Слияние, поглощение и реструктуризация компаний. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. 440 с.
2. Тиркало Р. І., Ткачук Н. М. Капіталізація банківської системи України: сучасний стан, проблеми, шляхи та перспективи зростання : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2010. 328 с.

УДК 330.322

JEL Classification: E22

Шелест О. Л.,

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного
бізнесу, фінансів та обліку,

Харківський торговельно-економічний
інститут Української інженерно-
педагогічної академії, м. Харків

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із найголовніших завдань потенційного інвестора є вибір об’єктів інвестування, що дозволить забезпечити найвищу ефективність вкладених



Шелест О. Л. Шляхи підвищення ефективності управління інвестиційною привабливістю підприємства. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 63 – 65.

коштів. Конкурентоспроможність того чи іншого суб'єкта господарювання, для інвестора, визначається рівнем його інвестиційної привабливості. Тому, важливим етапом управління інвестиційною привабливістю підприємства є більш детальне визначення сутності даного поняття, класифікації та факторів впливу.

Об'єктом дослідження виступає процес аналізу управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Предметом дослідження є система теоретичних та практичних заходів із аналізу та управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Слід відзначити, що в економічній літературі немає єдиного підходу до визначення сутності поняття “інвестиційна привабливість підприємства”.

Дослідження поглядів на визначення “інвестиційна привабливість” показало, що є спільні риси і суттєві відмінності в інтерпретації інвестиційної привабливості підприємства, також, що дана категорія розглядається у широкому та вузькому значеннях.

Проаналізувавши представлені в літературі визначення інвестиційної привабливості підприємства можна сформулювати таке визначення: інвестиційна привабливість підприємства – сукупність кількісних та якісних показників, які характеризують не тільки фінансово-економічний стан підприємства, а й техніко-економічне забезпечення виробництва, якість та конкурентоспроможність продукції, рівень маркетингового, кадрового, інфраструктурного, правового забезпечення та ефективність використання сучасних інформаційних технологій для налагодження контактів з інвесторами [1, с. 102; 2, с. 686].

Таким чином, управління інвестиційною привабливістю підприємства, як наука являє собою систему спеціальних знань, пов'язаних з розробкою, вибором і реалізацією реальних і фінансових інвестиційних програм, дослідженням інвестиційної активності й ефективності інвестиційної діяльності підприємства з метою виявлення резервів їх зростання.

Отже, для того, щоб оцінити інвестиційну привабливість підприємства, необхідно проаналізувати фактори впливу на суб'єкт господарювання. Дослідження наукової літератури дало змогу виявити відсутність єдиного набору чинників впливу на інвестиційну привабливість підприємства.

Для ефективного управління процесом інвестування потрібно мати інформацію не тільки про хід виконання бізнес-плану, результатах господарської діяльності, але й про тенденції й характер змін, що відбуваються, в економіці підприємства й на фондовому ринку. Осмислення, розуміння інформації досягаються за допомогою аналізу.

Відповідно до розробленої нами моделі функціонування механізму забезпечення управління інвестиційною привабливістю підприємства він уможливить ефективне його функціонування та забезпечить необхідний рівень інвестиційної привабливості підприємства. Це дозволить компанії успішно залучати інвестиції у свій розвиток і тим самим посилювати конкурентні позиції у бізнес-середовищі. Чітка робота розробленого механізму є результатом злагодженої взаємодії субмеханізмів і всіх елементів. Тому важливою і перспективною є розробка організаційного забезпечення функціонування МЗПП.

Щодо узагальнення підходів до управління інвестиційною привабливістю підприємства можна зробити висновок, що існуючі та адаптовані методики можуть використовуватись лише для українських (внутрішніх) інвесторів, установ, що здійснюють перевірку, урядових експертних служб, але ніяк не для іноземних інвесторів, для яких такий аналіз – це кінцевий етап перед прийняттям рішення, адже для іноземного інвестора аналіз інвестиційної привабливості починається навіть не з визначення привабливості галузі, а з визначення привабливості регіону світу.

Також, що на сьогодні існує багато підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства і вони різняться як за цілями (вкладення коштів у портфель акцій підприємства, чи то прямі інвестиції, чи то приватизація), так і за тим, хто саме проводить даний аналіз (саме підприємство чи інвестор, група спеціалістів чи один фінансовий аналітик) і вибір оптимального підходу може бути обмежений наявністю та доступністю до інформації та рівнем кваліфікації аналітика.

Список використаних джерел

1. Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Причорноморські економічні студії*. № 10. 2016. С. 101-104.
2. Овчаренко Т. С., Степанова А. А. Методичні підходи щодо визначення інвестиційної привабливості галузей України. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). С. 685-689.

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 316.628

JEL Classification: M12

Британчук О. М.,
здобувач вищої освіти,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Роль мотивації в діяльності будь-якого суб'єкта господарювання важко переоцінити: ефективність організації визначають її співробітники, поведінка яких залежить від внутрішнього та зовнішнього середовищ. Найбільший вплив на формування установок і прагнення досягнення поставлених цілей має саме внутрішнє середовище.

Ефективна мотивація персоналу є одним з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасних організацій.

Ключовою задачею менеджменту є управління наявними у підприємства факторами з метою отримання оптимального результату. Нині загальноприйнятою стала концепція про те, що найважливіший ресурс підприємства – його персонал (так званий, людський капітал). В контексті згаданої концепції особливого значення набуває оптимізація управління людськими ресурсами.

Тому в сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна ціль мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дає змогу підвищити загальну результативність та прибутковість діяльності підприємства.

Значний внесок в стимулювання праці персоналу, знайшли відображення в роботах зарубіжних та вітчизняних вчених: А. Маслоу, Ф. Герцберг, Е. Лібанова, В. Данюк, Н. Лук'янченко, Л. Семів, Д. МакКлелланд, А. М. Колот, С. Сардак та багато інших.

Для мотивації співробітників нині компанії використовують як матеріальні, так і нематеріальні методи винагород.

На практиці використовують моделі мотивації досить різні за спрямованістю та ефективністю.

Існує багато проблем, пов'язаних з мотиваційною політикою: проблеми взаємовідносин з керівництвом, незадоволеність рівнем заробітної плати, умовами роботи, тощо.

Мотивація – це ефективний інструмент менеджерів. Для того, щоб управляти поточною ситуацією безпосередній керівник повинен гнучко та оперативно змінювати механізми мотивації, адаптуючись до умов та завдань.

Важливість мотивації в управлінні величезна. Важливість може бути зрозуміла з того факту, що організації та компанії різного розміру можуть розраховувати на отримання кількох переваг завдяки фактору мотивації: (1) отримання найкращого від людських ресурсів (мотивуючи співробітників, можна сформувати в них бажання працювати далі та забезпечити найкращі результати для організації); (2) значне підвищення ефективності співробітників (щоб отримати найкращі результати від співробітника, потрібно заповнити розрив між бажанням і здібностями, що допомагає підвищити рівень продуктивності співробітників); (3) стимулювання задоволеності співробітників і налагодження дружніх стосунків (щоб забезпечити задоволеність співробітників, важливо регулярно мотивувати їх); (4) забезпечення стабільності робочої сили (для підтримки доброї волі та репутації будь-якої організації важливо, щоб мотивація співробітників дала змогу їм почуватися добре і задоволено, а це може привести до стабільності в довгостроковій перспективі) [1].

Саме з усіх вищезазначених причин проводяться мотиваційні тренінги для керівників, щоб вони могли мотивувати своїх підлеглих і отримувати від них найкраще для розвитку організації.

Отже, ефективна система управління людськими ресурсами є вирішальним фактором для всіх організацій та установ. У світлі сучасного розвитку очевидно, що підвищення якості обслуговування і завоювання суспільної довіри неможливі без мотивації співробітників, оцінки їх роботи, чіткого визначення обов'язків і побудови організаційної культури. Підвищення продуктивності праці співробітників залежить від правильного вибору форми мотивації та її розумного використання.

Список використаних джерел

1. Gechbaia, Badri; Tchilaia, Nino; Goletiani, Ketevan; Muskudiani, Zurab. Ways and characteristics of employee motivation in modern conditions. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2020. Вип. 1 (10). С. 25-32. [http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.10\(1\).2020.05](http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.10(1).2020.05).

2. Pustovit, O., & Basuk, Y. Сутність мотивації персоналу як основа розвитку підприємства. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2021. № 3 (76). URL: <http://www.daemmtodesa.ua/index.php/daemmt/article/view/375>.

УДК 338.2

JEL Classification: D81

Вовк Н. В.,

здобувач вищої освіти,
Західноукраїнський національний
університет, м. Тернопіль

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах об'єктивного існування ризику необхідною умовою успішного функціонування підприємства є формування системи управління ризиками (ризик-менеджменту), який визначають як процес прийняття та реалізації управлінських рішень, що враховують існування ризику та дають змогу, з однієї сторони, мінімізувати його негативний вплив, з іншої – використовувати можливості росту та розвитку бізнесу.

В процесі своєї діяльності кожне підприємство зіштовхується з ризиками, можливостями настання будь-яких негативних явищ для компанії. Ставлення до ризиків різне: хтось намагається їх не помічати, хтось уникає, але лише небагато системно та свідомо управляють ризиками. Найбільш популярним методом управління ризиками до цих пір є створення резервів “на чорний день”.

Управління ризиками починається з усвідомлення, що ризики є у всіх, від них не можна “втекти”.

Різноманіття ситуацій і проблем, які виникають у господарюючих одиницях різного рівня і з різними цілями функціонування, породжує прагнення забезпечити кожне джерело невизначеності своїм видом ризику. Очевидно, що різні точки зору і ступені деталізації призводять до появи великої кількості видів ризиків.

Кожна компанія у своїх позиціях на ринку підпадає під наступні ризики:

- ризик падіння продаж;
- ризик неконтрольованого росту витрат;
- кредитний ризик;
- організаційні ризики (ризики, пов'язані з помилками менеджменту компанії, її співробітників; проблеми системи внутрішнього контролю, погано розробленими правилами робіт, тобто ризики, пов'язані з внутрішньою організацією роботи компанії);
- техніко-виробничі ризики (ризики виникнення пожеж, аварій у зв'язку з неправильною організацією виробничого процесу; ймовірність втрат у результаті збоїв та поломки обладнання, тощо);

– юридичні ризики (можуть виникати через невідповідність внутрішніх документів, укладених договорів компанії чинним законодавчим нормам та вимогам) [1].

Ризики не існують самі по собі, завжди є джерела їх виникнення, які не можливо локалізувати, щоб ризиків не було взагалі.

Управління ризиками слід розпочинати з розуміння того, що: будь-який прибуток супроводжується ризиком; чим вищий рівень ризику в даному сегменті ринку, тим вища норма прибутку; завдяки наявності ризиків ви можете зайняти своє місце на ринку; ризики – це союзники того, хто вміє ними управляти.

Системне управління ризиками полягає в наступних стратегіях (рис. 1):

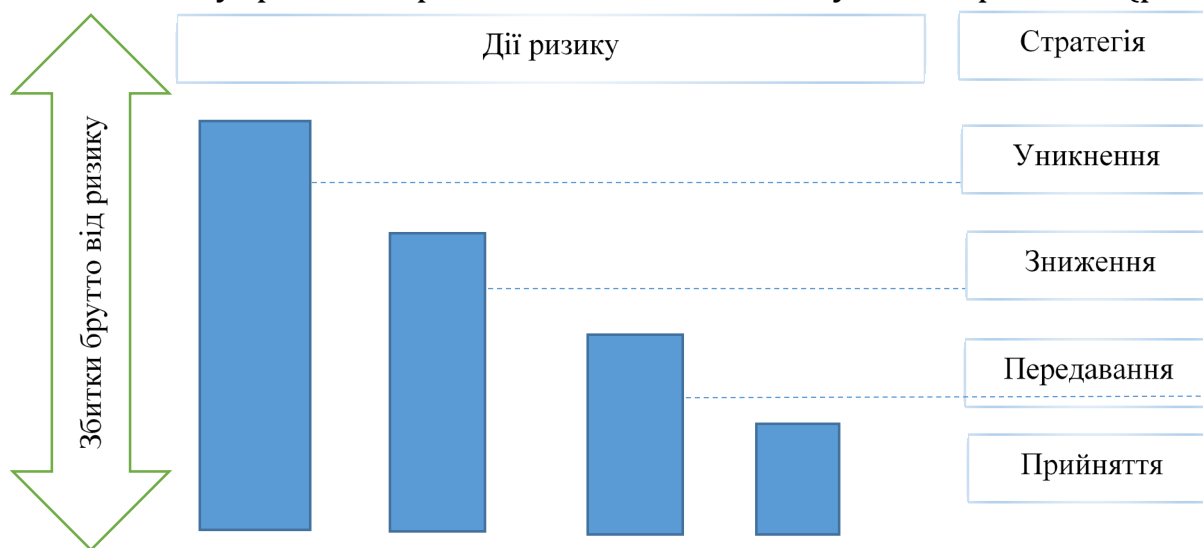


Рис 1. Стратегії управління ризиками

Джерело: [2].

Розробка стратегії управління ризиками повинна базуватися на певних принципах: системності, послідовності, обґрунтованості, доцільності, гнучкості [4, с. 86].

Отже, необхідним компонентом діяльності організації є стратегія управління ризиками як протидія дестабілізуючим явищам, ризикам можливих втрат, яка спрямована на досягнення загальної стратегії підприємства та необхідністю забезпечення його стабільного розвитку та зростання.

Список використаних джерел

1. “5 шагов по внедрению риск-менеджмента: основные процедуры, примеры, чек-лист”. URL: http://msfo.biz/images/finacademy/15-shagov-risk-menejment.pdf?utm_source=eSputnik-trigger&utm_medium=email&utm_campaign=FA-book-risk-menedzhment-21&utm_content=1336229629.

2. Линник К. Управление рисками: как превратить угрозу в союзника. URL: https://finacademy.net/materials/article/osnovy-upravleniya-riskami?utm_source=eSputnik-trigger&utm_medium=email&utm_campaign=FA-book-risk-menedzhment-21&utm_content=1336229629.

3. Федулова І. В. Стратегія ризик-менеджменту. *Менеджмент та підприємництво в Україні*. 2019. Вип. 1 (1). С. 65-74.

4. Цвігун Т. В. Стратегія управління ризиками на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2, Т. 1. С. 84-88.

УДК 316.776.3

JEL Classification: D83

Захарченко О. І.,

здобувач вищої освіти,

ДВНЗ “Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”, м. Київ

Науковий керівник:

Ліфінцев Д. С.,

канд. екон. наук,

доцент кафедри менеджменту,

ДВНЗ “Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”, м. Київ

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ

Бізнес-організація існує і процвітає завдяки важливим внутрішнім і зовнішнім відносинам зі стейкхолдерами, включаючи клієнтів, інвесторів, співробітників, постачальників, регулюючі органи, співтовариства та інших. Ці відносини будуються на створенні, доставці і обміні як економічними, так і неекономічними ресурсами, такими як довіра, час, інформація та розуміння, з метою створення довгострокових взаємних інтересів і стійкої цінності.

Однією із найголовніших проблем налагодження тісних взаємозв'язків компанії та її стейкхолдерів є відсутність ефективних комунікацій між ними та узгодженості їх дій. Відсутність координації між ними виникає через те, що різні стейкхолдери мають власні цілі, які можуть суперечити цілям компанії, або через те, що інформація, що рухається всередині системи комунікації, затримується і спотворюється. Саме тому управління комунікацією зі стейкхолдерами на основі партнерства та цілковитої довіри одне до одного є запорукою ефективного функціонування будь-якої організації.

Питанням забезпечення ефективного управління комунікації зі стейкхолдерами в останній час приділяють багато уваги в економічній літературі, зокрема дане питання досліджують такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Ковалевська А. В., Кусик Н. Л., Овчинникова І. А., Губернаторова Н. Н., Галушкін С. В., Загидуллін Ж. К., Флямер М. Г., Доценко Н. В., Гончар І. А., Скринник А. І., Жебель Ю. Ю., Фріман Е., Афанасьєв Н. В. та інші.

Дослідження та оцінка залучення стейкхолдерів мають важливе значення для створення стратегічного діалогу та забезпечення постійно

діючих консультацій та інновацій. Кожна компанія, яка хоче побудувати тісні взаємозв'язки зі стейкхолдерами, розробляє свої власні показники ефективності комунікації з ними.

