

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**VI ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**17 – 18 квітня 2024 р.
м. Одеса**

УДК: [316.334.2:330.3]:316.64-053.6(477)

Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді. Матеріали VI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції 17-18 квітня 2024 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2024. – 447 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України з погляду молодих вчених. Були дослідженні теоретичні аспекти та запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. – д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц.; **Баранюк Х.О.** – к.е.н., доц.; **Басюркіна Н.Й.** – д.е.н., проф.; **Згадова Н.С.** – к.е.н., доц.; **Лагодієнко В.В.** – д.е.н., проф.; **Маркова Т.Д.** – к.е.н., доц.; **Немченко В.В.** – д.е.н., проф.; **Ніколюк О.В.** – д.е.н., проф.; **Павлов О.І.** – д.е.н., проф.; **Седікова І.О.** – д.е.н., проф.; **Соловей А.О.** – к.і.н., доц.; **Ткачук Г.О.** – д.е.н., проф.; **Шарахматова Т.Є.** – к.т.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ЗМІСТ

Секція №1. Національна економіка і розвиток галузей АПК

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Бикова А.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.</i>	18
РОЛЬ АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ У ЕКОНОМІЦІ ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИНАХ <i>Дабіжжа О.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.</i>	23
ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧЧИНА» <i>Древаль А.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Кулаковська Т.А.</i>	26
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ПЕРІОД ВІЙНИ <i>Буяновська Я.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – к.т.н., доц. Лобоцька Л.Л.</i>	29
КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ <i>Пенделяк Х.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.</i>	33
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКСПОРТНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ <i>Соборова А.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А.</i>	37
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОКОНЦЕНТРАТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ <i>Жирун А.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А.</i>	40
АКТУАЛЬНІ РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Браїла І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М.</i>	42
СОЦІАЛЬНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК НАПРЯМ СТАЛОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ <i>Дуковська Я.І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК</i> <i>Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М.</i>	45

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
У ВОЄННІ ЧАСИ В УКРАЇНІ

Очеретнюк К.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М..... 49

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Боровков Є.Т., студ. СВО «Бакалавр» Інституту «Кіберпорт»
Науковий керівник - к.е.н., доц. Євдокімова М.О..... 52

АНАЛІЗ СТАНУ ТА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ
АУТСОРСИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Семенова Т.Ю., студ. СВО «Магістр», ФУБ,
Гура К.В., студ. СВО «Бакалавр», ФУБ,
Науковий керівник – к.е.н., доц. Водолажська Т.О. 56

**Секція №2. Сучасний менеджмент та особливості формування
інноваційного суспільства**

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО
СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА

Дереновська Н.Ю., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М..... 60

МЕТОДИ І ФОРМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ
СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Завгородня І.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - д.е.н., проф. Козак К.Б..... 64

ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Зайцева А.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М..... 68

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Кодиський О.С., Нікора В.М., Тимофєєв І.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М..... 72

МІСЦЕ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Рудаков Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Грушко Р.М., Король Б.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М..... 76

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВІВ ПЛИННОСТІ КАДРІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ
ТОРГІВЛІ

Севастьянов В.В., асп. 1 року навчання спец. 073 «Менеджмент» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.е.н., проф. Козак К.Б..... 79

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ

Таранова Д.Ф., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Рябець О.М., к.ю.н., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А..... 83

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Курянов В.М., аспірант кафедри менеджменту і логістики

Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О..... 85

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Доценко В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О..... 87

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, ЇЇ ВИДИ ТА ПРИНЦИПИ

Федорчак А.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О..... 90

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ

Цап О.Г., аспірант кафедри менеджменту і логістики

Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О..... 93

РИНОК БІОЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ДО РОЗВИТКУ ТА БАР'ЄРИ
СТРИМУВАННЯ

Вівсянко Т.П., Мельник В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.е.н., проф. Савенко І.І..... 94

MANAGEMENT, INVESTMENT AND INNOVATION IN THE FOOD BUSINESS

Hladkoskok A., student SVO "Bachelor" FTU Institute of Technology

Scientific supervisor – Senior Lecturer Pasichnyk M.V..... 99

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ: ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО
АПАРАТУ

Попович Є.С., Коломієць Є.В., студ. СВО «Бакалавр», ФУБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Водолажська Т.О. 103

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ
ПІДПРИЄМСТВА

Самойлова В.С., студ. СВО «Бакалавр» ФУБ

Даниленко К.О., студ. СВО «Магістр» ФУБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бочарова Н.А. 107

СУБ'ЄКТИ ТА ОБ'ЄКТИ УПРАВЛІННЯ PR-ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНОГО
ПІДПРИЄМСТВА

Удод К.С., студ. СВО «Бакалавр» ФУБ

Науковий керівник – ас. Величко Я.І..... 111

Секція №3. Маркетингові аспекти економічного розвитку

БРЕНДИНГ У СИСТЕМІ ПРОСУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Булацескул К.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.т.н., проф. Мардар М.Р..... 116

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Кошелапов Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В..... 118

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Крилов М.Г., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В..... 121

СЕГМЕНТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ МЕРЕЖІ ТОВ «СІЛЬПО ФУД» МЕТОДОМ STP

Марцей Є.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – ст. викл. Голодонюк О.М..... 124

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Павліченко О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В..... 127

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

Пастух Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В..... 130

БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЇ У БІЗНЕСІ

Петрова Х., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ

Науковий керівник – д.е.н., доц. Савченко Т.В..... 133

РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Подуст Г.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Наукові керівники – к.т.н., доц. Донець Л.Я., к.с-н.н., доц. Мунтян І.В..... 134

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ І ЦІЛЬОВОГО РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА З ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ ДЛЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Рибіна К.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А..... 136

СТРАТЕГІЇ DIGITAL КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ПОСЛУГ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ТА ЇХ ОБГРУНТУВАННЯ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОТЕРЕМ»

Сапуга А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А..... 138

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ SMM НА СТРУКТУРУ ПРОДАЖІВ У БІЗНЕСІ

Слюсаренко Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – ст. викл. Голодонюк О.М..... 140

ОСОБЛИВОСТІ СЛУЖБОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Чехова В.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ

Науковий керівник – д.е.н., доц. Савченко Т.В..... 144

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРВІСНОГО ЦЕНТРУ SPARKSERVICE

Чумаченко А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А..... 146

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кривоножко К.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Наукові керівники – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А., к.е.н, доц. Євтушок О.В..... 148

СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ - МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА

Бригадир Г.С., Середюк В.Д. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту фінансів

Науковий керівник – к.е.н. Діченко А.Л. 151

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ: КРАУДФАНДИНГ, КРАУДІНВЕСТИНГ

Бригадир Г.С., Середюк В.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту фінансів

Науковий керівник - к.е.н., доц. Красножон С.В..... 154

FEATURES OF MARKETING DEVELOPMENT AT ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR

Yevtushok O.V., Doctor of Economics, Associate Professor

Nemchyninova E.V., Demyanchuk Yu.V., graduate student..... 157

DEVELOPMENT OF MARKETING INTERNET TECHNOLOGIES AT ENTERPRISES

Milcheva V.V., PhD, associate professor

Panasiuk V.P., graduate student..... 159

Секція №4. Торговельне підприємництво, товарознавства та управління бізнесом

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ТВОРЧОГО ЕВРІСТИЧНОГО МИСЛЕННЯ У СУЧАСНІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бабкова В.О., студ.

Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д..... 161

ACHIEVING BUSINESS SUSTAINABILITY IN A RAPIDLY CHANGING ENVIRONMENT

Putrenok Yelyzaveta, "Bachelor" degree of education, Faculty of Expertise, Biotechnology, Food Engineering, Business and Trade

Scientific advisors – Doctor of Economic Sciences, prof. Nataliya Basiurkina

Volunteer, Methodologist, Lecturer of Economic disciplines Olena Korobkina..... 163

ІНВЕСТИЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА <i>Беник М.М., аспірант, Хутак Артур Шир Ага, аспірант</i>	167
ЗМЕНШЕННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ <i>Кучугурний О.М., аспірант</i>	170
СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЛІСОРЕСУРСНІЙ СФЕРІ <i>Гладкий І.В., аспірант</i>	172
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ <i>Грищенко А.В., аспірант</i>	174
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ <i>Жигунов Д.Є., студ. СВО «Бакалавр» Науковий керівник – д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.</i>	177
РЕІНЖИНІРИНГ ТРАНСПОРТНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ <i>Гуславський Л.К., аспірант Іваніцький І.О., аспірант</i>	180
МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗЕРНОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ <i>Ткачук О.М., аспірант</i>	182
THE ROLE OF THE SERVICE COOPERATION IN THE FORMATION OF FOOD SECURITY <i>Lazakovich I.I., graduate student</i>	184
ІНТЕГРАЦІЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ХАРЧОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ УКРАЇНИ <i>Ласкаєв О.М., аспірант</i>	187
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ <i>Лизогуб А.О., аспірант</i>	192
СУЧАСНІ РЕАЛІЇ КОРИГУВАННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ <i>Момот В.Ю., аспірант</i>	194
FEATURES OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES <i>Maksymenko M.O., graduate student</i>	195
ТОТАЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ <i>Тодавчич В.П., студ. Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д.</i>	199