На нашу думку, основною оцінкою ефективності комунікацій зі стейкхолдерами є те, чи несе дана комунікація цінність для стейкхолдерів та самої організації. Саме тому, для кожного стейкхолдерами показники ефективності комунікації з ними мають бути різними, в залежності від їх очікувань від компанії та ступеня впливу на неї. В табл. 1 представлені групи показників, завдяки яким можна визначити ступінь ефективності комунікацій для різних типів стейкхолдерів.

Таблиця 1

Показники ефективності комунікації зі стейкхолдерами

Стейкхолдер	Показник ефективності комунікації прямого впливу	Показник ефективності комунікації опосередкованого впливу
	Кількісні показники	Кількісні показники
Клієнт	Кількість клієнтів, які відвідали сайт компанії після маркетингових комунікацій. Час, проведений на веб-сайті компанії. Кількість успішних переговорів з клієнтами. Кількість телефонних дзвінків клієнтам. Час, який витрачається на зворотній зв'язок від клієнта. Час, за який клієнт приймає рішення чи співпрацювати з організацією. Розмір замовлення клієнта. Рівень лояльності клієнтів через відсутність зворотного зв'язку в комунікаціях. Динаміка частоти покупок клієнта. Кількість звернень зі скаргами. Тривалість обробки звернень зі скаргами. Швидкість опрацювання замовлення клієнта. Кількість заходів, розроблених спеціально для клієнтів. Кількість постійних клієнтів.	Приріст нових клієнтів. Доля ринку. Обсяг продажів. Рентабельність продажів. Динаміка доходів. Ефективність маркетингових зусиль. Точність виконання замовлення/послуги. Кількість клієнтів, які б порекомендували організацію. Приріст постійних клієнтів. Відсоток постійних клієнтів, які задоволені комунікаціями з організацією. Приріст клієнтів від маркетингових комунікацій організації.
Співробітники	Кількість комунікаційних каналів. Кількість розмов віч-на-віч з керівництвом. Швидкість обробки інформації від колег та керівництва. Динаміка кількості конфліктів на роботі. Залученість співробітників до процесу комунікаційної взаємодії. Швидкість розповсюдження інформації. Кількість співробітників, що довіряють своїм керівникам. Рівень задоволеності співробітників. Кількість співробітників, які є адвокатами бренду.	Плинність кадрів. Продуктивність праці. Дохід на 1 працівника. Рентабельність людського капіталу. Коефіцієнт пропусків. Втрати робочого часу на 1 робітника. Рівень трудової дисципліни.

Продовж. табл. 1

Постачальники	Кількість звернень зі скаргами. Кількість успішних переговорів з клієнтами. Періодичність очних зустрічей з партнерами. Повнота інформації про поставку товару. Точність виконання замовлення/послуги. Ступінь дефектності матеріалів, що поставляються. Питома вага на закупку матеріальних ресурсів у виручці від реалізації. Сукупна кількість днів перебування запасів в ланцюзі постачання. Тривалість циклу замовлення, дні. Рівень задоволеності. Можливість відслідкувати поставку товару.	Дохід, що генерується в ланцюзі постачання. Витрати, необхідні для поставки товару. Операційні витрати, в тому числі заготівельні, витрати на утримання запасів тощо. Обсяг продажів. Обсяг запасів.
Партнери	Кількість спільних проєктів. Термін взаємодії. Кількість укладених договорів. Питома вага кількості невиконаних угод у загальній кількості укладених угод. Коефіцієнт лояльності партнерів.	Дохід від взаємодії з партнерами. Рентабельність взаємодії. Абсолютний приріст кількості партнерів. Коефіцієнт залучення нових партнерів.
Контролюючі органи	Швидкість перевірок. Швидкість обміну інформацією. Швидкість обміну зворотного зв'язку від обох сторін. Рівень задоволеності повнотою та достовірно наданою інформацією. Частота перевірок.	Коефіцієнт результативності контролюючих заходів. Кількість отриманих ліцензій. Величина штрафів.
Органи державної влади	Кількість спільних проєктів. Рівень задоволеності повнотою та достовірно наданою інформацією.	Рентабельність взаємодії. Витрати на комунікації із органами державної влади.
ЗМІ	Кількість інтерв'ю. Кількість прес-релізів. Кількість згадувань в статтях. Кількість спільних проєктів. Рівень задоволеності повнотою та достовірно наданою інформацією.	Рентабельність взаємодії. Витрати на комунікації із ЗМІ.

Джерело: [1, с. 129], [2, с. 233], [3, с. 180], [4, с. 79], [5, с. 35], [6, с. 190], [7, с. 70].

Як бачимо, визначення ефективності комунікації зі стейкхолдерами носить індивідуальний характер; для кожного стейкхолдерами ефективність комунікацій з ним має характеризуватись різними показниками, що мають прямий та опосередкований впливи. Багато показників є кількісним виміром різних заходів взаємодії, які проводяться бізнес-організаціями для своїх стейкхолдерів. Для кожного стейкхолдера ці заходи є різними, чим більше проводиться таких заходів, тим ефективність комунікацій зі стейкхолдерами вища. Показники, що мають опосередкований вплив на ефективність комунікацій зі стейкхолдерами, характеризуються економічними благами, що можуть принести дані комунікації для бізнес-організації.

Список використаних джерел

1. Сагер Л. Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 1. С. 128-136.
2. Войнаренко С. М. Ключові фактори успіху в комунікаційній політиці підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. Хмельницький, 2017. № 6, Т. 1. С. 231-233.
3. Мазур В. С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. *Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення*. Вінниця, 2016. С. 178-183.
4. Корчагіна В. Г. Контролінг як інструмент управління стратегічним розвитком підприємства. *Стратегія економічного розвитку України. Спецвипуск*. 2011. № 28. С. 79-85.
5. Sambuk O. Modern content essence of the concept “public council of public authorities” in modern public administration. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriadvannia*. 2013. Vol. 1 (16). P. 28-35.
6. Романенко Є. О. Комунікативна взаємодія органів державної влади та громадськості: сутність та особливості налагодження. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2014. Вип. 2 (21). С. 190-199.
7. Savage G. T., Nix T. W., Whitehead C. J., Blair J. D. Strategies for assessing and managing organizational stakeholders. *Academy of Management Executive*. 2011. № 5 (2). С. 61-75.

УДК 334.02

JEL Classification: O21

Котецька О. С.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та
права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ПЛАНУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СТОМАТОЛОГІЧНОГО ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Планування є невід'ємним елементом процесу розвитку охорони здоров'я, воно пов'язане з підготовкою, розподілом і ефективним використанням фахівців. Цей важливий компонент планування в системі надання медичних послуг відіграє суттєву роль у плануванні загального процесу соціально-економічного розвитку і ґрунтується на загальних національних принципах,



Котецька О. С. Планування як елемент управління діяльністю стоматологічного закладу охорони здоров'я. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р)*. Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 73 – 75.

тактиці та стратегії. Особливої актуальності набуває планування в процесі управління діяльністю стоматологічного закладу охорони здоров'я.

Планування як складова процесу управління стоматологічного закладу охорони здоров'я являє собою систематизацію цілей, задач, пріоритетів, видів діяльності для забезпечення адекватності між ресурсами та можливостями та потребами населення в стоматологічному обслуговуванні на даний момент і на майбутнє.

Мета планування в сфері надання стоматологічних послуг полягає в найбільш вдалому з економічної точки зору використанні навичок і умінь фахівців для ефективного, кваліфікованого і безпечного медичного обслуговування населення. Оптимальне його вирішення полягає не в забезпеченні наявності великої кількості професіоналів, а у використанні фахівців, кваліфікація яких відповідає потребам і вимогам стоматологічного обслуговування населення з огляду на наявні ресурси.

Практична роль і значення планування в наданні стоматологічних послуг населенню полягає в такому розміщенні ресурсів, при якому стоматологічне обслуговування було б доступним і ефективним для широких верств населення.

Відтак, основними завдання планування діяльності стоматологічного центру полягають в наступному [1]:

- забезпечення зниження витрат надання медичної допомоги;
- забезпечення медичної установи реальним економічним інструментом, що дозволяє знаходити грамотні управлінські рішення;
- сприяння виробленню раціонального господарського механізму;
- сприяння поширенню прогресивних форм надання медичної допомоги;
- сприяння науково-технічному прогресу.

Основними принципами системи планування діяльності стоматологічного центру мають бути такі:

- спрямованість діяльності стоматологічного центру на досягнення конкретних результатів у поліпшенні здоров'я громадян;
- адекватність фінансових ресурсів стоматологічного центру державним гарантіям надання населенню медико-соціальної та лікарської стоматологічної допомоги;
- забезпечення соціальної справедливості та доступності допомоги при реалізації державних гарантій незалежно від соціального статусу, рівня доходу і місця проживання громадян;
- висока ефективність використання ресурсів при наданні стоматологічних послуг за рахунок оптимізації структури обсягу і технологій медичної допомоги [2];
- прийнятний рівень адміністративних витрат;
- забезпечення високої ефективності впровадження сучасних медичних технологій у ході надання стоматологічних послуг.

Процес планування здійснюють фахівці з планування в стоматологічному центрі. Цей процес є динамічним, оскільки складений план повинен своєчасно реагувати й адаптуватися до мінливих ситуацій в діяльності стоматологічного центру. Також процес планування є циклічним, оскільки він проходить повторювані стадії збору та аналізу даних, складання, впровадження та оцінки плану. Тому, вважаємо за необхідне виокремити основні етапи процесу планування в діяльності стоматологічного центру [1]:

1. Початковий – полягає у формуванні нових ідей, поглядів, концепцій, визначення основних проблем.

2. Аналіз ситуації та організація планування включає: попередній огляд в контексті планування, первинну уданих, проект досліджень.

3. Збір та аналіз даних передбачає: розробку методів збору даних, проект опитування, збір і перевірка даних, прогнозування, вибір пріоритетів і необхідний науковий аналіз.

4. Визначення політики і формулювання плану закладу охорони здоров'я.

5. Впровадження плану в поточну діяльність закладу охорони здоров'я.

6. Оцінка обґрунтованості тактики та результативності впровадження процесу планування закладу охорони здоров'я.

Підсумовуючи вищевикладене відзначимо, що планування та управління діяльністю стоматологічного центру на практиці тісно взаємопов'язані. Планування, як елемент управління, являє собою управлінську технологію, яка використовується для підвищення відповідальності керівника закладу охорони здоров'я за фінансові результати, які досягнуті в процесі діяльності. На сьогодні система планування в закладах надання стоматологічних послуг є також інструментом контролю та координації виконання запланованих цілей і завдань, оскільки складені плани стають частиною системи управлінського контролю в процесі якого фактичні результати діяльності стоматологічного центру порівнюють із запланованими для вжиття необхідних заходів.

Список використаних джерел

1. Стратегічне планування в охороні здоров'я на рівні госпітального округу. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/recovery-and-peacebuilding/strategic-planning-healthcare-manual.html>

2. Яценко В. С. Стратегічне управління системою охорони здоров'я в контексті сучасних реформ в Україні. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*. 2019. № 25. С. 77-85.

УДК 316.46

JEL Classification: D83

Криворучко В. О.,

аспірант кафедри економіки підприємства,
Державний податковий університет, м. Ірпінь

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЛІДЕРСТВА В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Розвиток організації прямо пов'язаний із реалізацією місії та стратегії, накопиченням цінностей, побудовою внутрішньої узгодженості та налагодження



Криворучко В. О. Управління знаннями як передумова формування інституційного лідерства в закладі вищої освіти. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 75 – 78.

міжособистісної комунікації серед працівників організації. Формування спільних очікувань, цінностей, чіткий розподіл зон відповідальності, поява особистості “лідера” сприяють зростанню ефективності як кожного працівника окремо так і всієї команди, а також підвищенню якості кінцевого продукту. В результаті появи спільних цінностей організація перетворюється на “інституцію”.

Перехід від класичного адміністративного менеджменту до інституційного лідерства є одним із важливих етапів розвитку сучасної організації. Заклад вищої освіти не є виключенням. Зростання автономності на ринку, комерціалізація результатів освітньої та наукової діяльності, потреба в пошуку напрямків підвищення конкурентних переваг – усе це є стимулами внутрішнього корпоративного розвитку всередині закладу вищої освіти (далі – ЗВО).

А. Бойн та Т. Крістенсен [1, с. 275] пропонують наступні етапи формування інституційного лідерства в організації:

1. Розвиток ефективних практик вирішення проблем та їх попередження в майбутньому.

2. Створення норм регламентації нових практик (когнітивні, регулятивні та нормативні правила).

3. Погодження та прийняття норм практик всередині колективу організації (формування довіри, відповідність базовим традиціям та цінностям організації, відповідність управлінським принципам в організації).

4. Закріплення норм в організації (імплементация їх в базові бізнес-процеси).

5. Легітимація норм (прийняття норм іншими організаціями та їх співробітниками).

Інституційне лідерство є результатом формування спільних корпоративних цінностей, внутрішньої узгодженості організації, формуванню зовнішніх механізмів підтримки життєздатності організації та забезпечення її легітимності, накопичення та використання кращих управлінських практик. Результатом переходу до лідерства є формування інституційного лідера в організації. Його роль зосереджена на наступних напрямках [2, с. 75]:

– сприяння внутрішньої узгодженості в організації (усвідомлення місії організації та напрямків її реалізації);

– формування організаційної ідентичності в співробітників (усвідомлення працівниками власних обов’язків та відповідальності);

– підтримка внутрішньої динамічності та гнучкості в організації;

– підтримка зовнішніх механізмів життєздатності організації та забезпечення її легітимності;

– стимулювати збереження кращих управлінських практик, підходів, знань (аналіз “case study”).

В умовах економіки знань та посилення конкурентних переваг на ринку освітніх послуг існує потреба в перебудові системи управління за принципами інституційного лідерства закладу вищої освіти. Для закладів вищої освіти перехід до інституційного лідерства є показником нарощування конкурентних переваг на ринку. Трансформація системи управління закладу вищої освіти повинна включати наступне:

– аналіз цінностей, що формуються кожним процесом всередині ЗВО;

– впровадження стратегічного планування в ЗВО;

– проведення оцінки та формування напрямків розвитку людських ресурсів (впровадження системи управління знаннями);

- розбудову співпраці між ЗВО, бізнесом та публічним сектором;
- формування репозитарію знань та практик;
- розробку соціальної місії ЗВО;
- розробки системи індикаторів якості освіти та якості управління.

Важливий акцент необхідно зосередити саме на управлінні знаннями. Заклади вищої освіти набувають все більшої автономності на ринку, перетворюючись на самостійних гравців ринку, отримуючи дохід від надання освітніх та наукових послуг, тобто здатні капіталізувати власні знання. Це система взаємопов'язаних процесів та інструментів щодо створення, систематизації, аналізу, збереження, трансферу та актуалізації явних та неявних знань, а також забезпечення доступу до них всередині організації, спрямованих на створення додаткової цінності, відповідно до стратегії організації [3, 4].

Вважаємо, що впровадження системи управління знаннями в ЗВО дозволить перейти від “класичного” адміністрування до інституційного лідерства та перетворити університет на організацію, що самонавчається, адже такий тип організації здатний отримувати, створювати, аналізувати, зберігати, капіталізувати та застосовувати нові знання на практиці, змінюючи власну поведінку залежно від набутих знань. Заклад вищої освіти, в якому побудовано інституційне лідерство, внутрішнє управління спрямоване на розвиток інтелектуального потенціалу працівників, впроваджуються інструменти самонавчання, підвищення кваліфікації, обміну знаннями під впливом динамічного зовнішнього та внутрішнього середовища.

Систему цінностей закладу вищої освіти можна класифікувати на “класичні” цінності та “ринкові” цінності. Останні є вимогою сучасного економічного розвитку, формування ринку освітніх послуг та трансформації освіти під впливом економіки знань. Нижче, у табл. 1 класифіковано цінності сучасного ЗВО за наведеними критеріями.

Таблиця 1

Класифікація цінностей закладу вищої освіти

	“Класичні” цінності	“Ринкові” цінності
Внутрішні	– особистість, її права та свободи; – спільнота Університету; – лідерство; – креативність; – професіоналізм; – свобода вибору; – академічна доброчесність; – корпоративна солідарність; – безпека; – орієнтованість на знання як ресурс процесу навчання.	– відповідальність за результат навчання; – прибутковість та ефективність; – інноваційність та креативність; – якість освіти; – стратегічність; – взаємна обов'язковість; – орієнтованість на знання як капітал ЗВО;
Зовнішні	– реалізація державної мовної політики; – інтернаціоналізація; – міжкультурна толерантність; – відповідність інтересам громади, суспільства та держави; – активна громадянська позиція.	– відкритість, доступність та прозорість; – конкуренція; – репутація; – соціальна відповідальність; – клієнтоорієнтованість.

Джерело: [5].

Таким чином, інституційне лідерство є одним із ключових кроків розвитку сучасної організації, зокрема, закладу вищої освіти. Без трансформації внутрішнього управління заклад вищої освіти нездатний сформувати необхідні конкурентні переваги на ринку освітніх послуг поряд з іншими ЗВО. Перехід до інституційного лідерства передбачає, насамперед, ґрунтовний перегляд набору цінностей організації, впровадження стратегічного управління, оцінку людського капіталу – співробітників та їх знань. Для закладу вищої освіти система управління знаннями є інструментом, який дозволить ефективно вибудувати інституційне лідерство всередині організації.

Список використаних джерел

1. Boin, A., & Christensen, T. (2008). The development of public institutions: Reconsidering the role of leadership. *Administration & Society*, 40(3), 271-297.
2. Selznick, P. (2011). *Leadership in administration: A sociological interpretation*. Quid Pro Books.
3. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию. Москва : Изд-во ИНФРА-М. 2002. 504 с.
4. Руденко М. В., Криворучко В. О. Управління знаннями як конкурентна перевага підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 4. С. 74-78.
5. Калашнікова С. Розвиток лідерського потенціалу сучасного університету: основи та інструменти : навч. посіб. Київ : ДП “НВЦ “Пріоритети”. 2016. 44 с.

UDC 336.02

JEL Classification: H12

Matviichuk A. S.,
higher education seeker of the Faculty of
Transport, Management and Logistics,
National Aviation University, Kyiv
Gritsenko E. V.,
higher education seeker of the Faculty of
Transport, Management and Logistics,
National Aviation University, Kyiv
Scientific advisor:
Lytvynenko L. L.,
PhD in Economics, Associate Professor,
National Aviation University, Kyiv

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FEATURES OF CRISIS MANAGEMENT AT ENTERPRISES IN PANDEMIC CONDITIONS

The COVID-19 spread has significantly changed almost all areas. Small, medium-sized and large businesses, natural persons and legal entities felt the

negative impact of the pandemic at macroeconomic and microeconomic levels in different ways. The main losses were observed in 2020 when all economic sectors have been affected by the aftermath of the pandemic, mostly enterprises in service spheres, from cinemas and to warehouses and travel agencies [1]. Many companies worldwide have suffered from disruption of their supply chains, reduction of demand for products and services, scarce of imported raw materials, and strict quarantine restrictions implemented by the government.

It was noted that the effects of COVID-19 pandemic are long-lasting, so the recovery of work occurs slowly, and it may be challenging for businesses to handle the challenges on their own [2]. Large businesses can adjust rapidly to the threats of crises, while small businesses may not always adapt properly to the challenges, and are a preferred zone since they lack the financial back-up to hold on and avoid bankruptcy in the face of a financial downturn.

That is why countries with developed economies try to promote the entrepreneurship development by creating a favorable economic climate for its existence, develop and implement various crisis management strategies. Due to the introduction of forced measures to limit certain activities in connection with quarantine, the business sector suffers the greatest losses, which plays a crucial role in the accumulation of crisis processes in the economy [3]. Businesses need to anticipate positive events and overcome adverse circumstances. With an effective plan, companies should be able to turn problems into benefits. Despite the potential positive impact of contingency plans, several studies have shown that there are no formal contingency plans among SMEs and those precautionary measures vary widely.

The COVID-19 pandemic is an example of rare disruptions in business and everyday life. It is important for SME owners and managers to avoid business interruptions and economic damage from the pandemic and related restrictions. The company's crisis management involves restoring the cash flow generated within its operations to provide more efficient financial management to be capable of withstanding large external shocks [1, 4]. The COVID-19 outbreak has resulted in a high-stranded time for individuals and companies. However, it was also an opportunity to review current business practices to increase effectiveness and long-term competitiveness and innovation to survive at the current period and in the perspective. The time has come to secure core businesses and unlock new opportunities, or, in other words, to leverage and investigate [2]. To achieve business goals, the manager should consider using cross-functional teams, perform creative exercises, adjust expectations and results, maintain flexible business processes and train customer opinions.

In the modern unstable economic environment, in a pandemic, the effectiveness of the enterprise, as well as its profitability, solvency and liquidity

of assets are considerably influenced by low purchasing power of consumers, exchange rate fluctuations, as well as internal factors, such as inefficient management or inappropriate crisis measures, bottlenecks in production and marketing activity, innovation policy, etc. [1]. The emergence and development of a systemic crisis, affecting the main components of entrepreneurial activity, lead to the inability to restore self-sufficiency and the threat of bankruptcy as a result of rising debt. Under such conditions, a rapid response of managers (operational crash-program), effective crisis management, and mobilization of internal resources are required. An effective way out of the crisis is the use of crisis management procedures introduced into the system of business production and technical measures, the use of external and internal reserves to restore profitability and avoid bankruptcy.

It was identified that financial recovery as an integral part of crisis management includes a targeted selection of the most effective tools, tactics, necessary for a particular type of business. The individuality of the choice of these means does not mean that there are not some common tools for all companies in a crisis. Studying the experience of overcoming crisis situations of many countries and specific enterprises allows to form a flexible system of crisis management. The financial activity of the enterprise must meet the macroeconomic conditions and conditions set by the market [3]. That is why the step-by-step analysis of production and economic results of activity and the financial and economic mechanism of crisis transformations at the enterprises, and also revealing of reserves and methods of increase of profitability and liquidity of the enterprise are especially relevant.

It was concluded that crisis management is characterized by the use of individual, systems and situational approaches to prevent further deterioration in the performance of the enterprise and its stabilization using the external environment opportunities and methodical elimination of problems in the internal environment.

References

1. Kraus S., Clauss T., Breier M., Gast J., Zardini A., Tiberius V. The economics of COVID-19: Initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *Int. J. Entrep. Behav. Res.* 2020. 26. P. 1067-1092.
2. Baldwin R., Weder B. *Economics in the Time of COVID-19*. VOX: New York, NY, USA, 2020. 116 p.
3. Llanos-Contreras O., Alonso-Dos-Santos M., Ribeiro-Soriano D. Entrepreneurship and risk-taking in a post-disaster scenario. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2020. Vol. 16(1). P. 221-237.
4. Paces A. M., Weimer M. From Diversity to Coordination: A European Approach to COVID-19. *European Journal of Risk Regulation*. 2020. Vol. 11(2). P. 283-296.

УДК 331.108.244

JEL Classification: M12

Мельничук Т. В.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький
Науковий керівник:
Захаркевич Н. П.,
канд. екон. наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

СУТНІСТЬ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Одним з елементів системи управління персоналом в організації є управління адаптацією, яка стає найважливішим фактором зростання задоволеності роботою, результативності праці, скорочення плинності кадрів. Формування таких найважливіших установок персоналу, як задоволеність працею, залученість до роботи, відданість організації веде до зростання його активності, ініціативності, відповідальності, залучення до справи, а в кінцевому рахунку – до зростання ефективності самої організації. Термін “адаптація” походить від латинського *adapto* – “пристосовую”, та *adaptatio* – “прикладання, пристосування”. Вперше термін з'явився в фізіології і введений він був німецьким фізіологом Г. Аубертом в другій половині XVIII ст. Він означав адаптацію як “зміни (пристосованого характеру) чутливості шкірних аналізаторів до дії зовнішніх подразників” [1].

Єдиної думки вчених на розуміння адаптації персоналу не існує. В результаті аналізу та узагальнення літератури можна умовно поділити всі визначення даного терміну на три групи.

1. Частіш за все адаптація трактується як процес пристосування працівника до різних умов. Серед цих умов авторами вказуються:

- середовище функціонування (В. М. Музиченко) [2];
- умови зовнішнього і внутрішнього середовища (Є. В. Маслов) [3];
- робота в нових для працівника умовах праці (Н. Д. Стреколова);
- робоче місце і трудовий колектив (Е. Малініна) [4].

2. Однак багато вчених висувують точку зору, що адаптація – це двосторонній процес, тому називають її взаємним пристосуванням працівника і організації [5]. Цієї думки дотримуються Н. І. Шаталова, Н. М. Бурносков, А. І. Хорев, Т. І. Овчинникова та інші.

3. У розумінні даного поняття третьої категорією вчених-економістів має місце деталізація процесів, що відбуваються в організації при працевлаштуванні нового працівника. Тобто, з їх точки зору, адаптація – це процес:

- входження і закріплення людини (І. Юрасов) [6];
- професійної та соціальної орієнтації працівника (М. І. Петров) [7];
- знайомства співробітника з діяльністю організації (Г. А. Дністрянський) [8];
- освоєння працівником професійних і соціальних функцій (Н. К. Маусов, О. М. Ламскова) [9];
- включення працівника в нове для нього організаційно-виробниче середовище (П. А. Малуєв, Ю. Є. Меліхов [10]).

На нашу думку, адаптація – це цілісний, динамічний, безперервний, відносно стійкий процес перетворення індивідом самого себе і оточуючого середовища, який наразі триває внаслідок виникнення між ними протиріччя.

Отже, в результаті аналізу літературних джерел нами встановлено, що адаптація персоналу – динамічний, безперервний, цілісний та організований процес взаємного пристосування працівника та організації, що дозволяє забезпечити успішну “асиміляцію” працівника в організаційне середовище, засвоєння ним норм і принципів організаційної культури, усвідомлення свого місця в організаційній ієрархії та закріплення своїх професійних прав та обов’язків. Систематизація наукових розвідок у сфері управління персоналом дала можливість визначити, що “управління процесом адаптації персоналу закладу охорони здоров’я” – являє собою цілеспрямовану діяльність суб’єктів управлінського впливу щодо забезпечення успішного взаємного пристосування новоприйнятих або потенційних співробітників до нових умов праці/робочого місця та/або зміни роду професійної діяльності а також самого медичного закладу з метою забезпечення максимізації успішного функціонування новоприйнятого або потенційного працівника на основі оптимальних витрат ресурсів та у максимально короткі строки.

Список використаних джерел

1. Милославова И. А. Адаптация как социальнопсихологическое явление. *Социальная психология и философия*. Л. : Наука, 1973. Вып. 2. С. 13.
2. Музыченко В. М. Управление персоналом. Лекции. М., 2003. 528 с.
3. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия. М., 1999. С. 169-177.
4. Малинина Е. Адаптация сотрудника: случайности или подготовленная программа; Кадровое агентство “Эксклюзив Персонал; Проект “Эмси консалтинг”. URL: <http://www.emcon.ru/420-056.html>.
5. Управление персоналом на производстве : учеб. пособие для вузов / под ред. проф. Н. И. Шаталовой, Н. М. Бурносова. М., 2003. 387 с.
6. Юрасов И. Мониторинг адаптивности промышленных рабочих. *Управление персоналом*. № 14. 2006. URL: <http://www.top-personal.ru/issue.htmT/862>.
7. Петров М. И. Безопасность и персонал. *Управление персоналом*. № 1 (131). 2006. С. 164-169.

8. Днестрянский Г. А. Адаптация персонала. *Экономика, социология, менеджмент: Федеральный образовательный портал*. URL: management.edu.ru/db/msg/61284.html.

9. Маусов Н. К. Адаптация персонала в организации. *Управление персоналом*. № 13 (99). 2004. С. 26-31.

10. Малуев П. А. Управление персоналом. М., 2005. 184 с.

УДК 316.628

JEL Classification: M12

Подзігун С. М.,

доцент, завідувач кафедри маркетингу,
менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, м. Умань

Наскалова А. Е.,

здобувач вищої освіти,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, м. Умань

МОТИВАЦІЯ ЯК НАЙВАЖЛИВІША ФУНКЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сучасному етапі розвитку економіки України основним ресурсом підприємства стають працівники. Мотивація є головним елементом людського фактору, який не тільки створює матеріальні передумови виробництва, але і забезпечує їх ефективне використання. Ні одна система управління не функціонуватиме досконало, якщо в масштабі країни, регіону або окремого підприємства не буде розроблена ефективна система мотивація праці персоналу, яка би спонукала кожного працювати продуктивно для досягнення цілей.

Зміст мотивації праці не тільки як матеріальної складової заохочення до роботи, але і інструменту управління, що змінює ставлення людини до своєї праці, спонукає відповідальніше ставитися до своїх обов'язків, докладати більше зусиль до виконання роботи є важливою передумовою підвищення ефективності підприємства, а в умовах динамічних змін – інструментом заохочення до реалізацій не простих, але водночас життєво важливих змін. Тому мотивація праці – це створення умов для його зацікавленості в результатах діяльності підприємства на сьогодні є важливим питанням розвитку підприємства і заслуговує на особливу увагу [1, с. 52].



Подзігун С. М., Наскалова А. Е. Мотивація як найважливіша функція в управлінні підприємством. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 83 – 85.

Розуміння змісту мотивації – це головний показник професійної майстерності успішного керівника. Знання про поведінку людей – необхідна передумова для того, щоб допомогти їм реалізувати власні потреби та запобігти певним ускладненням, коли виникають конфліктні ситуації щодо поєднання інтересів підприємства та його персоналу [1, с. 53].

Завдання керівника підприємства полягає в тому, щоб мотиваційні цілі працівників у більшості співпадали з інтересами фірми і в кінцевому результаті вели до успіху.

Спланована система мотивації дозволяє суттєво підвищувати ефективність роботи персоналу, збільшувати об'єми продажу, покращувати виробничий процес та обслуговування клієнтів без додаткових матеріальних затрат з боку компанії. Тому що, коли працівник виконує свої посадові обов'язки із задоволенням, а цілі розвитку підприємства включають саморозвиток персоналу загалом, коефіцієнт корисної дії кожного працівника зростає в декілька разів [4].

Як побудувати внутрішньо мотивовану команду:

1. Принцип “10 % часу”. У деяких компаніях члени команди мають змогу витрачати 10 % робочого часу на проєкт за власним вибором, що виходить за рамки їхньої повсякденної роботи, але приносить користь бізнесу. Однак ризик цього підходу в тому, що команда, яка вже перевантажена роботою або перебуває в умовах кризи, може не сприйняти такого методу і навіть вважати його додатковим навантаженням.

2. Менше контролюйте. Ден Пінк рекомендує давати членам команди більше автономії: заохочувати людей самостійно ставити цілі; не казати: “Ви мусите зробити”, – а казати: “Можливо, варто...”; виділяти час для людей, коли вони зможуть прийти і вільно обговорити з вами робочі або особисті питання [2].

3. Заохочуйте співпрацю та розвиток. Якщо у вашої команди є багато різних навичок, корисно дозволити підлеглим виконувати роботу, що виходить за межі їхньої посади. Їх слід заохочувати співпрацювати з різними командами і навчати інших, наприклад, шляхом постійної зміни робочого місця. Відсутність мотивації, як правило, веде до втрати підприємством цінних працівників і у критичних випадках може спричинити кризовий стан. Більш того невдоволені працівники є джерелом поширення негативної інформації, а це у свою чергу завдає шкоди діловій репутації підприємства, відновити яку досить важко [3].

У 2020 році було багато змін до робочого середовища бізнесу усього світу. Зокрема, було зроблено дистанційну працю звичною для багатьох працівників.

Оскільки віддалена робота стала значно використовуватися у повсякденному житті і почали задавати питання: як вона впливає на організаційну культуру, особливо у довгостроковій перспективі? Чи можливо підтримувати сталу культуру у віддалених командах, і якщо так – що для цього потрібно. На це питання відповідей не існує, і підприємство ще мають їх знайти.

Віддалена робота – це не тільки про технології та обладнання, але й про побудову уявних робочих відносин. Якщо переступити через “людський” аспект, то ефективність дистанційної віддаленої праці може бути короткостроковою.