ПРАКТИКИ ІРРАЦІОНАЛЬНОГО МИСЛЕННЯ У ПІЗНАННІ АМОДАЛЬНИХ СМИСЛІВ: ПОШУК БІЗНЕС ІДЕЙ, ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ТА НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ Блідар А.О., студ. <i>Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д.</i>	201
ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ У ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГАХ Загора Р.В., аспірант	203
COMPONENTS OF STRATEGIC REGULATION IN THE SPHERE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP Popkova Svitlana, graduate student	205
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ Зошук А.О., аспірант	207
ПРО РОЗВИТОК АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ Шевченко В.І., аспірант	209
ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ Герасимчук О.В., аспірант	211
РОЗВИТОК КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ Літвінов Д.О., аспірант	213
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ Печка С.С., аспірант	215
 Секція №5. Становлення та розвиток публічного управління та адміністрування	
ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ПУБЛІЧНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ Мельник А.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА <i>Науковий керівник – к. н. держ. упр., доц. Чумакова Г.В.</i>	217
ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ Мінчев С.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА <i>Науковий керівник – д.н. держ.упр., доц. Мануїлова К.В.</i>	220
РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ РІВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ Кравцова О.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА <i>Науковий керівник – д.н. держ.упр., доц. Мануїлова К.В.</i>	224

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОПТИМІЗАЦІЮ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Рябков В.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к. н. держ. упр., доц. Чумакова Г.В..... 227

УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ
Козут А.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С..... 230

НЕОБХІДНІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
Афанасьєва В.П., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Брюшкова Н.О..... 234

ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ
Долінська М.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Брюшкова Н.О..... 237

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ
Антипенко Д.А., студ. ф-ту ФСП
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., проф. Ткачова Н.М..... 240

ЕКОНОМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ
Стребницька А.Г., студ. групи ЕК - Б4.01
Науковий керівник – к.е.н., доц. Толкачова Г.В..... 243

РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО МИСЛЕННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ В
ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ
Швець Г.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту Соціології і права
Науковий керівник – д. держ. упр., проф. Іваницька О.М..... 246

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ТА МЕХАНІЗМИ УЧАСТІ ГРОМАДЯН В ПУБЛІЧНОМУ
УПРАВЛІННІ
Андріанов В.М., студ. СВО «Магістр» спец. 281 «Публічне управління та
адміністрування»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 251

УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ
Бойко В.М., студ. СВО «Магістр» спец. 073 «Менеджмент»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 253

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ
Збирко Б.В., студ. СВО «Магістр» спец. 281 «Публічне управління та
адміністрування»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 255

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ
Курченко Д.С., PhD 281 «Публічне управління та адміністрування»
Науковий керівник – д.е.н., проф. Добрянська Н.А. 257

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ СОЦІАЛЬНОГО
ЗАХИСТУ

Тригуб Т.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., проф. Радченко О.В..... 259

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА
АДМІНІСТРУВАННЯ

Сподинський Я. Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММта ПА

Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В. 262

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Асадчий Л.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММта ПА

Науковий керівник – к.е.н., доц. Мужайло В.Д..... 265

**Секція №6. Бухгалтерський облік, економічний аналіз та аудит в
системі управління підприємством**

NON-CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE: MANAGERIAL
ECONOMIC ANALYSIS AS A TOOL OF INFLUENCE ON THE ACTIVITY

Korchakovska K.V., a student of Bachelor's degree, Economy, Business and Control
Faculty

Scientific supervisors – Ph.D., Associate Professor Stupnytska T.M.,
Assistant Volodina O.P..... 268

METHODS OF THE ANALYSIS OF FIXED ASSETS AT FOOD INDUSTRY
ENTERPRISES

Paevsky Yu. A., student of Master's degree, Economy, Business and Control Faculty

Scientific supervisors - Ph.D., Associate Professor Stupnytska T.M.,
Assistant Volodina O.P..... 272

УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ЕТАПИ,
АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ

Абрамов Н.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – д.е.н., проф. Купріна Н.М..... 276

ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ІМПОРТНИХ ПОТОКІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ
ДО УКРАЇНИ В 2021-2023 РР.

Бошков М.С., Корулик В.А., Плукчі С.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П.; д.е.н., проф. Купріна Н.М..... 282

АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Дабіжжа О.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – д.е.н., проф. Мельник Ю.М..... 285

АНАЛІЗ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, НАПРЯМИ, СУЧАСНІ
АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ

Дробик Є.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М., д.е.н., проф. Немченко В.В..... 288

БІРЖОВІ ОПЕРАЦІЇ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ

Корчаковська К.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Тарасова О.В..... 292

ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В
ДІЯЛЬНОСТІ АУДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

Мокрота С.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Ступницька Т.М..... 294

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК
ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Осадчий М.Л., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М., д-р філос. (PhD), доц. Баранюк Х.О..... 297

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ
НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Почечун Ю.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Ступницька Т.М..... 301

ГОТОВІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ ЗА 2021-2023 Р.Р.: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА

Семенюк В.О., Цебренько Т.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П., д-р філософії, доц. Баранюк Х.О..... 305

ЕКСПОРТ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ В
2021-2023 РР.

Стойнов В.Г., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК,

В'язніков К.М., Кучер О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П., д.е.н., проф. Купріна Н.М..... 308

СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ
РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Шкарупа С.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М., к.е.н., доц. Антонюк О.П..... 311

ОЦІНКА КРИЗОВОГО СТАНУ ТА ПОТЕНЦІЙНІ РИЗИКИ БАНКРУТСТВА
ПІДПРИЄМСТВА

Синельник О.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Петренко О.П..... 317

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ

Агатсьєв І.В., Івашковський Ю.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – доктор філософії (PhD), доц. Баранюк Х.О..... 321

Секція №7. Фінансово-економічна безпека підприємств харчової промисловості

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Аксьонов О.Ю., Ткачук О.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – PhD, доц. Заболотна О.С..... 324

ФІНАНСОВО - ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Зинов'єв А., Желдаков Я.І., Чебан П.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник - к.е.н., доц. Атамась Г.П..... 327

КОРУПЦІЙНІ АСПЕКТИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ СТІЙКІСТЬ ТА БЕЗПЕКУ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ

Нікітчук О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В.Р..... 331

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Недокус М.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В.Р..... 334

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Катауров Є.П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В.Р..... 337

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Тихоненко К.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Згадова Н.С..... 340

ПСИХІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСОБИСТОСТІ У СИТУАЦІЯХ КОНКУРЕНЦІЇ ТА СПІВКОНКУРЕНЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ткачук О.О., Скалка Р.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – PhD, доц. Заболотна О.С..... 343

ВЛАСТИВОСТІ ПСИХІКИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Унгурян А.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – PhD, доц. Заболотна О.С..... 346

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Петоян В.К., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Згадова Н.С..... 349

Секція №8. Соціально-економічні аспекти формування громадянської відповідальності у студентської молоді

ФОРМУВАННЯ АКТИВНОЇ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ МОЛОДІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО СПІВТОВАРИСТВА

Барвенко Я., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черняк Г.А..... 352

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ-ІНВЕСТИЦІЇ В МАЙБУТНЄ УКРАЇНИ

Солошенко С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черняк Г.А..... 356

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА УЧАСТЬ В НЬОМУ МОЛОДІ

Задорожня Н.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черкаський А.В..... 359

СВОБОДА СЛОВА І ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Корна В.Є., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту НГтаЕ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Шевченко Г.А..... 362

УЧАСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Михальчук І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черкаський А.В..... 365

ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ

Мусурін Д.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Тодорова С.М..... 369

ВОЛОНТЕРСТВО І ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Новицький Г.К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту АтаР
Науковий керівник – к.ф.н., доц.Тодорова С.М..... 372

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Сирота В.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черкаський А.В..... 374

КОРУПЦІЯ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Чехова В.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Шевченко Г.А..... 378

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВИМІРІВ ТА СТРАТЕГІЙ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МОЛОДІ

Кецман Д.О., студ. ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.ф.н. доц. Мельник Ю.М..... 380

УНІВЕРСИТЕТСЬКА ОСВІТА У ВИХОВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МОЛОДІ

Прокопчук О.С., студ. ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.ф.н. доц. Мельник Ю.М..... 384

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Топчук С.П., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіГРБ

Науковий керівник – к.ф.н., доц. Мельник Ю.М. 388

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ В
УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

Герук Д.А., студ. ОПС «фаховий молодший бакалавр» ф-ту Соціальна робота

Науковий керівник – магістр, викладач Гуменюк І.М..... 391

СУТНІСНІ ВИМІРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Черненко К.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ

Науковий керівник – к.і.н., доц. Ботіка Т.С. 393

**Секція №9. Цифрові технології в управлінні, діджитал-облік і
контролінг**

ПРОГРАМНІ ПРОДУКТИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ В УМОВАХ
ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Дабіжжа О.М., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т.Д..... 396

ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ»

Коломієць Л.М., студ СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О..... 398

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Ковальова С.К., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Скляр Л.Б., к.е.н., доц. Маркова Т.Д..... 401

ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ

Марковська О.Р., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О..... 403

ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ»: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Нікул О.В., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т.Д..... 405

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ОРГАНІЗАЦІЮ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Саваринська Ю.С., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О..... 408

ОСОБЛИВОСТІ ВИМОГ ОФОРМЛЕННЯ БЛАНКІВ

Сахневич Є.С., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Маркова Т.Д., ас. Волкова А.Ю..... 410

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Сидорова Н.О., студ СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т.Д..... 412

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ НАЯВНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА
ПІДПРИЄМСТВІ

Чебанова Т.Р., студ СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О..... 414

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ
ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ

Дубова Н.І., Конон Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕВФ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Наумова Т.А..... 416

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ГРОШОВИХ РОЗРАХУНКІВ
ПІДПРИЄМСТВА

Левчук В.С., студ. СВО «Бакалавр» Інституту «Кіберпорт»

Науковий керівник – к.е.н, доц. Євдокімова М.О..... 418

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В БІЗНЕС В ПЕРІОД
ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Данилюк І.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ФУФБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Лобода Н.О..... 421

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА КІБЕРБЕЗПЕКА

Швець Г.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту Соціології і права

Науковий керівник – д-р наук, проф. Ткачова Н.М..... 425

АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЗВІТІВ

Желясков Г.Г., Ставнійчук О.П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Іванченкова Л.В., д.е.н., проф. Ткачук Г.О..... 428

ПРОБЛЕМИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ
КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Король С.О., Залужна Ю.В., студ СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Іванченкова Л.В., д.е.н., проф. Ткачук Г.О..... 431

ВПЛИВ МОНЕТАРНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА РОЗВИТОК ФОНДОВОГО РИНКУ

Бакалейко О.Я., студ. СВО «Магістр» спец. 072 «Фінанси, банківська справа,
страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 434

РОЗВИТОК НЕБАНКІВСЬКОГО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Бридун М.І., студ. СВО «Магістр» спец. 072 «Фінанси, банківська справа,
страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 436

КРЕДИТНИЙ РИЗИК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Дідовець М.О., студ. СВО «Магістр» спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 438

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: СТРУКТУРА, СТІЙКІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Єсипчук О.В., студ. СВО «Магістр» спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л..... 440

ОБЛІК ФІНАНСОВО-РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Заведія М.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – к.е.н., доц. Маркова Т.Д., ст. викл. Пчелянська Г.Б..... 442

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ, ДІДЖИТАЛ-ОБЛІК І КОНТРОЛІНГ

Георгієва Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О..... 445

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Бикова А.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Водні споживчі ресурси сьогодні є стратегічним глобальним пріоритетом України. Підприємствам, задіяним у цьому бізнесі, притаманний стрімкий розвиток, не зважаючи на сучасні форс мажорні обставини, що пов'язано з постійною популяризацією здорового харчування та способу життя населення, а локація у Львівській області є досить привабливою для інвесторів.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють здатність підприємства ефективно використовувати свої внутрішні можливості для збереження існуючих і створення нових конкурентних переваг для успішної конкурентної боротьби на ринку товарів та послуг [1]. Такими перевагами традиційно вважаються нижчі ціни та вища якість продукції, відомий бренд підприємства, високотехнологічне виробництво, ексклюзивність продуктового ряду, ресурсоекономність, вигідне місце розташування, висока кваліфікація персоналу, функціонування у спеціальних зонах або офшорах. Закон конкуренції насамперед спрямований на те, щоб на ринку виживали та залишались лише ті суб'єкти економічної діяльності, які здатні більш ефективно використовувати обмежені ресурси та запропонувати на ринок продукцію, котра користується попитом за наявних характеристик та у порівнянні з іншими суб'єктами ринку [2].

Тема впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на конкурентоспроможність є досить актуальною в сучасному бізнес-середовищі. Конкуренція в ринкових умовах непередбачувана і вимагає від підприємств постійного аналізу та адаптації. Внутрішні фактори, такі як стратегія управління, ефективність виробництва, якість товарів чи послуг, інновації та управлінські рішення, мають прямий вплив на конкурентоспроможність компанії. Важливо розуміти, як підприємство використовує свої внутрішні ресурси та які можливості є для покращення. Зовнішні фактори, такі як економічні умови, політичні ризики, технологічні тенденції, соціокультурні зміни та конкуренція на ринку, також впливають на конкурентоспроможність. Підприємства повинні бути готові адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та ефективно використовувати можливості.

Розглядаючи цю тему на прикладі ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар», що належить до галузі мінеральних та столових вод, можемо проаналізувати його стан на ринку та вплив на це внутрішніх і зовнішніх факторів підприємства.

Отже на ринку мінеральних вод в Україні працює понад 300 виробників. Специфіка ринку полягає в існуванні великих компаній, що об'єднують декілька торговельних марок, які виробляють продукцію. П'ять компаній-лідерів у сфері виробництва питних і мінеральних вод контролюють 61% ринку України. А саме безперечним лідером ринку є компанія IDS Group Ukraine, до складу якої входять такі бренди: «Моршинська», «Боржомі» та «Миргородська».

Високі позиції на ринку займають Корпорація «Українські мінеральні води» (до складу компанії входять ТДВ «Одеський завод мінеральних вод «Куяльник» та ТДВ «Свялявські мінеральні води»), «Галс» («Роганська»), «Аквапласт» («Ранкова Роса»), «Малбі-Фудс» («Buvette»), ПФ «Панда» («Караван»). Ці компанії займають близько 25% ринку мінеральних вод України. Питома вага інших менше 1–2% на компанію.

Переглянувши техніко-економічну характеристику підприємства можемо здійснити аналіз внутрішнього середовища.

Зменшення обсягу виробленої продукції свідчить про зменшення попиту на продукцію підприємства та негативні тенденції щодо структурних змін у бік випуску більш дешевої продукції. Підприємство має залишки нереалізованої продукції, що потребує поживавлення роботи відділу збуту підприємства. Коефіцієнт використання виробничої потужності свідчить про середній рівень використання виробничої потужності. Найбільшу питому вагу в структурі виробництва займають газована та негазована продукція. Найбільший вплив на зниження обсягу виробленої продукції здійснили структурні зміни у виробництві слабо газованої води, а найменший – у виробництві газованої. В структурі основних засобів підприємства більшу частину складають основні засоби основного виду діяльності. Оновлення основних фондів на підприємстві здійснюється при неповній заміні старих та зношених фондів та призводить до накопичення застарілого обладнання, що стримує зростання економічної ефективності використання основних фондів. У структурі основних засобів підприємства основна частка припадає на основні засоби основного виду діяльності. Вартість основних засобів і коефіцієнт зношення свідчить про оновлення основних засобів. Ефективність використання основних засобів та фондоємність свідчать про зниження ефективності використання основних засобів. Запаси в обігових активах мають найбільшу питому вагу але не мають тенденції до зростання. Фондовіддача та коефіцієнт оборотності оборотних коштів свідчать про неефективне використання основних фондів підприємства та уповільнення оборотного капіталу. Збільшення матеріаловіддачі призводить до підвищення обсягу виробленої продукції, а зменшення матеріальних витрат призводить до зменшення обсягу виробленої продукції. Зниження продуктивності праці негативно впливає на випуск продукції, але збільшення середньооблікової чисельності призводить до підвищення випуску продукції, що є позитивною характеристикою діяльності підприємства. Підприємство звільняє

працівників і бере нових, але це не поліпшує продуктивність праці. Показники середньооблікової чисельності працівників, середньої кількості людино-годин та продуктивності праці свідчать про неефективне використання робочої сили. Темп зниження операційних витрат менший за темп зниження обсягу виробленої продукції у діючих цінах, що сприяє зростанню витрат на 1 грн виробленої продукції. Порівняння продуктивності праці і середньорічної заробітної плати працівника свідчить про досить нераціональне використання трудових ресурсів. Операційна та інша діяльність підприємства є прибутковою, але має тенденцію зменшення. Основним джерелом формування майна підприємства є власний капітал і підприємство досить ефективно ним управляє. Значення всіх коефіцієнтів ліквідності не відповідає нормам, тож фінансовий стан підприємства має тенденцію до зниження. Підприємство працює не достатньо ефективно.

Складемо SWOT-аналіз діяльності ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»

Таблиця 1.1

OT SW	О - можливості	Т - загрози
	1.Зменшення конкурентного тиску; 2.Статичність конкурентного середовища; 3.Збільшення кількості споживачів; 4.Розширення ринкового потенціалу.	1. Зниження курсу національної валюти; 2.Нестабільність у суспільстві; 3.Значний ступінь змін потреб; 4.Нестабільні доходи споживачів; 5.Високий рівень інфляції; 6.Високий темп технологічних змін в галузі.
S – сильні сторони	SO	ST
1. Відома ТМ, позитивний імідж на ринку; 2. Широкий асортимент; 3. Якісна продукція; 4. Передові технологія та обладнання; 5. Висока якість продукції; 6. Ефективна реклама; 7. Позиція лідера на ринку;	1. Пошуку нових шляхів задоволення потреб; 2.Можливість освоєння нових видів і способів виробництва; 3.Знижки для постійних споживачів; 4.Підвищення новаторського рівня підприємства; 5. Підвищення конкурентоспроможності товарів, іміджу підприємства	1.Поеднати швидку зміну виробничих технологій з впровадженням їх у виробництво; 2.Освоєння нових ринків з метою уникнення переслідування з боку конкурентів; 3.Зниження конкурентоспроможності товариства. 4.Широкий асортимент продукції підприємства забезпечує стабільну позицію на ринку.
W – слабкі сторони	WO	WT
1. Відсутність інноваційних можливостей; 2. Високі витрати; 3. Складнощі логістики і фінансів в експорті.	1. Потреба в перекваліфікації кадрів; 2. Обмеження розширення географії надання послуг; 3.Збільшення витрат на модернізацію.	1.Звільнення працівників через винесення інформації за межі підприємства. 2.Невідповідність кваліфікації працівників до технологічних змін в галузі. 3.Конкуренти можуть захопити лідерство на ринку. 4.Зниження лідерства за витратами.

Отже підприємство має позицію лідера на ринку. Але спираючись на зовнішні і внутрішні фактори, необхідно балансувати в ускладнених зовнішніх умовах і постійно працювати над покращенням внутрішніх. Для цього варто скласти стратегію до 2035 року. Для цього розглянемо потенціал підприємства: Маркетинг. Опіраючись на основні маркетингові стратегії в галузі харчування та напоїв відмітимо що більшість з них підприємство використовує досить вдало, але є що покращити. Наприклад позиціонування бренду є унікальним, але компанії слід розробити лаконічний логотип-зображення і використовувати в тандемі з нинішнім написом «моршинська», так як за ним буде більш вдало і швидко ідентифікувати компанію без зайвих візуальних шумів і літер. Упакування бренду є зручним і відповідає потребам людей. Під час війни почали збирати пластик на переробку і використовувати його для створення навчальних дронів. Варто залучити декілька інвесторів для масштабування цього процесу і почати виробляти бойові дрони, так як країна має великий запит на це, а більшість деталей йде з Китаю що значно сповільнює процес виробництва. Залучивши волонтерів і інвесторів необхідно відправляти продукцію для військових в тарах великих об'ємів. Останній ребрендинг відбувся в 2020 році, що зробило бренд більш сучасним, стильним і привабливим, завдяки чому цільова аудиторія покупців збільшилась. Варто використовувати електронний маркетинг надсилаючи інформаційні бюлетені компанії або інформації про нові продукти та акції. Це буде тримати споживачів в курсі останніх новин компанії.