На перший план є поняття досвіду працівника, який потрібно моделювати й адаптувати під нові реалізації. Зокрема, якщо на роботу виходить нова

людина, але замість звичного привітання в офісі вона отримує лише електронного листа – чи зможе вона побудувати відносини з колегами?

Віддалена робота – це не тільки про технології та обладнання, але й про побудову віртуальних робочих відносин [3].

Цього року стало зрозумілим, що і менеджерам, і працівникам варто зосереджуватися на навичках управління собою й піклування про себе. Це означає розуміти себе, свої сильні сторони та свої обмеження. Знати, коли ви найбільш продуктивні, вміти вирішувати конфлікти (зовнішні та внутрішні) управляти власним навчанням (принаймні розуміти, у якому напрямку варто рухатися й робити певні кроки). Звичайно, усе це – досить непросто, тому підприємству потрібно допомогти ключовим працівникам у набутті таких навичок.

Список використаних джерел

1. Колот А. М. Мотивація персоналу: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2017. 337 с.
2. Мотивація 3.0: що керує працівниками у XXI столітті. URL: <http://management.com.ua/notes/motivation-3-0.html> (дата звернення: 1.11.2021).
3. Як підібрати мотивацію для кожного співробітника 5 теорій мотивації, перевірених часом. URL: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm352.html> (дата звернення: 1.11.2021).
4. Лютко О. М. Запровадження мотиваційного менеджменту в закладі освіти. Рівне : РОІППО, 2018. 180 с.

УДК 332.025.13

JEL Classification: I19

Самолук І. П.,

здобувач вищої освіти,

Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

Науковий керівник:

Синчак В. П.,

д-р екон. наук, професор,

професор кафедри менеджменту,

фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНТРОЛЮ В ЗАКЛАДІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

У процесі господарської діяльності організації виникає потреба в оцінюванні результатів її діяльності. У розрізі управлінського процесу така робота здійснюється



Самолук І. П. Деякі аспекти реалізації управлінського контролю в закладі охорони здоров'я. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 85 – 88.

в межах окремої функції менеджменту – контролювання [2, с. 70 – 71]. Як функція менеджменту, контролювання спрямоване на забезпечення досягнення цілей організації за допомогою оцінювання та аналізу результатів її діяльності, виявлення відхилень фактичних результатів від запланованих та внесення необхідних коректив.

З погляду досліджуваного питання, зауважимо, що контроль – це процес регулювання організаційної діяльності шляхом постійного спостереження за виробничою діяльністю та усунення відхилень, які при цьому виникають. В управлінні контроль підтримує взаємодію і взаємозв'язок різних видів діяльності в межах підприємства і окремих його підрозділів, стимулює її ефективність і результативність шляхом активного впливу на підконтрольні об'єкти [7]. Тож основна мета контролю полягає у забезпеченні виконання стратегії, дотримання основних параметрів діяльності, виконання управлінських рішень структурними підрозділами та окремими виконавцями [1, с. 222].

Як відомо з літературних джерел, заклади охорони здоров'я є складною соціально-економічною підсистемою з матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами, що потребують ефективної реалізації регулювальних функцій менеджменту та маркетингу [3, с. 3]. У цих закладах управлінський контроль, як правило, реалізується через внутрішній контроль. Його метою є допомога керівництву в управлінні і виконанні завдань на постійній основі. Підсистема внутрішнього контролю у досліджуваних закладах складається із взаємопов'язаних елементів: внутрішнє середовище, управління ризиками, заходи контролю, інформація та комунікація, моніторинг. Звідси і завдання керівника закладу охорони здоров'я, зокрема забезпечувати належне функціонування та створювати умови для забезпечення зв'язку всіх елементів внутрішнього контролю. У цьому процесі важливе місце відводиться створенню і функціонуванню внутрішнього аудиту, як окремого структурного підрозділу закладу охорони здоров'я.

Об'єктами внутрішнього контролю можуть бути: людські, фінансові, матеріальні, нематеріальні, інформаційні ресурси, інвестиції, засоби і системи автоматизації, технічні ресурси, системи захисту матеріальних і інформаційних ресурсів, управлінські рішення, процеси, окремі господарські операції, витрати, результати діяльності, організаційні форми управління, методи управління, функції управління, підсистеми менеджменту, та ін. [5].

Розглядаючи питання управлінського контролю як загальної функції менеджменту в закладі охорони здоров'я, не можна не відмітити, що головним у діяльності цієї організації є надання якісної медичної допомоги. Останнє особливо важливе в умовах реформування сфери охорони здоров'я. Поряд із цим ще більш вагомим значення набуває питання підвищення ефективності системи управління закладами охорони здоров'я, основною метою якого є забезпечення спроможності надавати якісну медичну допомогу в достатньому для споживача обсязі [6, с. 276].

Зауважимо, що внутрішній контроль якості надання медичної допомоги здійснюється керівництвом закладів охорони здоров'я та/або

медичними радами з однойменними назвами в межах повноважень, визначених законодавством. До основних з них відносимо: здійснення контролю за кваліфікацією лікарів і молодших спеціалістів з медичною освітою та професіоналів з вищою немедичною освітою, які працюють у закладі охорони здоров'я; самооцінку медичних працівників; організацію надання медичної допомоги у закладі охорони здоров'я; моніторинг реалізації управлінських рішень; моніторинг дотримання структурними підрозділами стандартів у сфері охорони здоров'я, клінічних протоколів; моніторинг системи індикаторів якості медичної допомоги; вивчення думки пацієнтів щодо наданої медичної допомоги [8].

Отже, керівник закладу охорони здоров'я повинен забезпечувати високу якість медичних послуг. Для цього необхідно сформувати відповідне внутрішнє середовище організації, в якій працівники активно залучені до виконання зазначених завдань.

Дослідження управлінського контролю в закладі охорони здоров'я допомагає визначити напрями його вдосконалення. Для прикладу можна розглянути організацію управлінського контролю на матеріалах КП "Хмельницький міський центр первинної медико-санітарної допомоги № 2" Хмельницької міської ради (далі – КП "ХМЦПМСД №2").

КП "ХМЦПМСД № 2" є комунальним унітарним некомерційним підприємством, яке здійснює господарську некомерційну діяльність, спрямовану на досягнення соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку. Заклад надає медичні послуги на підставі ліцензії на медичну практику, організовує свою діяльність відповідно до фінансового плану та плану використання бюджетних коштів, затверджених уповноваженим органом управління. Управління закладом здійснюється відповідно до Статуту підприємства на основі поєднання прав засновника, уповноваженого органу управління та керівника підприємства.

Щодо практичних аспектів управлінського контролю на рівні закладу розроблено та затверджено безперервну систему контролю якості медичної допомоги. Внутрішній контроль якості надання медичної допомоги організовується керівництвом і Медичною радою закладу охорони здоров'я та поділяється на три рівні. У закладі функціонує Служба внутрішнього аудиту. Разом із цим у КП "ХМЦПМСД № 2" введено в дію Порядок моніторингу клінічних індикаторів якості медичної допомоги, який дає змогу оцінювати ефективність медичних послуг і сприяє прийняттю управлінських рішень. Важливе місце в оцінці якості такого контролю відведено розробленим критеріям і індикаторам, а також стандартам роботи лікаря загальної практики-сімейного лікаря, які затверджені наказом директора КП "ХМЦПМСД № 2". За результатами оцінки якості надання медичної допомоги приймаються відповідні управлінські рішення, які втілюються у накази з персонально визначеними відповідальними і термінами виконання.

Не менш важливе значення в управлінському контролі у КП "ХМЦПМСД № 2" відводиться інформаційному забезпеченні. Його в закладі охорони здоров'я здійснює інформаційно-аналітичний кабінет медичної статистики.

Сучасні процеси глобалізації і діджиталізації, як один із напрямів реформування в медицині, вимагають сучасного підходу в організації роботи у сфері управлінського контролю. Це доцільно реалізовувати в практичних рішеннях на рівні закладу, що передбачає:

1. Використання в роботі МІС Medics, яка забезпечує виконання функцій реєстратури, робочого кабінету лікаря. Така система дає можливість здійснювати контроль за роботою медичного закладу, сприяє комунікації з клієнтами і з іншими медичними закладами, формує базу даних тощо.

2. Необхідність запровадження в закладі телемедицини, яка дозволить проводити консультації, організовувати відеоконференції та консилиуми, пересилати за допомогою інформаційних технологій результати діагностичних досліджень для отримання заключень та рекомендацій з віддалених медичних закладів. Це також допоможе в організації та проведенні семінарів і навчальних циклів для медичних працівників, сприятиме обміну інформацією звітного і статистичного змісту між закладами охорони здоров'я та спеціалістами.

3. Використання в управлінській практиці SWOT-аналізу для планування стратегії розвитку закладу та ABC/VEN аналізу для визначення раціональності використання коштів на придбання лікарських препаратів.

4. Поліпшення управлінського контролю в закладі, для чого слід постійно використовувати анкетування співробітників і пацієнтів, а також застосовувати методи самооцінювання та самоконтролю медичного персоналу.

Список використаних джерел

1. Баєва О. В., Новальська Н. І., Згалат-Лозинська Л. О. Менеджмент і адміністрування : в 2 ч. Ч. II. Менеджмент : навч. посіб. Київ : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. 326 с.

2. Волошин Р. В. Основи менеджменту : опорн. консп. лекцій. Тернопіль : ТНЕУ, 2012. 116 с.

3. Єрошкіна Т. В., Татаровський О. П., Полішко Т. М., Борисенко С. С. Основи менеджменту і маркетингу в медицині : навч. посіб. Дніпропетровськ : РВВ ДНУ, 2012. 64 с.

4. Касянчук В. В. Бергілевич О. М., Сміянова О. І. Впровадження системи управління якістю у лікувально-профілактичних організаціях ISO 9001:2015 : навч. посіб. ; за ред. проф. В. А. Сміянова. Суми : Сумський державний університет, 2019. 246 с.

5. Максимова В. Ф. Внутрішній контроль економічної діяльності промислового підприємства – системний підхід до розвитку. Одеса : ОДЕУ, 2005. 269 с.

6. Модернізація менеджменту та публічного управління в системі охорони здоров'я : кол. монографія / Р. Р. Августин та ін. ; за науковою ред. М. М. Шкільняка, Т. Л. Желюк. Тернопіль : Крок, 2020. 560 с.

7. Новікова Х. К. Внутрішній контроль як основна складова управління діяльністю підприємства. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопіль, 2015. Том 19. № 2. С. 109-116.

8. Про порядок контролю якості медичної допомоги : Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 28.09.2012 № 752. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1996-12> (дата звернення: 20.09.2021).

УДК 334.02

JEL Classification: O21

Терехівський В. В.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький
Науковий керівник:
Синчак В. П.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасне суспільство переживає динамічні перетворення соціально-економічних систем, що підвищує роль соціального розвитку персоналу в виробничих і управлінських процесах будь-якої організації. Така ситуація формує передумови для зміни принципів управління персоналом і доводить важливість соціального розвитку співробітників організації. Необхідність соціального розвитку персоналу обґрунтована також і тим, що від ефективного управління залежить як рівень продуктивності праці, так і економічні показники діяльності. Виважена соціальна політика забезпечує підвищення продуктивності праці, скорочення операційних витрат, покращує репутацію та імідж організації, збільшує привабливість роботодавця перед потенційними працівниками.

Визначення суті та специфіки планування соціального розвитку має важливе практичне значення і потребує теоретичного осмислення. В даний час існують різні трактування поняття “соціальний розвиток”. Ряд дослідників, Б. М. Генкін, В. Р. Веснін, Ю. Є. Булигін, розглядають соціальний розвиток як процес істотних кількісних і якісних змін або в соціальній сфері свого суспільного життя, або в окремих її компонентах, таких як соціальні відносини [1; 2; 3]. Більш ємне визначення знаходимо у А. Я. Кібанова, який відзначає, що соціальний розвиток включає всі зміни в соціальному середовищі, а саме в матеріальних, духовно-моральних і суспільних умовах, в яких працівники організації працюють, в яких розподіляються і споживаються блага, формуються об'єктивні зв'язки між особистостями, проявляються морально-етичні цінності [4, с. 220].



Терехівський В. В. Сутність планування соціального розвитку персоналу організації. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 89 –91.

Ми погоджуємось з трактуванням терміну, запропонованим А. Я. Кібановим, та відзначимо, що, на нашу думку, соціальний розвиток персоналу являє собою як розвиток соціального середовища, так і сфери соціальних відносин, заснованих на законах практичної діяльності людей, які проявляються у всебічному поліпшенні якості життя як окремих працівників, так і трудового колективу в цілому.

Соціальний розвиток персоналу – це процес, який дозволяє створити згуртовану команду однодумців, що розглядається як обов'язковий елемент мотиваційної політики організації, привабливий компонент HR-бренду організації, як інструмент внутрішнього PR і підвищення лояльності персоналу і як відображення і продовження корпоративної культури організації.

Окремою складовою процесу управління соціальним розвитком персоналу організації виступає процес планування. Так, за визначенням Шапіро С. О., планування соціального розвитку персоналу – це система взаємопов'язаних дій, що включають розроблення стратегії, прогнозування та планування потреби в персоналі, управління кар'єрою і професійним ростом, організацію процесу адаптації, навчання, тренінгу, формування організаційної культури тощо [5, с. 52].

Планування соціального розвитку персоналу є складним і багатогранним процесом, основною метою якого є підвищення якості його трудового життя. Причому, суб'єктами планування можуть виступати різні спільності людей. Так, на думку С. Г. Попова, планувати соціальний розвиток організації повинні організаційно оформлені спільності людей, а також сформовані ними органи управління, тобто це керівний склад, який наділений управлінськими функціями і здійснює управлінську діяльність [6, с. 103].

План соціального розвитку персоналу являє собою комплексну систему заходів, які спрямовані на всебічний розвиток соціальної успішності співробітників, підтримку професійного здоров'я і профілактику професійних захворювань. Сьогодні плани соціального розвитку персоналу формуються таким чином, щоб поєднати та реалізувати одночасно завдання співробітників і компанії, а це сприяє колаборації кваліфікованих фахівців і самої організації в цілому.

Отже, соціальний розвиток в цілому охоплює досить складний механізм, що приводить в дію людську активність, систему задоволення інтересів і потреб, мотивів і цілей, яка поступально розвивається та спонукає людей до праці, що визначає їх ціннісні орієнтири та установки. В свою чергу, план соціального розвитку, являє собою комплексний документ, що включає розділи, пов'язані із удосконаленням соціально-демографічної структури персоналу, підвищенням кваліфікації та освіти кадрів, покращення умов та охорони праці, зміцнення здоров'я працівників та поліпшення соціально-культурних та житлово-побутових умов працюючих. В розрізі кожного розділу можуть бути сформовані окремі цільові програми, реалізація яких спрямовуватиметься на задоволення потреб трудового колективу організації.

Список використаних джерел

1. Генкин Б. М. Экономика и социология труда: учебник для вузов. М.: Издательская группа НОРМА, 2007. 124 с.

2. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе. М.: Юрист, 2001. С. 25-37.

3. Булыгин Ю. Е. Организация социального управления (основные понятия и категории): учебное пособие. М.: "Контур", 1997. 255 с.

4. Кибанов А. Я., Дуракова К. Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2009. 459 с.

5. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала: учебное пособие. М.: ГроссМедиа, 2006. 102 с.

6. Попов С. Г. Социальный менеджмент: учебное пособие. М.: Изд-во Ось-89, 2009. 120 с.

УДК 316.422

JEL Classification: O31

Циганкова Н. О.,

здобувач вищої освіти,

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ІТ-ПРОДУКТУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗРОСТАННЯ ДОХІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній нестабільній економіці інноваціям приділяється особливо пильна увага. Розвиток інновацій неможливий без орієнтування на потенційного споживача, що відображається на безпосередній комерціалізації інновацій.

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

Інноваційний продукт – це результат науково-дослідної і/або дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам до інноваційної діяльності [3].

Інноваційні продукти є ключем до організаційного оновлення та успіху. Порівняно з іншими формами інновацій, радикальні інновації ІТ продуктів пропонують безпрецедентні переваги, які мають змогу призвести до вищої ефективності підприємства.

Сьогодні проводиться безліч досліджень, присвячених вивченню інноваційної парадигми соціально-економічного розвитку, впровадження ІТ-продуктів, онлайн-ресурсів тощо. Зазначені теми у своїх працях окреслювали І. Авдеева, Є. Лобанов, О. Марков, В. Шапіро, І. Шумпетер, D. Porumboiu, T. Kamburov, A. Reid, P. Simmonds та ін. [1, 2, 4, 6, 7].



Циганкова Н. О. Ефективність впровадження інноваційного ІТ-продукту та його вплив на зростання дохідності підприємства. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 91 – 94.

Незважаючи на значну кількість робіт, автори обмежуються розглядом теорії науково-технічних інновацій, методів їх стимулювання. Поза увагою залишаються інші продукти інновацій, зокрема ІТ сектору.

Успішність компанії, яка виробляє товари чи послуги, залежить від особливостей трьох складових – маркетингової політики, інвестиційної програми та “якості” персоналу, а тобто його обізнаності у продукті, який він продає. До уваги взято нове застосування технологій з користю для бізнесу клієнтів, при безпосередньому впливі на їх стратегію, продуктивність та становище щодо конкурентів.

Задля підвищення компетентностей персоналу підприємств-партнерів, які реалізують товари споживчої електроніки, компанією Філіп Морріс був розроблений ІТ-ресурс “DTE” (Digital Trade Engagement). Навчальні ІТ-ресурси та програми зі швидким доступом із будь-якого електронного пристрою знаходять все більше поширення в сучасних умовах постійних змін, а особливо в епоху пандемії, оскільки зручно інтегруються в робочі процеси багатьох професій та видів робіт, не займають фізичного простору, а й полегшують рутинну працю. Адаптація існуючих освітніх курсів під ринок споживчої електроніки та адміністрування проекту є актуальним для подальшого його використання при співпраці компанії Філіп Морріс з підприємствами-партнерами, а зокрема, низкою мереж по реалізації споживчої електроніки.

Розглянутий онлайн-ресурс “DTE”, який дозволяє попередньо зареєстрованим респондентам проходити виставленні завдання та отримувати за них бали, які можливо конвертувати у грошові одиниці або ж використати при купівлі речей, запропонованих в онлайн-каталозі. Додаток був розроблений спеціально для використання третіми особами (партнерами компанії Філіп Морріс) задля покращення знань, умінь та навичок персоналу, кінцевою метою чого стояло збільшення дохідності підприємства.

Метою дослідження був вплив освітнього онлайн-ресурсу на обсяг кінцевих продажів. Була проведена адаптація навчальних матеріалів під специфічний ринок споживчої електроніки, розповсюдження інформації та мотивування персоналу компаній-партнерів до виконання цих завдань. Прийнято, що вміст навчальних матеріалів спрямований на покращення рівня знань продавців компаній-партнерів задля більш якісного консультування потенційних покупців, відповідно, збільшення обсягів продажів.

Для знаходження аналітичного рішення щодо успішності даного проекту був проведений пілотний запуск проекту. Виявлено, що онлайн-ресурс збільшив відсоток продажів на 30 %. Була зафіксована кількість продажів до повномасштабного запуску проекту та після повноцінного функціонування протягом 3-х місяців. Загальна кількість вибірки торгових точок складає 650 штук, зростання обсягів продажів в яких спостерігалось поступово.

Контент програми “DTE” складається з освітніх модулів та бізнес-завдань. Термін виконання складає не більше 10 – 15 хвилин, що дає змогу приділяти цьому увагу під час робочого дня. За кожне завдання (рис. 1)

відведена певна кількість балів – від 5 до 20, гривень відповідно. Таким чином, персонал вмотивований виконувати завдання, завдяки яким покращує свої знання про продукт й, відповідно, якісніше проводить консультації і здійснює більшу кількість продажів, отримуючи додатковий заробіток.

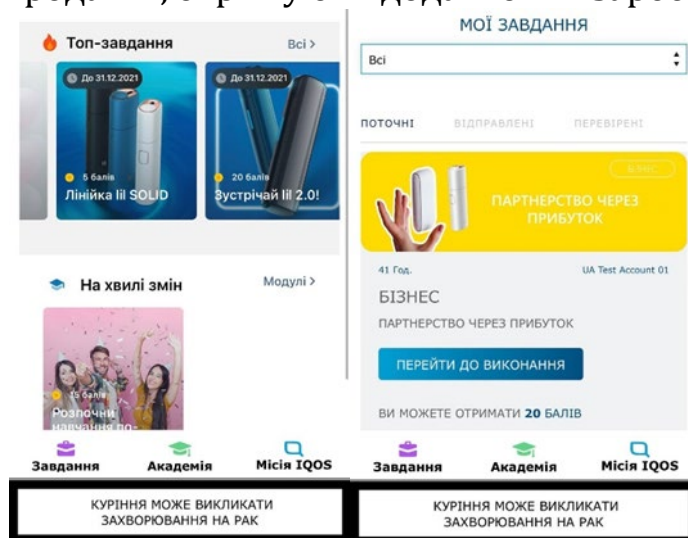


Рис. 1. Контент ресурсу DTE

Джерело: [6].

Отже, проведене дослідження показало високу ефективність використання інформаційного онлайн-ресурсу та його вплив на збільшення дохідності підприємства. Ефективність зумовлена зручністю, швидкістю та легкодоступністю ресурсу. Таким чином, розкриваючи трансформацію онлайн-ресурсу в інноваційний ІТ-продукт, як результат можливості збільшення доходу підприємства, ставилась мета узагальнити сучасний погляд на це питання зсередини та висловити авторське бачення моделювання цього об'ємного та науково цікавого питання в ІТ-продукт менеджменті.

Практична цінність цієї роботи полягає у виявленні механізму, який сприяє покращенню можливостей персоналу компаній-партнерів забезпечувати якість обслуговування клієнтів у точках продажу та збільшенню обсягів збуту дистанційно.

У рамках цього огляду важко розкрити проблему в повному обсязі, але це може стати предметом більш детального і поглибленого розгляду в зазначеному напрямку наукового дослідження.

Список використаних джерел

1. Авдеева И. А. Управление реализацией инновационных проектов. 2012.
2. Лобанов Е.В., Марков А.М. Инновационная деятельность компаний в сфере информационных технологий. Ползуновский Альманах № 3. 2009. Том 2. С. 201-202.
3. Про інноваційну діяльність : Закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. Дата оновлення: 05.12.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 22.11.2021).
4. Шапиро В. Д. Управление проектами. М., 2004.

5. Diana Porumboiu. Product Innovation – What is it and how to do it right. June 16, 202. URL: <https://www.viima.com/blog/product-innovation> (дата звернення: 23.11.2021).
6. DTE ресурс. URL: <https://ru.pmiopen.com> (дата звернення: 20.11.2021).
7. Todor Kamburov, Alasdair Reid, Paul Simmonds. Evaluation of Innovation Activities Guidance on methods and practices. June 2012. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/pdf/eval2007/innovation_activities/inno_activities_guidance_en.pdf (дата звернення: 23.11.2021).

УДК 331.108.6

JEL Classification: M14

Юрчишена С. Є.,
здобувач вищої освіти,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький
Науковий керівник:
Захаркевич Н. П.,
канд. екон. наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту,
фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

В умовах високої конкуренції на ринку медичних послуг довгострокова конкурентоспроможність закладу охорони здоров'я визначається повним використанням менеджментом та персоналом свого інтелектуально-ділового потенціалу на благо ефективного відтворення та сталого розвитку організації. Співробітники закладу охорони здоров'я є головною рушійною силою задля досягнення цілей та реалізації стратегії розвитку. Від того, наскільки кожен співробітник залучений до діяльності організації, залежить ступінь досягнення стратегічних цілей закладу охорони здоров'я, а отже, його довгострокова конкурентоспроможність та розвиток у ринкових умовах.

Корпоративна культура – це “сукупність матеріальних та духовних цінностей, норм, правил і стандартів поведінки, що панують в організації та відображають її індивідуальність” [1, с. 97]. Корпоративна культура дає можливість керівництву формувати імідж організації, чітко тлумачити

співробітниками прийняті управлінські рішення, підвищує почуття відповідальності працівників, полегшує процес адаптації нових членів організації та сприяє досягненню її цілей.

Усі автори виділяють такі спільні риси корпоративної культури як: цінності, традиції, норми, звичаї. Різниця полягає у цілях культури: для згуртування колективу, для досягнення цілей, для виконання робіт.

В цілому концепції трактування сутності корпоративної культури можна умовно розділити на дві основні групи: раціонально-прагматичну, яка розглядає корпоративну культуру як атрибут організації та передбачає можливість впливу на її формування; та феноменологічну, яка трактує корпоративну культуру як призначення самої суті організації та заперечує можливість цілеспрямованого прямого впливу на її формування. Перший підхід дає вихід на технологічні можливості в управлінні корпоративною культурою, а другий показує унікальність формування корпоративної культури, синергетизм її існування. Створення оптимального напрямку у формуванні та розвитку корпоративної культури та підвищенні її ефективності забезпечує об'єднання цих двох тенденцій [2, 3].

Корпоративна культура, з одного боку, спрямована на співробітників, їх згуртування та ідентифікацію себе з закладом охорони здоров'я, з іншого – сприяє ефективній адаптації системи управління організацією до зовнішнього середовища, що швидко змінюється, визначає здатність до саморозвитку, дає стратегічну перевагу перед конкурентами.

У корпоративну культуру входять символіка, традиції, особливості поведінки, процедури, обряди, структура спілкування. Символіка – фізичний символ або умовний знак, що представляє для організації ідею. Традиції – елементи спадщини, що передаються з покоління до покоління. Обряди – регулярні заходи колективу, які у певний час з певного приводу формують вплив на поведінку співробітників. Структура спілкування – канали неформального спілкування, якими співробітники дізнаються про цінності, обряди, ритуали.

Основу корпоративної культури закладу охорони здоров'я, на нашу думку, становлять базові цінності, ідеї, погляди, принципи, які поділяються всіма співробітниками організації. Вони можуть бути різними залежно від того, що лежить в її основі: інтереси організації в цілому чи інтереси окремих її членів. Це визначає стиль поведінки та спілкування між співробітниками організації. Культура співробітництва, що виявляється як культура міжособистісних взаємодій, та культура керівництва є важливими компонентами корпоративної культури.

Ще одним елементом культури корпоративної діяльності є мотивація працівників. Психологічний клімат колективу також є важливою частиною корпоративної культури, що формує її розвиток. Нормальна атмосфера міжособистісних відносин дає працівникові можливість почуватися частиною колективу, забезпечує інтерес до роботи в команді, спонукає до адекватної оцінки досягнень і промахів як власних, так і колег та організації в цілому.

Таким чином корпоративна культура закладу охорони здоров'я є сильним стратегічним інструментом. Вона дає можливість спрямовувати

всіх співробітників організації на загальні цілі та завдання, залучати їх до ініціативності, а також полегшувати спілкування між підрозділами закладу охорони здоров'я. Формування корпоративної культури слід розглядати як один з інструментів підвищення соціальної відповідальності організації, а соціально відповідальне ставлення до працівників може стати імпульсом до формування його якісно нової корпоративної культури. Формування корпоративної культури закладу охорони здоров'я має бути засноване на системному підході, відображенням якого служить наявність відповідних нормативних інструментів та внутрішніх індикаторів, які закладені у принципи розвитку корпоративної культури.

Список використаних джерел

1. Козлов В. В. Корпоративная культура. М.: Альфа- Пресс, 2015.
2. Гудкова Т. В. Особенности корпоративной культуры российских компаний. М.: РГ-Пресс, 2014. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=533712>.
3. Яшин Н. С., Григорян Е. С. Методология стратегической устойчивости предприятия. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2015. № 1 (55). С. 18-22.

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Подзігун С.,доцент, завідувач кафедри маркетингу,
менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, м. Умань**Слободяник Н.,**здобувач вищої освіти,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, м. Умань**ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ
УСПІШНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Система антикризового менеджменту ґрунтується на сукупності знань і практичному досвіді керівника, які спрямовані на оптимізацію механізмів регулювання економічної системи, виявлення прихованих ресурсів, потенціалу розвитку на складному етапі діяльності підприємства. Проблема формування системи антикризового менеджменту та оцінки її ефективності є складною, у практичному відношенні, й вимагає серйозних напрацювань в методичному плані. У період системної трансформації України у світовий економічний простір, указана проблема стала практично ключовим питанням, яке визначає функціонування підприємств в економічних умовах, що склалися. У зв'язку з цим, вивчення особливостей антикризового управління та формування методики оцінки ефективності системи антикризового менеджменту набуває гострої актуалізації та вимагає інноваційного пошуку вирішення складних економічних рішень.

Але “інновації” нині, безумовно, один з трендів – термін, додавання якого до назви заходу забезпечує йому 5 – 10 % додаткового кворуму. Що таке інновації, як з ними працювати і змусити їх приносити користь собі і своїй компанії? Цими питаннями задаються багато прогресивних керівників. Є свої інноваційні течії і в області маркетингу. Зазвичай, люди з недовірою ставляться до всіх змін, що відбуваються в компанії. Набагато спокійніше жити по сформованому розпорядку, робити те, що добре вмієш, і працювати з тими, з ким уже налагоджені контакти і встановлені правила взаємодії [1, с. 97 – 98]. Все це, досить типове для багатьох компаній, але, на жаль, не має ніякого відношення до інновацій.



Подзігун С., Слободяник Н. Інноваційний маркетинг як інструмент успішного управління діяльністю підприємства. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 97 – 99.

Інновації – це найновіші ідеї, їх грамотне втілення, команда однодумців, готових працювати, щоб зробити продукт, послугу, напрямок краще. У той же час – це ризик отримати результат, який необов'язково буде таким, як очікувалося. Таким чином, інновації – це ризик. І якщо ми говоримо про інноваційний маркетинг, то це, з одного боку, велика частка ризику, але з іншого – більш висока віддача в разі правильно обраного курсу.

Маркетинг завжди є витратною статтею бюджету компанії, тому, розподіляючи його, бажано прораховувати можливі ризики. Інноваційний маркетинг може вивести компанію на новий виток розвитку, допомогти зайняти нову нішу і “відбудуватися” від конкурентів – тоді вкладення з лишком окупляться. Але якщо все виділені на просування кошти вкласти в інноваційні ідеї, а ті не спрацюють, то компанія ризикує втратити певну частину своїх клієнтів.

Є кілька можливих напрямків, в яких може здійснюватися інноваційний маркетинг. Одне з них – створення такого товару або послуги, який передбачить очікування клієнтів. І це один з основних принципів інноваційного маркетингу: створення нового товару або зміна технології виробництва вже існуючого до такої міри, щоб результатом став якісно новий продукт. Інноваційний маркетинг – це також пошук нових ніш, ринків і сегментів. Однією з успішних стратегій для подібного пошуку може вважатися Стратегія Блакитного Океану. Основний її принцип – пошук характеристик продукту або послуги, важливих для споживача, але відсутніх у конкурентів [2].

Ще одна помилка пов'язана з тим, що інноваційним маркетингом повинні займатися співробітники відділу маркетингу. Інноваційні команди – групи, що займаються інноваціями, в тому числі в маркетингу, – повинні складатися з фахівців з різних областей. Об'єднувати їх має прагнення працювати над новими підходами, продуктами або послугами, відсутність боязні провалу, свобода ідей і думок. Для повноцінної роботи їм потрібен час і приміщення. І якщо компанія усвідомлює важливість роботи подібної команди, ці ресурси будуть їй надані. До її складу обов'язково повинні входити люди з вищого менеджерського ланки і ті, хто безпосередньо відповідає за стратегію розвитку компанії. Саме вони зобов'язані усвідомлювати необхідність в інноваційному маркетингу, щоб ідеї отримали втілення і дали бажаний результат. Адже інноваційний маркетинг може зачіпати і питання скорочення ресурсів організації для здійснення тієї чи іншої діяльності, наприклад, інновації в сфері процесу виробництва нового товару і доставки його споживачеві.

Можливо, інноваційна модель буде полягати в часткову передачу процесу виробництва іншим підрядникам або навіть самому споживачеві, як зробила компанія ІКЕА, коли почала продавати меблі в розібраному вигляді. І це теж інноваційний маркетинг, так як подібне рішення дозволило значно знизити витрати по збірці і скоротити вартість товару, від чого виграли і компанія, і покупець [3].