Також звертаючи увагу на маркетинг в соціальних мережах, зазначимо що компанія веде сторінки у Фейсбуці і Інстаграмі, де висвітлює більшість важливих подій і новин. Слід налагодити співпрацю з сучасними впливовими людьми і блогерами в соцмережах, які робитимуть рекламу і залучатимуть людей купувати продукцію саме цього бренду. Оптимізований блог компанії може допомогти в цьому. Спрямуйте звичайний пошуковий трафік на веб-сайт вашого бренду за допомогою дописів у блозі SEO. Отже виника потреба виходу на більш високий рівень інновацій за допомогою підвищення унікальності продукту, оптимізації ланцюга постачань, технології для автоматизації виробничих і бізнес-процесів, розширення асортименту у відповідності до потреб нових ринків, своєчасне виявлення та керування можливими ризиками.

Література:

1. Кривіцька В.В., Несен Л.М. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності підприємства альтернативного водозабезпечення. Ефективна економіка. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7074>

2. Кузьмін О.Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: /Монографія/ О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, О.П. Романко; за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О.Є. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2011. 180 с.

3. Замлинська О.В., Власенко Т.А., Степаненко С.В., Трунов І.Д. Перспективи та недоліки формування конкурентоспроможності України в умовах сталого розвитку. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 25-37. URL: <http://ujae.org.ua/perspektyvy-ta-nedoliky-formuvannya-konkurentospromozhnosti-ukrayiny-v-umovah-stalogo-rozvytku/>

4. Замлинський В.А., Осик Замлинський Я.В. Циркулярна економіка в контексті перспектив конкурентоспроможності України. Економічний вісник Причорномор'я. 2023. №4. С. 28-43. URL: <https://www.ebbsl.com.ua/index.php/visnuk/article/view/51/44>.

РОЛЬ АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ У ЕКОНОМІЦІ ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИНАХ

Дабіжа О.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБІК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Аудит у трудовій сфері – це періодичний, незалежний і документований процес збору об'єктивної інформації з соціальної та економічної діяльності організації, її аналізу й оцінки. Здійснення аудиту персоналу дозволяє з'ясувати наскільки повно і ефективно використовується трудовий потенціал підприємства. Аудит дозволяє переконатися у взаємній відповідності діяльності підприємства з управління персоналом і стратегії його розвитку, а також взаємній відповідності регламентації соціально-трудових відносин і законів, правил, інструкцій і методик, які визначають цю діяльність.

Поняття аудиту персоналу з'явилося порівняно недавно, тому єдиних стандартів та підходів до його проведення та оцінки кадрового потенціалу, а також правового закріплення в трудовому та господарському законодавстві України немає. Проблема полягає в тому, що трудові правовідносини регулює Кодекс законів про працю України, прийнятий ще у 1971 році, і незважаючи на численні зміни та доповнення до нього, а також законодавчі нововведення, зокрема щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі, на практиці застосовуються застарілі положення та норми, які є чинними, але не можуть повною мірою врегулювати проблемні практичні аспекти для правильного ведення кадрового діловодства [1].

Аудит персоналу застосовується як метод, що визначає ефективність системи прийняття управлінських рішень і контролю ефективності системи управління персоналом. слідження проблеми результативності діяльності персоналу підприємства та формування її ефективної системи займалися зарубіжні й вітчизняні вчені, зокрема: Ю.Г. Одегов, А.Я. Кібанов, Бей Г.В. та інші.

Аудит персоналу володіє системою спеціальних інструментів зі збирання інформації, її аналізу й оцінювання на цій основі ефективності використання персоналу та його впливу на загальні результати господарської діяльності. Основне завдання аудиту персоналу полягає у виявленні проблем, пов'язаних із людськими ресурсами підприємства (установи, організації), розробленні напрямів і завдань щодо їх вирішення [2].

Аудит персоналу — це періодичне проведення експертизи в частині управління персоналом, включаючи систему заходів стосовно збору інформації, її аналізу та оцінки, а на основі цього — ефективності діяльності організації, використання трудового потенціалу та регулювання соціально-трудових

відносин. Науковець зазначає, що оцінка людських ресурсів повинна проводитись методами управлінського аудиту.

Аудит персоналу — це система консультаційної підтримки, аналітичної оцінки та незалежної експертизи кадрового потенціалу організації, який рівний з фінансово-господарським аудитом дозволяє виявити відповідність кадрового потенціалу організації її цілям та стратегії розвитку. Отже, сутність аудиту персоналу це: оцінка кадрової політики підприємства та його кадрового потенціалу; оцінка стану планування персоналу; аналіз використання персоналу; стан рекрутингу персоналу на підприємстві; система оцінки персону; аналіз методів профорієнтації та адаптації персоналу; аналіз системи розвитку та навчання персоналу; аналіз управлінської діяльності та оцінка методів роботи із кадровим резервом; аналіз системи службово-професійного просування персоналу; аналіз організації та оплати праці, умов праці; аналіз системи мотивації та стимулювання праці; аналіз соціально-психологічного клімату в колективі. Здійснення аудиту персоналу дає змогу впевнитися, що трудовий потенціал підприємства використовується повністю та ефективно.

Таким чином, для деяких суб'єктів господарювання економічно вигідно провести аудит із залученням незалежних експертів-професіоналів для набуття практичного досвіду працівниками кадрових служб і недопущення неправильного трактування та застосування норм права, запобігання порушень у веденні кадрового діловодства.

Певні завдання і цілі, аудиту трудових відносин це: дотримання вимог трудового, господарського законодавства та законодавства з питань охорони праці; документальне оформлення відносин між працівниками і роботодавцем; визначення та підтвердження страхового стажу з метою оплати тимчасової непрацездатності; підтвердження витрат на оплату праці у складі бухгалтерських витрат підприємства; формування та подання звітності до державних органів, інформації у військкомат тощо. Аудит ведення кадрового обліку дозволяє встановити, чи виконуються роботодавцем зазначені вище завдання і чи досягаються цілі, а також зменшити ризики під час спілкування та проведення перевірок відповідними державними структурами.

Аудит трудових відносин налічує певні кроки для його проведення:

Крок 1. Оцінка кадрової політики підприємства та підготовка до проведення аудиту, зокрема, визначення групи працівників та залучених аудиторів для роботи з відповідними документами.

Крок 2. Вивчення і оцінка кадрових документів, необхідний для проведення аудиту. На цьому етапі важливо повною мірою вивчити оформлені раніше трудові договори, накази, штатний розпис та іншу кадрову документацію.

Крок 3. Детальна перевірка наданих кадрових документів, виявлення та встановлення помилок.

Крок 4. Аналіз ділянок високого ризику для конкретного суб'єкта господарювання, зокрема, аудит оплати праці, наявність у штаті іноземців та законність їхнього оформлення, наявність понаднормових робіт, дотримання умов під час випробувального терміну, дотримання нормативу робочих місць для інвалідів тощо.

Крок 5. Оформлення результатів кадрового аудиту звітом або розробка відповідних рекомендацій, включаючи можливі зміни в кадровій політиці суб'єкта господарювання, покликаних оптимізувати кадрове діловодство та привести його у відповідність до вимог трудового та господарського законодавства, а також усунути ризики у його порушенні.

Такі кроки є складовими єдиного процесу проведення кадрового аудиту.

Індикатором успішності в управлінні персоналом є не тільки підсумкові економічні показники, стабільність роботи організації, її стійкість і положення на ринку, конкурентоспроможність, а і специфічні показники, такі як ефективність діяльності структурних підрозділів і окремих працівників, задоволеність персоналу роботою і відчуття приналежності до організації, дієвість системи матеріального і морального заохочення, плинність кадрів, дотримання трудової дисципліни, наявність конфліктів на всіх рівнях відносин, характер соціально-психологічного клімату й особливості організаційної культури в організації та ін. притаманні лише діяльності персоналу, та досліджувані лише службою роботи із ним. Правильне керівництво людськими ресурсами допоможе багатьом підприємствам зберегти стабільність на ринку, бути лідером у своїй галузі, сприяє побудові сильної організації, готової до зміни у зовнішньому середовищі, яка може адаптуватися до цих змін із користю для себе [3]. Однак, без аутсорсингової підтримки аудиту персоналу, його незалежної експертизи та аналітичного оцінювання кадрового потенціалу менеджерів з персоналу для прийняття адекватних рішень не обійтися. Використання контрольних заходів дозволяє підприємствам підвищувати рівень своєї конкурентоспроможності особливо в умовах гнучкого і нестійкого ринку, відсутності кадрового резерву та зміни сфер та локацій діяльності.

Література:

1. Юридичний науковий електронний журнал. Законодавче закріплення та застосування процедури кадрового аудиту та аутсорсингу суб'єктів господарювання. URL: http://www.lsej.org.ua/8_2021/35.pdf
2. Роль аудиту персоналу на підприємстві
URL: http://www.lsej.org.ua/8_2021/35.pdf
3. Бей Г.В. Аудит персоналу: навчальний посібник / Г. В. Бей. Вінниця, 2017. 216 с.

ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МОЛОЧНА КОМПАНІЯ «ГАЛИЧИНА»

Древаль А.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Кулаковська Т.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Виробничі потужності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» розташовані на заході України у містечку Радехів Львівської області. Завод був збудований в 1955 році. Тоді державне підприємство «Радехівський маслозавод» спеціалізувався на виробництві масла та згущеного молока. Потім його поступово модернізували і почалося виробництво сметани та молока. Після 2000 року відбувся запуск виробництва кефіру та йогурту. ТОВ «Молочна компанія «Галичина» створена у 2015 році. Основна торгова марка – це національна ТМ «Галичина». Асортимент: молоко, сметана, кефір, йогурт, масло, ряжанка, сухе молоко.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства проведено за період 2021-2022 рр. з метою виявлення проблем розвитку підприємства.

Чистий дохід підприємства у 2022 році збільшився на 34 %, при цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 13,5 %. Темпи зростання собівартості продукції нижчі за темпи зростання чистого доходу від реалізації, що є позитивною тенденцією і є основою для отримання прибутку підприємства. Підприємство у 2022 році отримало прибуток на суму 30,9 млн грн, тоді як у 2021 році він становив 10 млн грн. Операційна та інша діяльність підприємства за досліджуваний період є прибутковою, при чому фінансові результати діяльності підприємства кращі у 2022 році, ніж у 2021 році.

Баланс підприємства у 2022 році збільшився на 555,7 млн грн. Відбуваються структурні зміни у майні підприємства у бік збільшення необоротних активів в більшості за рахунок зростання власного капіталу (на 27,7 %).

Слід зазначити, що основним джерелом формування майна підприємства є поточні зобов'язання і забезпечення. Їх частка становить на кінець 2021 та 2022 років відповідно 91,7 та 61,6 %.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства має на меті оцінку фінансової стійкості та ліквідності підприємства.

Оцінка фінансової стійкості проводиться за допомогою таких показників, як коефіцієнт фінансової автономії (незалежності), коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт маневреності власного капіталу тощо [1].

Коефіцієнти фінансової стійкості ТОВ «Молочна компанія «Галичина» наведені в таблиці 1 [2, 3].

Таблиця 1. Значення коефіцієнтів фінансової стабільності підприємства

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2021 рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,056	0,063	0,007

Показник	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
Коефіцієнт фінансового ризику	16,67	14,66	-2,01
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-4,03	-3,33	0,69
2022 рік			
Коефіцієнт фінансової автономії	0,064	0,341	0,277
Коефіцієнт фінансового ризику	14,66	1,93	-12,73
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-3,33	-2,72	0,61

Коефіцієнт фінансової автономії знаходиться як у 2021, так і у 2022 роках на досить низькому рівні, що свідчить про фінансову залежність підприємства від залученого капіталу. Але у 2022 році він значно збільшився на 0,277 пунктів.

Коефіцієнт фінансового ризику знаходиться на дуже високому рівні. На кожну власну гривню припадає близько 16,7 та 14,7 грн залучених коштів у 2021 році. На кінець 2022 року цей показник покращується і знижується до 1,9 грн.

Коефіцієнт маневреності коштів підприємства має від'ємне значення як у 2021, так у 2022 роках. Тобто підприємство має неманевровий робочий капітал.

Підприємство дуже залежне від позикового капіталу.

Ліквідність балансу визначається як ступінь покриття зобов'язань підприємства її активами, строк перетворення яких у гроші відповідає строку погашення зобов'язань. Рівень ліквідності підприємства можна визначити за допомогою таких показників, як коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності, коефіцієнт проміжної (термінової) ліквідності та коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Фінансові коефіцієнти ліквідності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» наведені у таблиці 2 [2, 3].

Таблиця 2. Значення коефіцієнтів ліквідності

Показники	На початок року	На кінець року	Абсолютне відхилення
2021 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,79	0,79	0
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,64	0,52	-0,12
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,15	0,06	-0,09
2022 рік			
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,79	1,02	0,24
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,52	0,65	0,13
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,16	0,10

Значення коефіцієнта загальної ліквідності у 2021 році знаходиться нижче рівня (від 1 до 2), тобто підприємство не має достатньо коштів для погашення короткострокових зобов'язань. У 2022 році ситуація вирівнюється. Значення коефіцієнта проміжної ліквідності як у 2021, так і у 2022 році нижчий за норму (від 0,7 до 0,8). Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2021 та 2022 роках нижче за норму (від 0,2 до 0,35), але вже на кінець 2022 року ситуація значно покращилася. Враховуючи значення показників ліквідності та

платоспроможності слід зазначити загрозливе становище фінансового стану підприємства у 2021 році, з покращенням його на кінець 2022 року.

Ризик ліквідності виникає при загальному фінансуванні діяльності підприємства та управління її платоспроможністю. Підприємство управляє ризиком ліквідності, підтримуючи відповідні резерви, рахунки в банках та можливість отримання кредитів, через постійний моніторинг майбутнього та поточного руху грошових коштів, та співставлення строків реалізації фінансових активів та погашення зобов'язань, уникаючи при цьому неприйнятних збитків та без ризику нанесення шкоди репутації підприємства.

Аналіз фінансових зобов'язань за строками погашення наведений у таблиці 3 [2, 3].

Таблиця 3. Аналіз фінансових зобов'язань за строками погашення

Фінансові зобов'язання	2021 рік			2022 рік		
	до 3 місяців	3-12 місяців	Всього	до 3 місяців	3-12 місяців	Всього
Торговельна кредиторська заборгованість (у т.ч. і за авансами)	299982		299982	286062		286062
Інші поточні зобов'язання		384636	384636		534274	534274
Інші довгострокові зобов'язання						
Цільове фінансування						
Всього	299982	384636	684618	286062	534274	820336

Дані таблиці свідчать про постійне підтримання наявності достатнього рівня грошових коштів, ліквідних фінансових ресурсів для виконання зобов'язань при настанні термінів їх погашення. Основу фінансових ресурсів, відмінних від високоліквідних ресурсів – грошових коштів, складають розрахунки з замовниками. З метою управління ризиком ліквідності та кредитним ризиком підприємство використовує практику авансування споживачів при одночасному застосуванні умов безвідсоткового товарного кредитування, що надається постачальниками. Підприємство дотримується відповідної ліквідності залежно від очікуваних термінів виконання зобов'язань за відповідними інструментами. У підприємства хоча і досить нестабільне, але контрольоване фінансове становище.

Література:

1. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Методика економічного аналізу діяльності підприємств» для студентів спеціальності 051 «Економіка» ступеня «Бакалавр» денної та заочної форм навчання. Укладач Т.А. Кулаковська. Одеса: ОНАХТ, 2018. 74 с.
2. Звіт незалежних аудиторів щодо фінансової звітності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» 2021 р. URL: <https://galychyna.com.ua/zvit-auditoryv-2021-rik/>
3. Звіт незалежних аудиторів щодо фінансової звітності ТОВ «Молочна компанія «Галичина» 2022 р. URL: <https://galychyna.com.ua/zvit-nez-auditoriv-2022/>

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ПЕРІОД ВІЙНИ

Буяновська Я.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.т.н., доц. Лобоцька Л.Л.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ефективність виробництва – найважливіша характеристика господарювання на всіх рівнях. Під економічною ефективністю виробництва розуміється ступінь використання виробничого потенціалу, що виявляється співвідношенням результатів до витрат суспільного виробництва.

Оцінка рівня ефективності виробництва підприємств хлібопекарської галузі завжди була важливою, адже підприємства роками працювали в умовах обмеження цін на готову продукцію. У 2016 р. Уряд країни прийняв постанову про відміну цих обмежень. Але з початку воєнних дій питання цін на найважливіший для пересічного українця продукт харчування – хліб знову став дуже актуальним.

В дослідженні обрано два найбільш потужних підприємства: ПрАТ «Київхліб» і ПрАТ «Концерн Хлібпром» (за адресою у м. Львів). Підприємства є лідерами галузі. «Київхліб» до 2021 займав біля 14 % ринку, а «Концерн Хлібпром» – до 7–8 % ринку. Обидва підприємства мають дочірні підприємства, причому львівське підприємство має власні потужності з виробництва борошна. ПрАТ «Київхліб», крім філіалів у м. Київ, мав ще потужності у м. Фастів і м. Сквіра, м. Макарів.

ПрАТ «Київхліб» у 2020 і 2021 рр. мало величезні чисті збитки, а саме (35109 тис.грн) і (39463 тис.грн), що наблизило підприємство до банкрутства. 10.01.2023 р. підприємство змінило назву на ПрАТ «Українські хлібні традиції», а 16.11.2023 р. Київський Господарський суд визнав підприємство банкрутом.

В таблицях 1– 4 визначені значення основних показників ефективності виробництва на досліджуваних підприємствах за їх звітними даними 2020 – 2022 рр. [4,5]. В таблиці 4 враховані індекси виробників хліба і ХБВ 2021/2020 1,172; 2022/2021 1,281 [6].