Інформування, переконання, зміна схильності купити продукт – такі цілі маркетингу, реалізовані програмою комунікацій компанії. Для їх досягнення

організації використовують чотири основних засоби маркетингових комунікацій: рекламу, особисті продажі, просування продажів і PR.

Очевидно, що ринкове супроводження інновацій (нових товарів, послуг та технологій) потребує нетрадиційних дій, прийомів, методів, тобто інноваційного маркетингу як набору інструментів та напрямів їх використання. Під інноваційним маркетингом, на нашу думку, слід розуміти використання новітніх інструментів у комплексі маркетингу (у дослідженні ринку, сегментації, просуванні, товарній, ціновій політиці, комунікаціях).

Список використаних джерел

1. Маркетинг у фармації : навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад.: О. Г. Чирва, С. М. Подзігун, О. В. Гарматюк. Умань : Візаві, 2020. 206 с.
2. Kozhukhivska R., Podzihun S., Udovenko I., Verniuk N., Petrenko N., Dluhoborska L. (2019). The assessment of anti-crisis management efficiency. The Proceedings of the 33rd Conference *International Business Information Management Association* (IBIMA 2019), Granada, Spain, 10-11 April, 2019, 1119-1125.
3. Функція мотивації трудової діяльності, її компоненти, теорії, шляхи. Інститут муніципального менеджменту і бізнесу. URL: <http://mirznani.com/a/268166/funktsya-motivats-trudovo-dyalnost-komponenti-teor-shlyakhi> (дата звернення: 05.08.2021).

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Сотник М. І.,
здобувач вищої освіти,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, м. Вінниця

ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НАУКОВО-ВИРОБИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. В сучасному світі кожне підприємство намагається максимально задовольняти потреби своїх клієнтів, створювати якісну та екологічну продукцію, розширювати асортимент власних товарів, застосовувати маркетингові дослідження та заходи задля збільшення обсягів продажу. Одним з найважливіших факторів, який безпосередньо впливає на здійснення покупки – є асортимент продукції, чим більше якісних товарів за справедливою вартістю пропонує компанія споживачу, тим більша вірогідність того, що



Сотник М. І. Особливості асортиментної політики науково-виробничих підприємств. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 99 – 102.

клієнт здійснить покупку саме в цьому магазині. Ринок товарів та послуг постійно вдосконалюється і змінюється, саме тому важливо слідкувати за усіма змінами для того, щоб завжди пропонувати споживачам актуальний та затребуваний товар. Науково-виробничі підприємства кожного разу зіштовхуються з такою проблемою, як відсутність необхідних товарів в асортименті, хоча на перший погляд це не здається надто складною задачею. “Як правильно підібрати товари в асортимент, враховуючи смаки та фінансові можливості різних сегментних груп?” – цим питанням займається відділ маркетингу, аналізуючи попередній досвід та створюючи відповідні прогнози на майбутнє.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Важливі питання щодо асортиментної політики науково-виробничих підприємств досліджувало багато відомих зарубіжних та українських науковців, серед яких: А. Мазаракі, Б. Берман, Дж. Еванс, М. Саллівана, Л. Балабанова, Д. Едкока, Н. Степанюк, Ф. Панкратова, М. Ілляшенко, Я. Кардаш, а також інші. Усі вони описували організаційні та технологічні заходи щодо формування асортиментної політики, а також теоретичні аспекти торговельної політики та методи цінової політики підприємства, які безпосередньо взаємодіють одна з одною.

Метою роботи є дослідження особливостей формування асортиментної політики науково-виробничих підприємств, визначення правильних цілей та створення рекомендацій для подальшого розвитку компаній.

Викладення основного матеріалу. Одним з головних критеріїв, за яким визначають успішність науково-виробничих підприємств є асортиментна політика, а саме формування оптимального товарного асортименту згідно загальних вимог та стандартів якості [2]. Асортиментна політика підприємства – одна з найбільш вагомих складових товарної політики, суть якої полягає у визначенні ефективного та оптимального набору товарних груп та підгруп, брендів та торгових марок, враховуючи попит на різні категорії товарів, потреби товарного ринку, різні сегменти, власні можливості та ресурси, можливості постачальників, з якими співпрацює компанія, цінову політику, сезонність та ступінь ризику. Асортиментна політика, це свого роду інструкція або конкретний план, за яким формується асортимент продукції, враховуючи власні можливості, перспективи розвитку та можливі загрози [5].

Науково-виробничі підприємства, які займаються розробкою власного виробництва, випуском продукції, здійснюють різноманітні технологічні, промислові, конструкторські та наукові дослідження, намагаються створювати якісні товари для різних сегментів споживачів, щоб максимально задовольняти усі важливі потреби [4]. Одне з головних завдань підприємства – створити достатньо стійкі конкурентні переваги та “завоювати” прихильність споживачів. Наявність оптимального асортименту продукції, який за різними важливими характеристиками та рівнем якості буде кращий ніж у конкурента, забезпечить компанії високий потік клієнтів, що принесуть їй прибуток [1]. Формування асортименту компанії відбувається на основі детального аналізу потреб та вимог споживачів, визначення специфікації та обсягів виробництва, оцінки аналогічних товарів, які мають схожі характеристики. Після здійснення усіх необхідних досліджень науково-виробничого підприємства відбувається вдосконалення наявної продукції та створення нових товарів, враховуючи потреби споживачів та аналогічні товари конкурентів [2].

Асортиментна політика поєднує в собі велику кількість досліджень та має на меті збільшити обсяги продукції, підвищити рівень стабільності компанії, вона впливає на конкурентоспроможність та допомагає в результаті отримати високі прибутки. Асортиментний перелік товарів, який розробляє науково-виробниче підприємство є індивідуальним, оскільки він враховує спеціалізацію та особливості ринку. Наявність саме такого переліку допомагає контролювати стабільність та повноту асортименту продукції.



Рис. 1. Цільові орієнтири асортиментної політики підприємства
Джерело: [2, 3, 6].

Наповнення асортименту підприємств відбувається враховуючи попередній досвід, нові сучасні тенденції, запити клієнтів та технологічні можливості компанії [6]. Тут важливо не лише здійснювати правильні та оптимальні дії, враховуючи попередній досвід, але також експериментувати, впроваджуючи в асортимент нові товари для привертання уваги клієнтів та збільшення рівня конкурентоспроможності фірми [3].

Кожне науково-виробниче підприємство зіштовхується з певними проблемами та задачами щодо формування асортименту продукції. До них можна віднести: постійні зміни та вимоги техніко-технологічної бази, оскільки потреби споживачів постійно змінюються та зростають; відсутність чітких правил та оптимізаційних моделей за якими потрібно вибудовувати асортиментну політику; система управління асортиментом недостатньо злагоджено функціонує у зв'язку з відсутністю застосування правильних методик товарної політики; високий рівень конкуренції – компанія дуже часто не встигає реагувати на усі зміни, які відбуваються на ринку; іноді інвестиції, які вкладає фірма у виготовлення нової продукції, чи вдосконалення існуючої не приносять відповідного рівня рентабельності [4].

Важливість асортиментної політики для науково-виробничого підприємства полягає в тому, що саме вона враховує та аналізує життєві цикли товарів, попит на них, різні особливості продукції, а саме функціональне призначення, якість, зручність, надійність, гарантії та сервісне обслуговування [2]. Під час формування асортиментної політики компанії здійснюють маркетинговий аналіз, виробничий, а також економічний, саме це допомагає більш масштабно розглянути усі проблеми та задачі компанії і в найближчий час знайти правильні рішення [5].

Висновки. Асортиментна політика науково-виробничого підприємства містить у собі сукупність методів, маркетингових принципів, стратегій та сучасних методик, за допомогою яких формується найбільш оптимальний та цілісний асортимент продукції. Вона враховує специфіку роботи компанії, смаки клієнтів, успішність та перспективи розвитку сучасних брендів, які

виходять на ринок і співпрацюють безпосередньо на пряму з фірмою. Значення асортиментної політики для науко-виробничого підприємства є вагомим, оскільки саме вона сприяє збільшенню реалізації товарів, залученню нових клієнтів та підвищенню рівня конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ, 2013. 268 с.
2. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія. Київ, 2012. 272 с.
3. Заблудська І. В. Товарна політика підприємства : монографія. Луганськ, 2010. 240 с.
4. Яуковчук М. Л. Підвищення ефективності асортиментної політики підприємства. Магістерська робота. Тернопіль, 2017. 110 с.
5. Діденко Є. О., Савельєв Д. С. Управління асортиментною політикою підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910>.
6. Кириченко С. О., Половинка К. І. Принципи формування асортиментної політики. *Агросвіт*. 2021. № 1-2. С. 90-94.

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Шуміло О. С.,
д-р екон. наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, м. Харків
Євтушенко В. А.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, м. Харків

МАРКЕТИНГ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

Трансформаційні економічні умови сьогодення сповнені змін й небезпек характеризуються періодичними виникненнями кризових ситуацій у діяльності підприємств, які спричиняються впливом зовнішніх та внутрішніх факторів під час їх функціонування. Без належного управління на підприємстві, що



Шуміло О. С., Євтушенко В. А. Маркетинг в антикризовому управлінні. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 102 – 104.

господарює у кризовому стані знижується платоспроможність, що приводить у подальшому до банкрутства. У таких умовах під час управління підприємством менеджерам доцільно застосовувати сучасні інструменти антикризового управління серед яких пріоритетними є маркетингові технології.

З метою удосконалення процесу управління інструменти маркетингу мають використовуватися комплексно, у взаємодії із інструментами менеджменту, адже маркетингові технології є найбільш сприятливими для подолання кризових умов, вони зарекомендували себе як спроби підвищення ефективності діяльності підприємств. Головною особливістю прийняття комплексних маркетингових рішень є те, що аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища має бути безперервним, стати базою процесу управління і забезпечувати управлінський процес інформацією. Маркетинг має стати основою антикризового управління яка забезпечує стійке функціонування всіх підрозділів підприємства.

Цілі маркетингу мають бути узгоджені з метою загальної стратегії підприємства. У стабільних системах, до яких належать підприємства, головна мета управління – підвищення ефективності діяльності і зростання вартості бізнесу. Таким чином, можна виділити наступні цілі маркетингу: максимізація обсягу продажів, максимізація прибутку, збільшення частки ринку, збільшення вартості бренду, збільшення частки лояльних покупців і ін. При антикризовому управлінні головною метою підприємства є запобігання або мінімізація негативних наслідків кризи, забезпечення умов отримання необхідних грошових коштів від збільшення обсягу збуту виробленої продукції. Для даного виду управління цілями маркетингу можуть бути: пошук нових ринкових можливостей, підтримка рівня продажів, збереження частки ринку, збереження частки лояльних покупців і ін [1].

Серед основних чинників, що визначають ефективність маркетингу під час антикризового управління виділяють професіоналізм маркетологів та вміння управляти у менеджерів, проведення наукових досліджень та прогнозування загальних тенденцій ринку та споживання продукції, якість антикризових маркетингових стратегій та комплексу маркетингових заходів, контроль за реалізацією маркетингових заходів, проведення маркетингових заходів у нестандартних, екстремальних умовах, тощо.

Слід зазначити, що антикризове управління за своєю суттю є стратегічним управлінням, при чому антикризовий маркетинг – інструмент для його підвищення, де кінцевим результатом управління є розробка маркетингової антикризової стратегії, яка має забезпечувати вихід підприємства із кризового стану.

Антикризова стратегія формується в межах загального стратегічного планування, але особливістю є акцептування уваги на засобах оцінки, аналізу і контролю, визначення завдань, розроблення та реалізації управлінських рішень, які стосуються основних параметрів життєдіяльності підприємства у кризовій ситуації [2]. Антикризові стратегії мають відповідати цілям, можливостям, ресурсам підприємства, галузевій позиції що займає

підприємство, бути адаптивними та перспективними щодо створення умов виходу, підприємства із кризи та покращення позицій на ринку та мають реалізуватися у кожній конкретній програмі.

Незважаючи на достатньо значну роль маркетингу у системі антикризового управління існує багато проблем маркетингового менеджменту. Адже вітчизняні підприємці все ж таки у своїй практичній діяльності не поспішають відмовлятися від ряду умовностей, серед яких є й використання нових методів управління. Отже, українські підприємства не мають єдиної думки, щодо впровадження маркетингу, вони нехтують освітою у цій галузі, коли тим часом на ринок заходять зарубіжні підприємці, що окрім активізації конкуренції для вітчизняних підприємств супроводжується відтоком кваліфікованих кадрів, інвестиційним пригніченням. Серед проблем маркетингу, що потребують подолання слід виділити й недостатню усвідомленість серед співробітників та керівників місії підприємства і маркетингової стратегії, не повну орієнтацію на споживача, хоча орієнтація на споживача має бути основою ведення бізнесу.

Для українських підприємств у сучасних умовах господарювання важливим та необхідним є застосування маркетингових технологій для прийняття стратегічних управлінських рішень під час антикризового управління, що сприятиме стабільному функціонуванню підприємств та укріплення їх ринкових позицій.

Список використаних джерел

1. Натрус К. С., Химинич С. Ю. Антикризовий маркетинг, як складова стратегічного управління. URL: <https://economic-bulletin.com/index.php/journal>.
2. Телін С. В. Антикризове управління як засіб запобігання банкрутству підприємств. *Вісник ХНУ. Економічні науки*. 2010. № 5. Том 2. С. 216.

СЕКЦІЯ 7. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

УДК 342.55

JEL Classification: P11

Самойлов О. О.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Навчально-науковий інститут фінансів, банківської справи,
Університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь

РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах вагомим фактором демократизації суспільного життя, необхідною передумовою становлення громадянського суспільства та наближення влади до народу є місцеве самоврядування [1]. Місцеве самоврядування – це стабільний інститут муніципальної влади, який спроможний виконувати покладені на нього обов'язки перед громадою і нести відповідальність за власні дії. Проте соціально-економічна та політична криза вказують на недоліки його розвитку у сфері здійснення повноважень, організації роботи, механізму формування [2].

В сучасних реаліях для України є проблема занепаду потенційно вагомих сфер економіки та низький рівень життя населення, що відображається і на рівні розвитку місцевого самоврядування, в зв'язку з чим не можна допустити перекладання фінансування місцевої інфраструктури, що знаходяться на території громад, з державного бюджету на бюджети громад. Будь-які реформи в Україні необхідно проводити, виходячи із потреб і цілей суспільства, чіткого розуміння того, який результат і місце у світовому співтоваристві хоче досягти Україна, що потребує розробки та затвердження комплексної національної стратегії розвитку країни [3]. Одним з пріоритетів сталого розвитку демократичних держав сьогодні є реформування місцевого самоврядування. Метою реформування місцевого самоврядування в Україні є підвищення якості життя людини за рахунок створення умов для сталого розвитку територіальних громад як самостійних та самодостатніх соціальних спільнот, члени яких матимуть можливість ефективно захищати власні права та інтереси шляхом участі у вирішенні питань місцевого значення [4].

В 2014 році початком реформування місцевого самоврядування стало прийняття Кабінетом Міністрів України “Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні”, яка визначила головні шляхи розв'язання проблем системи місцевого самоврядування. Метою “Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні” є визначення напрямів, механізмів та строків



Самойлов О. О. Реформування місцевого самоврядування в Україні. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 105 – 107.

формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади, спроможної максимально забезпечити передовсім надання якісних та доступних адміністративних, соціальних та інших послуг, становлення інститутів демократії участі, задоволення інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Серед проблем, які необхідно було подолати це: неспроможність переважної більшості органів місцевого самоврядування здійснювати власні та делеговані повноваження; обмеженість фінансових ресурсів місцевого самоврядування; неузгодженість місцевої політики щодо соціально-економічного розвитку з реальними інтересами територіальних громад; надмірна централізація повноважень органів виконавчої влади. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні передбачала шляхи вирішення цих проблем, а саме: визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади, здатних забезпечити доступність та належну якість публічних послуг і необхідної для цього ресурсної бази; створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення здійснення органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень; розмежування повноважень між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування; запровадження механізму держконтролю за відповідністю Конституції та законам України рішень органів місцевого самоврядування; залучення населення до служби в органах місцевого самоврядування, сприяння розвитку форм прямого народовладдя [5].

У цій Концепції зазначено етапи здійснення реформи місцевого самоврядування, а також встановлено строки їх виконання. Однак ці строки не дотримуються, і виникає багато проблем безпосереднього здійснення реформування. Як зазначає М. Білоусов, для запровадження механізму державного контролю за відповідністю Конституції та законам України рішень органів місцевого самоврядування виникає потреба в упорядкуванні системи державного нагляду та контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування через ухвалення окремого закону; для залучення населення до служби в органах місцевого самоврядування, сприяння розвитку форм прямого народовладдя потрібно прийняти низку важливих законів, які стосуватимуться місцевого референдуму, який хоча й гарантується фрагментарно в законі “Про місцеве самоврядування в Україні”, проте не може бути втілений у життя [5].

Список використаних джерел

1. Мішин С. І. Теоретично-методологічні засади реформування системи місцевого самоврядування. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 60-77.
2. Петришина М. О., Колодяжний О. О. Зарубіжний досвід реформування місцевого самоврядування: на прикладі Франції та Польщі. *Молодий вчений*. № 1 (28). Ч. 2. 2016. С. 47-51.

3. Олійник В. С., Олійник В. В., Шумний Н. О. Проблеми реформи місцевого самоврядування: зарубіжний досвід та українські реалії. *Право і суспільство*. 2020. № 2. С. 104-111. (Серія: “Розбудова держави і права: питання теорії та конституційної практики”).

4. Багмет М. О., Ємельянов В. М. Актуальні проблеми реформування органів місцевого самоврядування. URL: <https://buklib.net/books/35867>.

5. Білоусов М. Реформа місцевого самоврядування: висновки та прогнози. 2021. URL: <https://uba.ua/ukr/news/8439>.

УДК 331.5.024.5

JEL Classification: J08

Чернятевич Я. В.,

канд. екон. наук, доцент,

головний науковий співробітник

проблемної науково-дослідної лабораторії

соціальних досліджень ринку праці,

Інститут підготовки кадрів державної

служби зайнятості України, м. Київ

РИЗИКИ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ

Впровадження в життя будь-яких нових технологій, зокрема цифрових – процес тривалий і несе в собі масу невідомих ще викликів та небезпек для людства. Їх зазвичай об'єднують у три групи: соціально-економічні, техніко-організаційні, природні. На думку О. Сосніна, “усе це достатньо повно ми усвідомили в XX столітті, впроваджуючи в реальну економіку досягнення науково-технічного прогресу... В той же час, аналіз глобальних тенденцій розвитку людства в XXI столітті дозволяє стверджувати, що подальший розвиток держав буде відбуватися за умов величезних технологічних і психоемоційних викликів та ризиків. На цих засадах уже сьогодні відбувається становлення суспільств, їх політики, військової справи і, безумовно, науки і освіти. Ризики стають фундаментом принципово нової економіки (knowledge-based economy), основою конкурентоспроможності країн, де створюються нові проривні технології надвисокого рівня (high-tech)” [1].

В узагальненому вигляді до числа основних ризиків і загроз цифровізації відносять [2]:

- можливість концентрації влади на ринку і посилення монополій;
- захоплення нових ринків транснаціональними корпораціями;



Чернятевич Я. В. Ризики впливу цифровізації на ринок праці України. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 107 – 111.

- дестабілізація грошово-кредитної системи;
- наростання залежності від компаній-лідерів в сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

Для ринку праці в умовах розвитку цифровізації варто виокремити специфічні соціальні ризики, які визначаються наступним чином:

1. Ризики втрати роботи. Цифровізація для ринку праці означає збільшення кількості безробітних, збільшення робочого навантаження і розмивання кордонів між роботою і приватним життям. З однієї сторони, автоматизація процесів залишить без роботи частину населення. Зокрема, в першу чергу прогнозується збільшення кількості безробітних серед низькокваліфікованих працівників, молоді та жінок. За даними Deutsche Welle, у 2020 році в усьому світі було скорочено 8,8 % робочого часу, що еквівалентно 255 млн повних робочих місць. Це вчетверо більше, ніж було втрачено під час фінансової кризи 2008 – 2009 років [3]. При цьому найбільш уразливими групами населення стали молодь, жінки, робітники сфери харчування, туризму.

З іншої, виникатимуть нові потреби та запити з боку ринку праці на нові професії (герокінезіолог, естетист, спеціаліст із сонячних технологій, аналітик автотранспорту, ренатуралізатор, персональний вебменеджер, посол із культури компанії, міський фермер, аудитор екосистем, консультант із питань роботів, цифровий мемуарист, дизайнер ігрофікації, експерт зі спрощення, архітектор віртуальної реальності, інженер 3D-друку, консультант із цифрової валюти) та трансформацію наявних (учитель, шкільний дієтолог, містопланувальник, бібліотекар) [4]. Частково вирішити наведені проблеми працевлаштування можна шляхом стимулювання самозайнятості, формування культури “навчання протягом усього життя”, створення й розвитку цифрових платформ талантів.

Окремо варто зазначити, що ризики втрати роботи пов’язані як з безробіттям, так і з бездіяльністю як неможливістю виконувати свої професійні обов’язки.

2. Ризики втрати основних джерел життєзабезпечення. Джерелами життєзабезпечення людини є її особисті доходи та доходи сім’ї. Внаслідок розвитку цифровізації частина населення може втрачати робочі місця і відповідно втрачати джерела доходів. Це стосується осіб, що є структурними безробітними, тобто такими, що втратили роботу у результаті науково-технічного прогресу, під впливом структурних диспропорцій на ринку праці, невідповідності між попитом і пропозицією робочої сили за професією, кваліфікацією, географічними та іншими ознаками.

В Україні “зникаючими” професіями є вахтери, сторожі, ліфтери, копірайтери та рерайтери, листоноші, представники робочих спеціальностей на фабриках та заводах, турагенти, оператори Call-центрів тощо. Здебільшого працівниками таких професій є люди старшого віку, яким досить складно перекваліфіковуватись або знаходити нові робочі місця внаслідок певних вікових та професійних обмежень.

За умов, що щороку в Україні зростає вік виходу на пенсію, такі працівники ризикують втратити роботу достроково, не допрацювавши до пенсійного віку.

3. Втрати можливості соціального захисту та соціального забезпечення. Сучасний стан соціального захисту в Україні можна охарактеризувати, як [5]:

- різноманітні пільги, соціальні виплати та соціальні послуги в Україні безпосередньо передбачені у 58 законах та більше ніж у 120 підзаконних нормативно-правових актів;
- згідно з чинним законодавством, в Україні існує 120 категорій пільговиків, з яких лише 45 відзначаються за соціальною відзнакою, а 57 за професійною;
- в Україні налічується близько 130 категорій одержувачів різних соціальних виплат, з яких лише 70 отримують за соціальною ознакою, а 50 – за професійною;
- усі пільгові категорії мають право на більш як 120 видів пільг та понад 60 видів допомог;
- соціальний захист та соціальне забезпечення є найбільшою видатковою статтею бюджету – навіть більшою ніж видатки на охорону здоров'я, освіту.

Такий стан справ свідчить про значні проблеми у сфері надання соціального захисту населенню, реалізації його прав. Зокрема, характерним є: недосконалість нормативно-правової бази щодо реформування системи соціального захисту населення; необхідність структурних змін у програмах, спрямованих на підвищення адресності соціальної допомоги, в тому числі за рахунок, скасування пільг, наданих багатьом категоріям громадян незалежно від їх матеріального становища, або встановлення там, де можливо, нового порядку надання соціальної допомоги, що базується на перевірці доходів; відсутність взаємоузгодження різних програм соціальної допомоги, наприклад програм дитячих допомог, житлових субсидій і соціальної допомоги родинам; складність переходу до єдиної системи грошових трансфертів у рамках мультипрограмної системи соціального захисту населення [5].

Варто додати, що процеси цифровізації поглиблюють вказані проблеми, сприяючи появі нових соціально незахищених категорій населення, відсутності механізмів їх захисту та соціальної допомоги.

4. Ризики формування психологічної залежності, а в крайніх випадках навіть деградації особистості. Сучасний ритм життя, інтенсивність процесів розвитку, включеність в суспільні процеси вимагають від людини прийняття швидких рішень стосовно усіх аспектів свого життя. Доступ до мережі Інтернет, наявність необхідного цифрового обладнання створює передумови до постійного включення в виробничі процеси. Співробітники багатьох компаній працюють 24/7, весь час перебувають у мережі, користуються усіма доступними засобами комунікації та вирішення робочих моментів. Через це звичними справами є надмірна інтенсивність праці, наявність ознак втоми, психологічне вигорання тощо. Все це призводить до проблем з фізичним та психологічним

здоров'ям, до пошуку шляхів розслаблення та появи ознак деградації особистості (як фізичної, так і психологічної). Саме цифровізація стає тим механізмом, що розхитує психічну стабільність людини та призводить до певних порушень у процесі виконання професійних обов'язків та інструкцій.

5. Ризики соціального відторгнення та дезадаптації людини в суспільстві. Питання, так званого, соціального відторгнення тісно пов'язані з проблемами працевлаштування та бідності. Внаслідок поширення цифровізації частина населення країни втрачає робочі місця і відповідно стає виключеною з соціальних процесів. Мова йде про втрату певних громадянських прав, таких як: право на допомогу при народженні, безпечний і здоровий життєвий простір, адекватне харчування, на медичну допомогу, якісну освіту, на політичну участь, захист від безробіття, на гідну старість тощо.

Поряд з тим, робітник може відчувати ознаки певної дезадаптації, тобто небажання визнавати або невміння виконувати вимоги соціального середовища, а також реалізувати свою індивідуальність у конкретних соціальних умовах [6].

Загальні прояви соціальної дезадаптації у людини зводяться до наступних моментів:

- постійна неуспішність у навчанні або нездатність заробляти власною працею;
- виражена неуспішність у життєво важливих сферах спілкування (у сім'ї, навчальній або виробничій групі, міжособистісних стосунках);
- порушення моральних і правових норм;
- ізоляція від оточення у поєднанні з ворожим ставленням до нього.

Крім того, так звані, соціальні ризики тісно пов'язані з прогресивною автоматизацією праці та використання робототехніки, що призводить до заміни фізичної/ручної праці. Загалом наслідками негативного впливу цифрових процесів на ринок праці, як України, так і світу є:

- загрози структурного безробіття і в подальшому неможливість адаптації потрібних навичок;
- “розрив” у рівнях заробітної плати, бо саме цифрові технології вимагатимуть більш високого рівня вмінь щодо їх використання;
- менший доступ до соціальних гарантій і разом з тим відсутність пакета соціального та медичного страхування під час online-зайнятості;
- ризик зниження культурного розвитку, тобто “стирання” історичних традицій та культурного спілкування в театрах, виставках, музеях тощо.

Як зазначають О. Хандій та Л. Шамілева, причинно-наслідкові зв'язки між цифровізацією економіки та можливими проблемами та наслідками, які можуть проявитися в соціально-трудових відносинах, обумовлюють необхідність розробки методології оцінки та кількісного виміру впливу цифровізації на сферу праці. Визначення вірогідності прояву та реалізації відповідних ризиків забезпечують науково-методичне обґрунтування розробки соціально-економічних механізмів їх мінімізації чи запобігання [7].

Очевидним є той факт, що за таких умов будь-яке суспільство потребує ефективних механізмів реагування на вказані загрози, інструментів нейтралізації негативного впливу та використання переваг у конкурентному середовищі. Всі ці механізми перебувають у віданні державних інституцій, органів державної влади, що відповідають за реалізацію державної політики у різних сферах.

Список використаних джерел

1. Соснін О. Цифровізація як нова реальність України. URL: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/tsyfrovizatsiya-yak-nova-realnist-ukrayiny>.
2. Пищуліна О. Дві сторони цифрових технологій: "цифрова диктатура" або збереження стійкості. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovyykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhennia-stiikosti>.
3. Пандемія COVID-19 спричинила втрату чверті мільярда робочих місць – звіт МОП. URL: <https://www.dw.com/uk/pandemiia-covid-19-sprychynyla-vtratu-chverti-miliarda-robochykh-mists-zvit-mop/a-56340090>.
4. Шевчук І. Б., Депутат Б. Я., Тарасенко О. Є. Цифровізація та її вплив на економіку України: переваги, виклики, загрози й ризики. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 47 (2). С. 173-177.
5. Холодніцький А. М. Сучасний стан соціального захисту в Україні. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/233.pdf>.
6. Христук О. Л. Психологія девіантної поведінки: навчально-методичний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2014. 192 с
7. Хандій О. О., Шамілева Л. Л. Вплив цифрових трансформацій на економіку та сферу праці: соціально-економічні ризики та наслідки. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 3. С. 181-188.

СЕКЦІЯ 8. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

УДК 379.85

JEL Classification: Z32

Кіптенко В. К.,

канд. геогр. наук, доцент,
доцент кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

Притула І. О.,

здобувач вищої освіти,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ АНАЛОГУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ВІРТУАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ОБСЕРВАТОРІЇ В УКРАЇНІ

Глобальні рекомендації ЮНВТО стосовно перезапуску туризму, долаючи критичні наслідки COVID-19, визначають інновації та сталість в якості нової норми розвитку сектору на найближчу перспективу [1]. Європейські устремління України вимагають координації науково-практичних засад переходу до сталості й впровадження відповідних інструментів та механізмів з урахуванням Європейської системи туристичних індикаторів сталого менеджменту дестинацій [2] та у відповідності до політичних ініціатив Європейської комісії щодо нової екологічної політики Європейського Союзу “Зелений пакт” [3]. Системна адаптація настанов ЄС в контексті розвитку туризму, зокрема на засадах сталості, до умов нашої країни та особливостей туристичного споживання й виробництва визначає поступальне виконання умов Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [4] й вважається інтегральною складовою науково-практичних засад управління переходом до сталого туризму в Україні [5].

Європейський Союз постійно вдосконалює туристичну політику, її елементи постійно доповнюються. Позитивний досвід ЄС важливий для України, він може й повинен активно використовуватися в українській практиці. Серед питань щодо застосування найкращих практик ЄС, є досить вагоме: створити власну інформаційно-аналітичну платформу, аналог Європейської туристичної обсерваторії [6, 7], що включає останні наявні дані та аналіз тенденцій та обсягів туристичного сектору, економічного та екологічного впливу, а також походження та профіль туристів.



Кіптенко В. К., Притула І. О. Доцільність створення аналогу європейської віртуальної туристичної обсерваторії в Україні. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 112 – 116.

Звісно, на сайті Державної служби статистики України є і туристична статистика [8]. Дійсно, згаданий ресурс містить основні показники функціонування туристичного сектору. Водночас, поступальне запровадження в Україні національної системи туристичної статистики [9], стратегічно уможливорює формування моделі інфографічного представлення даних [10]. Дійсно, інформація сприймається зовсім інакше, коли статистичні дані відображені у вигляді графіків і діаграм, коли проілюстровано динаміку, коли є не лише можливість ознайомитися з одиничними показниками, а провести зіставлення різних параметрів, здійснити аналіз їхньої взаємозалежності. Саме так це представлено у розділі “Ілюстрована статистика” у Віртуальній Туристичній Обсерваторії ЄС. Тобто інформація подана просто і доступно, вона є відкритою і зрозумілою для будь-якого користувача, який захотів цим поцікавитись [6].

Запровадження такої платформи слугує інтересам різних стейкхолдерів. Власне державні інституції отримують актуальні дані для ґрунтовного формування політики на основі відстеження та аналізу поточних й актуальних даних щодо конкурентоспроможності сектору. Туристичний бізнес матиме розуміння актуальних тенденцій, обсягів туристичного процесу й можливостей аналізувати профілі туристичного попиту. Відповідне забезпечення прийняття рішень щодо виходу на ринок, порад й “робочих схем” стає доступним і для представників малого й середнього, а частіше мікро-, бізнесу, який переважає в туризмі. Не менш важливо й те, що така платформа забезпечуватиме масштабний аналітичний матеріал для належної підготовки кадрів для туристичного сектору (актуальні дані, можливості для порівняльного аналізу тощо).