Таблиця 1. Оцінка показника рентабельності виробництва

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	%		
				2021/ 2020	2022/ 2020	2022/ 2021
ПрАТ «Київхліб»						
1. Валовий прибуток, тис. грн	175114	96814	40890	55,29	23,35	42,24
2. Середньорічна вартість основних засобів, тис.грн	227457,5	134961,5	15716	59,33	6,91	11,64
3. Середньорічна вартість оборотних коштів, тис.грн	339199	277544	298068	81,82	87,87	107,39
4. Рентабельність виробництва, %	30,90	23,47	13,03			
ПрАТ «Концерн Хлібпром»						
1. Валовий прибуток, тис. грн	466378	463540	575987	99,39	123,50	124,26

2. Середньорічна вартість основних засобів, тис.грн	431471,5	464786	497747,5	107,72	115,36	107,09
3. Середньорічна вартість оборотних коштів, тис.грн	228121	251919	303613,5	110,43	133,09	120,52
4. Рентабельність виробництва, %	70,71	64,67	71,87			

Таблиця 2. Оцінка показника рентабельності продукції

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	%		
				2021/ 2020	2022/ 2020	2022/ 2021
ПрАТ «Київхліб»						
1. Прибуток до оподаткування, тис грн	(-42970)	(-39463)	84428	91,84	196,48	213,94
2.Повна собівартість продукції, тис.грн	1210807	1183071	262496	97,71	21,68	22,19
3. Рентабельність продукції, %	-3,55	-3,34	32,1			
ПрАТ «Концерн Хлібпром»						
1. Прибуток до оподаткування тис грн	37663	21989	26785	58,38	71,12	121,81
2.Повна собівартість продукції, тис.грн	1224050	1440697	1605033	117,70	131,121	111,41
3. Рентабельність продукції, %	3,08	1,53	1,67			

Таблиця 3. Оцінка витрат на 1 грн виробленої продукції і коефіцієнта оборотності оборотних коштів

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	%		
				2021/ 2020	2022/ 2020	2022/ 2021
ПрАТ «Київхліб»						
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	1085266	856017	198083	78,88	18,25	23,14
2. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн	957094	472123	88017	49,33	9,20	18,64
3. Середньорічна вартість оборотних коштів, тис.грн	339199	277544	298068	81,82	87,87	107,39
4. Витрати на 1 грн виробленої продукції, грн/грн	0,8819	0,5515	0,4434	62,54	50,28	80,40
5. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	3,199	3,084	0,664	96,40	20,76	21,53
ПрАТ «Концерн Хлібпром»						
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	1271785	1483501	1716333	116,65	134,95	115,69
2. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн	1170112	1397702	1627721	119,45	139,11	116,46
3. Середньорічна вартість оборотних коштів, тис.грн	228121	251919	303613,5	110,43	133,09	120,52
4. Витрати на 1 грн виробленої продукції, грн/грн	0,9200	0,9422	0,9484	102,41	103,09	100,66
5. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	5,575	5,889	5,653	105,63	101,40	95,99

Аналіз показників за 2020–2022 рр. дозволяє зробити наступні висновки:

1. Показники рентабельності виробництва на обох підприємствах позитивні, причому у ПрАТ «Концерн Хлібпром» практично вдвічі вищі.

Значний спад показника у ПрАТ «Київхліб» за досліджуваний період підтвердив негативні фінансову ситуацію на підприємстві, що призвело до його банкрутства. Практично з 2021 р. підприємство випускало дуже обмежений обсяг продукції, бо чисельність працюючих була скорочена з 1233 до 630, а потім до 37 осіб. Тому оцінювати роботу підприємства у 2022 р. недоцільно.

Таблиця 4. Оцінка виробітку, заробітної плати 1 працюючого і фондівіддачі

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	%		
				2021/ 2020	2022/ 2020	2022/ 2021
ПрАТ «Київхліб»						
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	1085266	730389,9	154631,5	67,30		21,17
2.Річний фонд заробітної плати, тис. грн	221128	124114	10460	56,13		8,43
3. Середньорічна чисельність працюючих	1233	630	37	51,09		5,87
4. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн.	227457,5	134961,5	15716	59,33	6,91	11,64
5. Виріток на 1 працюючого, тис.грн	880,2	1159,3	4179,2	131,71		3,6 р.
6. Середньорічна заробітна плата 1 працюючого, тис.грн	179,34	197,00	282,7	109,85		1,44 р.
7. Фондовіддача, грн/грн	4,771	5,412	9,839	113,44		1,82 р.
ПрАТ «Концерн Хлібпром»						
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	1271785	1265785,8	1339838,4	99,53		105,85
2.Річний фонд заробітної плати, тис. грн	311902	322966	356170	103,55		110,28
3. Середньорічна чисельність працюючих	2639	2712	2792	102,77		102,95
4. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн.	431471,5	464786	497747,5	107,72	115,36	107,09
5. Виріток на 1 працюючого, тис.грн	481,92	466,74	479,88	96,87		102,82
6. Середньорічна заробітна плата 1 працюючого, тис.грн	118,19	119,09	127,57	100,76		107,12
7. Фондовіддача, грн/грн	2,948	2,723	2,692	92,37		98,86

2. На київському підприємстві у 2020 і 2021 рр. рентабельність продукції була від'ємною, на львівському хоча і позитивною, але з тенденцією до різкого зниження.

3. Витрати на 1 грн виробленої продукції не перевищували 1 грн, на київському підприємстві були нижчі, ніж на львівського з тенденцією росту показника на ПрАТ «Концерн Хлібпром».

4. Чисельність працюючих на львівському підприємстві практично вдвічі вища, тому виробіток на 1 працюючого тут значно поступається ПрАТ «Київ-

хліб», а середній рівень оплати праці, навпаки на київському підприємстві вище. На обох підприємствах темпи росту заробітної праці випереджають темпи росту продуктивності праці, що свідчить про достатньо високий рівень ручної праці.

5. Показники оборотності оборотних коштів у 2020 і 2021 рр. на київському підприємстві значно поступаються аналогічним показникам львівського підприємства, тоді як по фондовіддачі картина протилежна. Це можна пояснити тим, що львівське підприємство, крім хліба і ХБВ, випускає ще каву, має достатньо коштовне обладнання, а київське підприємство випускало переважно хлібну продукцію з невисоким рівнем її рентабельності. В тому числі до складу ПрАТ «Київхліб» відносилися низько ефективні виробництва у м. Сквирі, Фастів, Макарів, які припинили свою роботу в 2022 р. Київські підприємства потерпали від нестачі електроенергії, вимушені були підключати генератори, що призводило до росту витрат.

Отже, підприємства Києва, Київської області, а також областей Сходу і частково Півдня суттєво постраждали від війни.

На київському підприємстві, яке працювало з 1930 р., за останні кілька років відбувся значний спад виробництва, відповідно і ефективність виробництва поступово знижувалася. Додатковою обтяжливою причиною цієї ситуації була відсутність серед власників представників вітчизняного бізнесу. Роками власниками були нерезиденти України, що вплинуло на якість менеджменту.

У 2023 р. продовжується зниження показників рентабельності на хлібопекарських підприємствах, бо Уряд знову обмежує ріст цін на хліб і ХБВ, тоді як собівартість продукції зростає. Хлібопекарські підприємства потребують допомоги з боку держави. Перш за все потрібно зафіксувати ціни на борошно, енергоносії. Ціни на хліб можна знизити за рахунок зниження ставки ПДВ до 12 % на основні види хліба.

Література:

1. Економіка підприємства. Підручник /За заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2000. 528 с.
2. Рентабельність близько нуля, але українці будуть з хлібом. Як працює хлібопекарська галузь в умовах війни. URL: <https://agroportal.ua/ru/publishing/intervyu/rentabelnist-blizko-nulya-ale-ukrajinci-budut-iz-hlibom-yak-pracyuye-hlibopekarska-galuz-v-umovah-viyni> (Дата звернення 02.03.2024)
3. Кулаковська Т.А. Економіка підприємства (практикум): навч. посіб. [для сту.вищих навч.закладів]. Одеса:Астропринт, 2014. 364 с.
4. Фінансова звітність ПрАТ «Київхліб» за 2020, 2021, 2022 рр. URL: https://clarity-project.info/edr/00381574/finances?current_year=2021(Дата звернення 04.03.2024)
5. Фінансова звітність ПрАТ «Концерн Хлібпром» за 2020, 2021, 2022 рр. URL: <https://hlibprom.com.ua> (Дата звернення 04.03.2024)
6. Статистична інформація/Економічна статистика/Ціни/Індекси цін виробників промислової продукції у 2013–2022 роках (до попереднього року). URL:<https://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 04.03.2024)

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Пенделяк Х.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Замлинський В.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ключовим фактором успішного розвитку будь-якого підприємства в Україні є його здатність до конкуренції. Це дає можливість внутрішнім товарам і продукції вийти на міжнародний ринок і знайти свого споживача. На сьогоднішній день рівень конкурентоспроможності аграрної сфери в Україні достатньо високий і займає високу позицію серед інших секторів економіки. Україна утримує лідерські позиції на аграрному ринку зернових культур, що є стратегічно важливим для забезпечення продовольчої безпеки країни.

Проте, воєнний конфлікт в Україні створив значні виклики для аграрного сектору. Багато підприємств зазнали фінансових втрат, змушені були адаптуватись до нових умов, через обмеження експорту зернових та знищення інфраструктури, такої як елеватори. Це призвело до необхідності стратегічного аналізу конкурентної позиції підприємств в аграрному секторі. У таких умовах, дослідження реальної ситуації та пошук нових шляхів підвищення конкурентоспроможності стає надзвичайно актуальним завданням. Важливою умовою є адаптація підприємств до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, а також розробка стратегій, спрямованих на зміцнення їх конкурентних позицій на ринку. Такий підхід дозволить забезпечити стійке положення українських агропідприємств на міжнародній арені та зберегти їхню економічну стійкість у майбутньому.

Дослідження конкурентоспроможності підприємств, зокрема в сільському господарстві, завжди привертало увагу вчених як на міжнародному, так і національному рівнях. Зарубіжні економісти, такі як Філіп Котлер [1], Майкл Портер, а також науковці вітчизняного поля, включаючи Олександра Єрмакова та Олександра Юхимовича [5], досліджували різні аспекти конкурентоспроможності та стратегії її забезпечення. Класиком теорії конкуренції конкурентоспроможності по праву вважається М. Портер, вагомим внеском якого є дослідження категорії «конкурентних переваг» – ключових факторів успіху, характерних для певної галузі чинників, що дають йому переваги над іншими галузями, наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу тощо. Він писав, що конкурентні переваги поділяються на два основних види: більш низькі витрати та диференціація товарів [2, с.55]. На думку І. А. Спиридонова «конкурентоспроможність підприємства являє собою його спроможність здійснювати прибуткову господарську діяльність в умовах конкурентного ринку, що забезпечується вмілим використанням організаційно-управлінських, науково-технічних, економічних, виробничих, маркетингових та інших засобів ведення ефективної господарської діяльності» [3, с.103]. У рамках теорії конкурентних переваг Д. Кэмпбелл, Дж. Стоунхаус і Б. Х'юстон вважають, що підприємство має

конкурентну перевагу, якщо його прибуток вище, ніж прибуток конкурентів. Більш високі доходи припускають можливість інвестувати нерозподілений прибуток у майбутні проекти, утримуючи, таким чином, лідерство на ринку даної галузі. Якщо перевага зберігається протягом тривалого періоду часу, то можна говорити про стійку конкурентну перевагу. Але останнє може бути втрачено, якщо керівництву компанії не вдається розподілити прибуток таким чином, щоб конкурентна перевага була збережена [4, с.32]. Питання інноваційного розвитку зернового виробництва також детально досліджуються в наукових працях Людмили Мармуль [6], Петра Макаренка [7], Павла Саблука [8] та інших вчених.

Важливість цієї проблематики стала очевидною у зв'язку з потребою у вивченні методів вимірювання конкурентоспроможності, визначення факторів, що впливають на неї, і розробки інноваційних стратегій для підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору.

Сільське господарство є ключовим сектором економіки багатьох країн, від якого залежить не лише економічний розвиток, а й продовольча безпека нації. У нестабільному світі сучасного ринкового середовища сільськогосподарські підприємства повинні бути конкурентоспроможними, аби виживати і просуватися вперед. Однак, для досягнення цього, необхідно не лише розуміти теоретичні концепції конкурентоспроможності, але й розробляти практичні стратегії, які допоможуть підвищити ефективність сільськогосподарських підприємств та аналізувати поточний стан.

Зернопереробна і елеваторна промисловість в Україні має визначальне значення для сільськогосподарського сектору та продовольчої промисловості. На підприємствах елеваторної промисловості зерно обробляють для поліпшення якості і тривалого зберігання, оскільки зерно заготовляють протягом декількох місяців, а споживають протягом всього року. Їхні функції включають не лише зберігання зернових культур, а й їхню обробку, переробку та постачання на ринок. Однак, більше того, елеваторна промисловість є ключовим елементом інфраструктури, що забезпечує розвиток агропромислового комплексу країни. Приблизно 80% зібраного зерна переробляють у борошно на підприємствах зернопереробної промисловості, які спеціалізуються на виробництві борошна та круп. Крім того, значна кількість зерна використовується у виробництві комбікормів. Понад 60% складає частку зерна та його побічних продуктів у складі рецептури комбікормів, а також деякі галузі харчової промисловості використовують зерно як сировину.

Зерносховища та елеватори допомагають сільськогосподарським виробникам зберегти їхню продукцію в оптимальних умовах, зменшуючи втрати і забезпечуючи стабільність постачання на ринок. Крім того, вони грають ключову роль у забезпеченні якості продукції, оскільки зерно піддається обробці для поліпшення його якості та тривалого зберігання.

Розвиток елеваторної промисловості не лише стимулює ефективне виробництво та переробку зернових, а й має значний економічний вплив. Будівництво нових зерносховищ і модернізація існуючих сприяють зростанню інвестицій та створенню робочих місць у різних регіонах країни. Крім того, це

сприяє збільшенню експортного потенціалу України, адже ефективна інфраструктура для зберігання та транспортування зерна дозволяє забезпечити стабільні поставки на міжнародні ринки.

До початку великої війни в Україні існувало 57 мільйонів тон елеваторних потужностей. Проте більше 13 мільйонів тон було втрачено через різні причини, такі як окупація, обстріли та підтоплення. Незважаючи на це, аграрії продовжили будувати нові елеватори та розширювати існуючі потужності. Протягом майже двох років війни фермери вкладають кошти у власні зберігальні споруди, компанії розширюють мережу елеваторів та переробних заводів, а також будують перевантажувальні термінали як на суходолі, так і на річках. У будівництві та розширенні елеваторів, навіть у період воєнних дій, виявляється позитивна тенденція, що заохочує аналізувати фактори, спрямовані на досягнення конкурентних переваг. Для цього важливо врахувати кілька ключових аспектів. Розвиток елеваторної галузі під впливом кліматичних умов, запуску ринку землі проявляється своєрідно. Наприклад, в південних областях, крім портової інфраструктури, розвиток елеваторної промисловості менш динамічний через кліматичні особливості. Області, які раніше не мали достатньо забезпечення зерновими культурами, зараз стають лідерами виробництва зернових. Для успішної динаміки цього процесу важливі технологічні зміни, переобладнання, використання енергоефективних технологій та автоматизацію.

У реаліях ведення бізнесу найважливішою умовою ефективного довгострокового розвитку в умовах жорсткої конкуренції та ризиків, що спостерігаються в даний час, є вибудовування довгострокових партнерських відносин із споживачами та інвесторами, розуміючи, що ключові компетенції зміщуються від масованої взаємодії до виявлення цільової комунікації, фокусного залучення та стабільності в утриманні прибуткових комунікацій. Щоб вирішити ці завдання, варто переходити на клієнтоорієнтовану стратегію через формування системи управління взаємовідносинами, розроблення та запровадження стратегії сталого розвитку [9]. Саме наповнюваність кожної людини та підприємства в цілому ідеями сталого розвитку може стати відправною точкою незворотного процесу національного відродження та соціально-економічного розвитку й отриманні довгострокових здобутків у конкурентній боротьбі [10]. Ефективне використання ресурсів є важливим аспектом успішної діяльності компаній. Впровадження інновацій визначає якість продукції та її конкурентоспроможність. Зростання конкурентоспроможності галузі забезпечується завдяки впровадженню передових практик, таких як автоматизація, використання енергоефективних технологій, розробка нових сортів рослин та інші інноваційні рішення. Незважаючи на наявні виклики, такі як фінансові обмеження та нестабільність у зв'язку з війною, українські агропідприємства здатні досягти успіху на міжнародному ринку, якщо будуть активно адаптуватися до змін та впроваджувати стратегії, спрямовані на підвищення ефективності та стабільності виробництва.

Література:

1. Філіп Котлер. Основи маркетингу. Короткий курс К.: Діалектика-Вільямс, 2020. 496 с.
2. Портер М. Міжнародна конкуренція. Конкурентні переваги країн/М. Портер: пров. з англ. / За ред. і з передисл. В. Д. Щетиніна. М.: Міжнародні відносини, 1993. 896 с.
3. Спиридонів І. А. Міжнародна конкуренція / Спиридонів І. А. М.: Інфра-М, 1997. 102 с.
4. Кемпбелл Д. Стратегічний менеджмент: Підручник / Д. Кемпбелл. М., 2003. 336 с.
5. Єрмаков О.Ю., Величко О.В. Формування і ефективність використання трудових ресурсів в сільськогосподарських підприємствах: монографія. К.: Аграр Медіа Груп (2010).
6. Мармуль Л.О. Напрями підвищення ефективності використання інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств Херсонської області / Л.О. Мармуль, І.В. Пелих // Таврійський науковий вісник: наук. ж-л.-Херсон: Айлант, 2010. Вип.73. С. 29-35.
7. Макаренко П., Миколенко І., & Рєпіна М. Інноваційне управління галуззю рослинництва на підприємстві. Економіка та суспільство. 2022. №4.
8. Саблук О.О. Результативність наукового забезпечення аграрної реформи // Регіональна економіка 3 (2015): 157-158.
9. Замлинська О.В., Власенко Т.А., Степаненко С.В., Трунов І.Д. Перспективи та недоліки формування конкурентоспроможності України в умовах сталого розвитку. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 25-37. URL: <http://ujae.org.ua/perspektyvy-ta-nedoliky-formuvannya-konkurentospromozhnosti-ukrayiny-v-umovah-stalogo-rozvytku/>
10. Замлинський В.А., Осик Замлинський Я.В. Циркулярна економіка в контексті перспектив конкурентоспроможності України. Економічний вісник Причорномор'я. 2023. №4. С. 28-43. URL: <https://www.ebbsl.com.ua/index.php/visnuk/article/view/51/44>.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКСПОРТНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Соборова А.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
 Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А.
 Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Експортно залежна економіка України у 2023 році продовжує боротись із наслідками скорочення обсягів постачань українських товарів за кордон через повномасштабне вторгнення Росії. За січень-серпень 2023 року Україна експортувала товарів на \$24,5 млрд, з яких до бюджету внаслідок сплати вивізного мита надійшло 465,8 млн грн. Експортери отримали на 15% менше виручки порівняно з аналогічним періодом 2022 року (\$28,9 млрд) та на 41% – відносно \$41,8 млрд за вісім місяців 2021-го.

Зменшення виручки у 2023 році пов'язано з тим, що в січні та лютому 2022 року, до повномасштабного вторгнення РФ, обсяги українського експорту були рекордними. Якщо порівнювати період за шість місяців з березня до серпня, обсяги експорту у 2023 році зросли на 2% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Загалом експорт товарів за 2022 рік становить \$44,2 млрд, що на 35% менше, ніж 2021 року.

Зміни в географії експорту

За вісім місяців 2023 року географічна структура експорту з України змінилася. Найбільша частка серед напрямків постачання української продукції залишається за Польщею, втім, вона знизилася з 15,5% до 13,7%.