Зважаючи на результативність дій та інновацій, запроваджуваних Національною Туристичною Організацією України (НТОУ) [5, 9,10], саме цю організацію доцільно вважати здатною до реалізації такого важливого для країни проєкту. На сайті цієї організації уже можна побачити деяку основну ілюстровану статистику туризму. Масштабне мережеве охоплення даною організацією учасників туристичного процесу та зацікавлених сторін, сучасні зусилля з розбудови регіональних та локальних організацій з менеджменту дестинацій [11], фактично, є реальною перевагою НТОУ у забезпеченні кроків до створення віртуальної обсерваторії туризму в Україні. Долучення партнерів, які опікуються окремими видами туризму, дасть змогу вести додаткову статистику по видах туризму. І це було б дуже актуально, адже відображало б не лише звідки та куди спрямовані туристичні потоки, а й як саме сучасний турист хоче відпочивати, які види відпочинку його приваблюють.

Дуже важливо системно й систематично вести відповідну статистику та аналізувати, з яких країн, куди й чому приїжджають туристи до України, на скільки залишаються, які місця відвідують, для того, щоб мати чітку уяву про те, що цікавить іноземного туриста. Це також дасть змогу оцінити ситуацію, та, можливо, спростити в'їзд громадян певних інших країн до нашої; створювати карти та інформаційні довідники по певних дестинаціях не тільки українською/англійською, а і польською (для місць куди приїжджають поляки, частіше це як ностальгічний туризм), угорською, болгарською, івритом; створити додаткові рейси; поліпшити інфраструктуру певних дестинацій і т. д.

Значний потенціал в цьому сенсі мають напрацьовані інструменти взаємодій мережі знань НТОУ, у складі якої заклади вищої освіти туристичного спрямування могли б залучати до аналітичної діяльності науковців й здобувачів освіти, підвищуючи таким чином якість й актуальність освітньої діяльності. Крім того, такі напрацювання могли б формувати контент, у тому числі у вигляді картосхем, інфографіки, довідників по туристичним атракціям для іноземних туристів, рекомендацій, основа яких буде полягати не у “бустерному розвитку туризму”, а у екологічності, доцільності, сталості, орієнтації та ефективності не тільки на даний момент, а на майбутнє.

Чим допоможе створення Віртуальної Туристичної Обсерваторії в розвитку українського туризму? Як уже було вказано раніше, перш за все – це корисна ілюстрована актуальна статистика туризму, проаналізована провідними експертами, якою зможе користуватись кожен. На національному рівні – це підтримка розробки політики, яка буде заснована на фактах та забезпечуватиме раціональний розподіл бюджету. Віртуальна туристична обсерваторія – це сховище статистичної інформації, звітів та інформації про політику й законодавство, що стосуються туристичного сектору. Така платформа має відкритий доступ, отже, стейкхолдери туризму, у тому числі політики, зможуть користуватися аналітикою щодо українського туризму, “прогалин” та перспективних дестинацій, які користуються попитом. Також створення такої платформи допоможе розвивати дослідницькі ініціативи з аналізу суспільно-економічних характеристик туризму. Студенти на такій платформі могли б розміщувати ідеї своїх проєктів, а зацікавлені сторони (організації, бізнес, політики) могли б розглядати їх та інвестувати в них. На такій платформі можна було б проводити опитування туристів (яким видам відпочинку вони надають перевагу, куди їздять відпочивати, чого їм не вистачає, що варто покращити тощо) і туроператорів/турагентів та місцевих громад певних територій (це дасть змогу дізнатися, як туризм впливає на місцеве населення, чи вони задоволені), що є одним із важливих елементів сталого розвитку.

Крім того, в Українській віртуальній туристичній обсерваторії може бути зібрана, узагальнена та викладена у цікавому форматі уся актуальна інформація від різних організацій, які опікуються туризмом. Така інформація може включати різноманітні цікаві поради та детально розписані практичні кроки для успішного ведення туризму які були б цікавими для тих, хто тільки починає займатись туризмом, зокрема, наприклад, для тих, хто хоче розвивати сільський туризм. Від Спільки сільського зеленого туризму можуть бути представлені вимоги до садиб різних категорій, інформація, як зареєструватися в Спільці [12]. Також могли б включатись різноманітні цікаві поради та детально розписані практичні кроки для успішного ведення сільського туризму, зокрема від онлайн-школи сільського зеленого туризму, наприклад: як сформувати план просування садиви на рік? як розробити логотип та фірмовий стиль для просування маршруту? 10 інструментів маркетингу для сільського туризму та подібне [13].

Якщо говорити про впровадження цієї платформи у ЄС, то Європейські зацікавлені сторони (національні та регіональні туристичні адміністрації, а також приватний сектор) з ентузіазмом ставилися до цієї Обсерваторії. Проводилось опитування, де більшість респондентів опитування заявили, що готові ділитися своєю туристичною інформацією та вважають, що Віртуальна Туристична Обсерваторія – це корисний інструмент для організації діяльності окремих організацій та туристичної політики загалом [7]. Дослідження також показало, що в Європі вже існує значний обсяг інформації про туризм, але в даний час її досить складно знайти і отримати до неї доступ. Це вірно не тільки щодо даних про туризм, а й щодо матеріалів політики та досліджень. Було виявлено, що існують значні можливості для використання Віртуальної Туристичної Обсерваторії в якості інструменту поширення статистичних звітів держав-членів. Таким чином, це - двосторонній процес, коли платформа надає дані державам-членам, які потім можуть використовувати їх для складання своїх звітів і передачі їх у Віртуальну Туристичну Обсерваторію для поширення [7].

Підсумуємо. Мета Віртуальної туристичної обсерваторії – стати центральним джерелом інформації для політиків, дослідників та інших зацікавлених сторін у сфері туризму, коли їм необхідна достовірна інформація та аналіз діяльності сектору. Також її роль включати аналіз та документування важливості сектору у економічному зростанні та створенні робочих місць, відповідно, у забезпеченні конкурентоспроможності. Чому слід починати саме зі створення такої бази даних? Тому що Україна має потреби у формуванні туристичної політики, які будуть засновані на реальних фактах, тенденціях та цифрах. Основна мета такої ініціативи: зробити туристичний сектор більш конкурентоспроможним, створити загальну базу даних про туристичну інформацію, яка буде корисна для всіх стейкхолдерів (уряд, приватний сектор, ЗВО, громадські організації, місцеве населення). Основне завдання: вдосконалити базу знань про туризм, зробити її якісною та прозорою, відкритою для громадськості. Основні компоненти: факти, дані та аналітика щодо тенденцій, результатів опитувань, звітів та досліджень.

Список використаних джерел

1. Global Guidelines to restart tourism. 2020. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf>.
2. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en
3. A European Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.
4. 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_011.

5. Кіптенко В. К., Мотузенко О. О. Науково-практичні засади управління переходом до сталого туризму в Україні. *Географія та туризм*. 2020. Вип. 64. С.11-21.
6. Virtual Tourism Observatory. URL: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto>.
7. Acorn. Tourism Development Consultants. URL: <https://acorntravel.co.uk/projects/european-tourism-observatory-p674831>.
8. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Методологічні положення національної системи туристичної статистики в Україні (НСТС). Національна туристична організація України. 2020. URL: http://www.ntoukraine.org/assets/files/NTOU_Statistics_NSTS.pdf.
10. Туристичний барометр України. НТОУ. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2020.pdf>.
11. Національна Туристична Організація України. URL: <http://www.ntoukraine.org>.
12. Спілка Сільського Зеленого Туризму. URL: <https://www.greentour.com.ua>.
13. Школа Сільського Туризму. URL: <https://school.tourinform.org.ua>.

УДК 379.85

JEL Classification: Z32

Михайліченко М. А.,
канд. іст. наук, доцент,
доцент кафедри державно-правових
дисциплін та українознавства,
Сумський національний аграрний
університет, м. Суми

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ РОМЕНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Роменський район розташований у південно-західній частині Сумської області. З огляду на місцеві природні та історико-культурні ресурси, район має перспективи для розвитку різних видів туризму, зокрема екологічного та культурно-пізнавального. На його території розташовано 69 природно-заповідних об'єктів, зокрема природний заповідник “Михайлівська цілина”, гідрологічні заказники загальнодержавного значення “Андріяшівсько-Гудимівський” та “Біловодівський” [5]. До Державного реєстру нерухомих пам'яток України внесено 389 об'єктів, розташованих на території району, шість з яких за категорією національного значення [1].



Михайліченко М. А. Туристичні ресурси Роменського району Сумської області: загальна характеристика. *Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. С. 116 – 118.

Найбільша кількість пам'яток культурної спадщини району зосереджена у м. Ромни. Найвизначнішою пам'яткою архітектури Ромен вважається Святодухівський собор, що разом з розташованою поруч Василівською церквою утворює комплекс головних містобудівних домінант міста. Слід відмітити значний рівень збереженості історичної забудови вулиці Соборної, де зосереджені такі пам'ятки архітектури, як Вознесенська церква з дзвіницею, повітове народне училище, поштова контора, міське училище, повітова скарбниця. Велике значення для сприйняття цілісності історичного середовища м. Ромни мають пам'ятки архітектури, розташовані вздовж Московського бульвару, серед яких: комплекс повітового богоугодного закладу, земська лікарня, купецький торгівельний будинок [2, с. 50 – 51]. Визначними монументальними пам'ятками Ромен є роботи Івана Кавалерідзе – один з перших пам'ятників Тарасу Шевченку (встановлений у 1918 р.) та скульптури “Закутий Прометей і розкутий робітник” (1921 р.) [4, с. 1057 – 1060].

Серед пам'яток культурної спадщини Роменського району варто також згадати садибу князя Щербатова в смт Терни, Миколаївську церкву с. Глинськ, церкву Успіння Пресвятої Богородиці с. Костянтинів, Миколаївську церкву с. Русанівка, будівлі волосних правлінь в смт. Липова Долина та с. Русанівка, початкове народне училище в смт Терни, вітряки в селах Житне, Томашівка, Грабщина та Пустовійтівка [1; 4, с. 66].

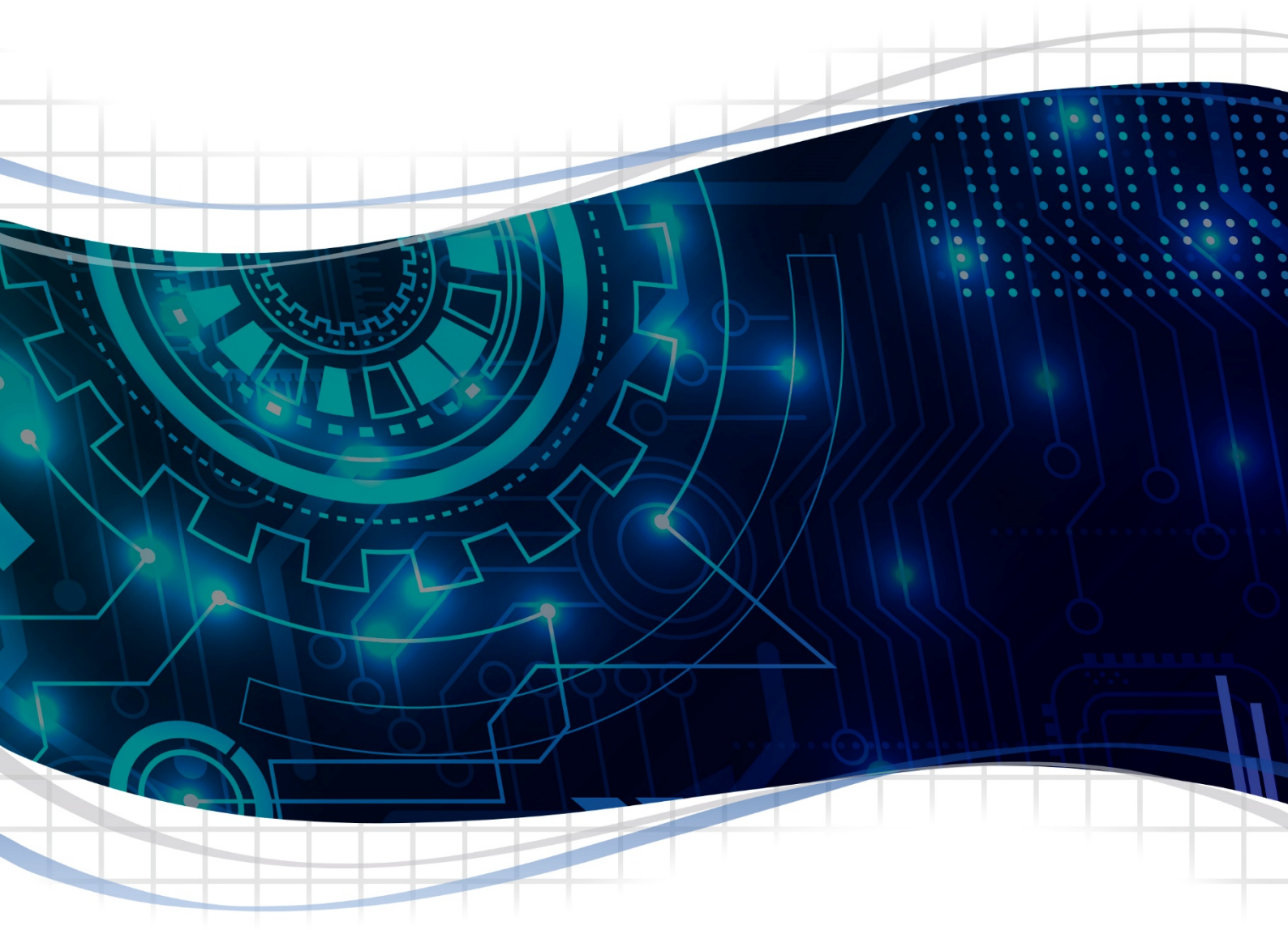
Велику роль у дослідженні, збереженні та популяризації пам'яток культурної спадщини Роменщини відіграє Державний історико-культурний заповідник “Посулля”, під опікою якого перебувають:

- скіфський курганний некрополь IV – VI ст. до н. е., с. Загребелля;
- городища літописних міст доби Київської Русі (Ромен, Попаш, В'яхань) та сіверянське городище “Монастирище”;
- пам'ятник мамонту, встановлений у 1841 р. на місці палеолітичної стоянки у селі Кулішівка.
- музейні заклади: музей Петра Калнишевського та архітектурно-етнографічний комплекс “Старе село” в с. Пустовійтівка, Роменський краєзнавчий музей, Недригайлівський краєзнавчий музей та Музей-садиба Олекси Ющенка в с. Хоружівка [3].

Отже, Роменський район має чимало місць, які можуть зацікавити туристів. Проте, як визнають розробники Районної програми сталого розвитку туризму на 2018 – 2022 рр., найбільш стримуючим фактором, що негативно впливає на збільшення їх потоку, є недостатній розвиток туристичної інфраструктури. В районі недостатня кількість сучасних закладів для комплексного обслуговування туристів: готелів, мотелів, кемпінгів тощо. Потребують ремонту дороги по основних туристичних маршрутах, незадовільна забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою. Потребують реставрації більшість пам'яток архітектури та історії [6]. Сподіваємося, що реалізація згаданої вище програми дозволить якнайкраще використати туристичні ресурси Роменського району.

Список використаних джерел

1. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: <https://mkip.gov.ua/content/derzhavniy-reestr-neruhomih-pamyatok-ukraini.html>.
2. Жаворонкова Т. Л., Білинська Л. І., Жаров Г. В. Історико-архітектурний опорний план з визначенням меж історичних ареалів м. Ромни Сумської області: науково-проектна документація. К., 2014. 57 с.
3. Заповідник “Посулля” (веб-сайт). URL: <http://www.posullya.com.ua>.
4. Звід пам'яток історії та культури України. Сумська область / НАН України. Інститут історії України; Центр досліджень історико-культурної спадщини України. К., 2017. 1855 с. URL: <http://resource.history.org.ua/item/0013186>.
5. Перелік територій та об'єктів природно-заповідного фонду Сумської області в розрізі адміністративних утворень станом на 01.08.2021. URL: <http://www.pek.sm.gov.ua/index.php/uk/2013-04-18-21-50-35>
6. Про затвердження Районної програми сталого розвитку туризму на 2018 – 2022 роки. URL: <http://romrada.gov.ua/dokumenti-rajonnoi-radi/rishennya-oblasnoi-radi-7-sklikannya/rishennya-32-sesii-21092018-roku>.



**Research
Europe.org**