Рисунк 1. Зміна країн – лідерів експорту з України (торгові партнери за часткою товарного експорту, %, вісім місяців 2022 року та вісім місяців 2023 року). Дані: ДМСУ

На першому місці за ростом частки в українському експорті протягом восьми місяців 2023 року опинилася Румунія: +3,2 п.п. до 10,6%, тоді як обсяги зросли на 20,6%. На друге місце за позитивною зміною експортної частки вийшла Іспанія (+2 п.п. до 4,6% від загального експорту), яка наростила обсяги товарних закупівель з України на 53% рік до року, до \$1,1 млрд. Натомість Німеччина, Італія, Нідерланди, попри ріст питомої ваги та місць у ренкінгу торгових партнерів по експорту, знизили обсяги купівлі українських товарів на -11%, -5% і -13% відповідно.

Скоротилися частки в експортних доходах України й Болгарії, Словаччини, Австрії, США, Саудівської Аравії, Іраку, Південної Кореї та Алжиру. Занепад торгівлі з віддаленими торговими партнерами може бути пов'язаний із блокуванням Росією чорноморських перевезень з України.

Товарна структура експорту

Найекспортованіші категорії товарів з України за вісім місяців 2023 року: продовольство: \$14,6 млрд; метали та вироби з них: \$2,7 млрд; машини, устаткування і транспорт: \$2,1 млрд.

Обсяги експорту продукції агропромислового комплексу п'ятикратно переважають над експортом товарів металургійного сектору, хоча впродовж десятиліть це були цілком рівнозначні канали заведення валютної виручки в Україну.

Топ 15 товарних груп з експорту				
8 місяців 2023 року, \$ млн				
№	продуктова група	експорт, \$ млн	частка 8м.2023	приріст, %
1	Зернові культури	6 083	24,9	17,1% ↑
2	Жири та олії	3 766	15,4	3,1% ↑
3	Чорні метали	1 821	7,4	-51,1% ↓
4	Насіння олійних рослин	1 521	6,2	-10,8% ↓
5	Електричні машини	1 259	5,1	-32,1% ↓
6	Руди, шлак і зола	1 213	5,0	-54,1% ↓
7	Деревина і вироби з деревини	1 064	4,3	-20,3% ↓
8	Залишки і відходи харчопрому	871	3,6	27,5% ↑
9	Вироби з чорних металів	626	2,6	-10,8% ↓
10	М'ясо та їстівні субпродукти	599	2,4	-3,9% ↓
11	Реактори ядерні, котли, машини	580	2,4	-30,5% ↓
12	Меблі	537	2,2	-2,7% ↓
13	Цукор і кондитерські вироби	338	1,4	181,3% ↑
14	Паливо, нафта і нафтопродукти	297	1,2	-52,4% ↓
15	Молоко, яйця, мед	271	1,1	-1,5% ↓

Дані: ДМСУ
Аналітика: YouControl.Market, Офіс з розвитку підприємництва та експорту

YU MARKET

Рисунок 2. 15 найбільших товарних експортних груп за вісім місяців 2023 року, \$ млн. Дані: ДМСУ

Українські експортери за січень-серпень 2023 року найбільше доходів отримали від продажу за кордон зернових культур (кукурудзи, пшениці, ячменю, гречки, сорго, жита), що становить чверть усього експорту за досліджуваний період на суму \$6,1 млрд.

Експортні підсумки

Аналіз стосується експорту за вісім місяців 2023-го і може коригуватися за підсумками року. Проте вже очевидними є тренди змін країн-лідерів, з якими Україна реалізовувала торгово-економічні відносини за 2022 рік.

За вісім місяців 2023 року найбільше зросли обсяги постачань з України в Румунію, Іспанію та Бельгію. Водночас, крім частини країн ЄС, у 2023 році також зріс експорт у Китай, Єгипет та Ізраїль.

У продуктивній структурі товарів скоротилися постачання за кордон металів, руд, нафтопродуктів, добрив, солі та пластмас – традиційної продуктової спеціалізації Сходу та Півдня України. Натомість збільшились обсяги експорту зерна, олії, товарів харчопрому, локомотивів та фармацевтичної продукції.

Також позитивні результати: українські компанії почали завойовувати міжнародні ринки. Виробники харчової продукції, одягу, дизайнерських меблів, будівельних матеріалів, промислового обладнання, ресторатори та надавачі різноманітних послуг – сотні українських підприємців – наважилися спробувати свої сили на ринках ЄС.

Література:

1. <https://forbes.ua/money/silne-pleche-agrariiv-za-visim-misyatsiv-2023-go-agrosektor-prinis-ukraini-u-pyat-raziv-bilshe-viruchki-nizh-metalurgiya-zagalom-mi-eksportovali-tovariv-na-245-mlrd-yaki-kraini-kupuyut-ukrainske-dosli-11102023-16579>
2. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/34213/2/TNTUSJ_2020v6n67_Ivanov_a_I-Logistics_service_market_185-192.pdf

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОКОНЦЕНТРАТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Жирун А.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Харчоконцентратна галузь є важливою складовою господарського комплексу України і значно впливає на забезпечення продовольчої безпеки.

Виробництво харчових концентратів у розвинених країнах світу з кожним роком зростає. В Україні найбільші підприємства по виробництву харчових концентратів розташовані у Дніпрі (Дніпровський комбінат харчових концентратів) та Одесі (ПрАТ «Єнні Фудз»). Невеликі харчові фабрики у різних областях України та деякі овочесушильні заводи виготовляють окремі групи харчових концентратів.

Нині, в умовах військового стану, значно змінились пріоритети у харчуванні населення. Зараз вагома роль приділяється виробництву продукції з високою поживною цінністю та тривалими термінами придатності. Вітчизняна промисловість виробляє більше 300 найменувань харчових концентратів. Серед них можна виділити харчоконцентрати: каші швидкого приготування, сухі сніданки, батончики, снеки, десерти, перші та другі страви, функціональні харчоконцентрати, чіпси і т. ін. До того ж, значні обсяги нині використовуються для комплектування сухий пайків для армії та інших державних структур. Також вони зараз досить добре реалізуються в торгівельній мережі і використовуються у якості гуманітарної допомоги.

Аналіз стану харчоконцентратної галузі України дозволяє зробити висновок, що ринок, який відповідає даній галузі, є досить диференційованим. Зокрема, стабільним попитом серед споживачів користуються сухі сніданки. Динаміка ринку зернових сніданків представлена на рис. 1. До сухих сніданків належать продукти, готові до безпосереднього споживання і виготовлені з різних злаків. Сухі сніданки виробляють у вигляді круп'яних паличок, пластівців, фігурних кукурудзяних виробів і повітряних зерен [1, с. 175]. Сухі сніданки, що виробляються в Україні і реалізуються під торговими марками - це «Золоте зерно», «Добродія». Проте значна частка цього ринку зайнята іноземними виробниками, зокрема Швейцарія (TM Nestle), AXA, START, Finn Crisp (країни Скандинавії) і т. ін.

Також до популярної продукції відносяться різноманітні снеки: чіпси, сухарики, рибні снеки та м'ясні джеркі і т. ін. У сучасному світі, коли дієти і контроль за вагою стали постійним явищем, асортимент снекових продуктів все більше розширюється за рахунок зернових пластівців, сушених фруктів, овочів тощо. Незважаючи на погіршення економічної ситуації в країні та зниження купівельної спроможності населення, вітчизняні та зарубіжні виробники зацікавлені в постійному збільшенні продажів своєї продукції, проте низький рівень споживання продукції снекової групи, яка в уявленні більшої частини

споживачів асоціюється з швидким низькоякісним харчуванням, не сприяє значному розвитку цього ринку.



Рис. 1. Динаміка ринку зернових сухих сніданків

Джерело: побудовано авторами на основі [2].

Важливе місце в асортименті харчових концентратів займають продукти для дитячого і дієтичного харчування. Продукти для дитячого і дієтичного харчування представлені наступними видами продукції:

- суміші дитячі з відварами (гречаним, вівсяним, рисовим), які також містять цукор-пісок або цукрову пудру (рекомендують для дітей з місячного віку);
- каші молочні – це суміш крупи манної або борошна гречаного, рисового, вівсяного, їхньої суміші (36%), молока сухого (46%) і цукру-піску або цукрової пудри (18%) (рекомендовано дітям з 5-6 місяців);
- сухі овочево-молочні пюре випускають у вигляді сумішей молочних з кабачками, морквою, з кабачками і морквою, з гарбузами і рисовим борошном, із зеленим горошком і морквою, з морквою та абрикосами (рекомендовано дітям з 6 міс);
- сухі плодово-молочні пюре представлені сумішами молочними – яблучно-вишневою, яблучно-чорносмородиновою, яблучно-малиною.

Нині підприємства харчоконцентратної галузі активно працюють над підвищенням якості продукції, впроваджуючи сучасні технології і стандарти виробництва. З точки зору перспектив росту, більш привабливими є такі сегменти, як продукти для дитячого та дієтичного харчування, сухі сніданки, а також картопляні продукти. Проте, досить перспективними в контексті отримання стратегічних переваг є такий сегмент, як снеки, насамперед функціонального призначення та підвищеної харчової цінності.

Література:

1. Ковбаса В. М. Перспективи розвитку харчових концентратів в Україні. *Наук. пр./ Одес. нац. акад. харч. технологій*. Одеса, 2015. Т. 2, Вип. 30. С. 173–175.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.03.2024).

АКТУАЛЬНІ РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Браїла І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Умови війни суттєво впливають на м'ясопереробні підприємства, змушуючи їх шукати нові шляхи підвищення рентабельності. Зниження споживчого попиту, складнощі з постачанням сировини та матеріалів, а також зростання витрат на виробництво потребують пошуку ефективних рішень. Актуальні резерви підвищення рентабельності включають удосконалення виробничих процесів, оптимізацію логістики, розробку нових продуктів та управління витратами. Дослідження цієї теми дозволить знайти оптимальні рішення для забезпечення стійкості та успішності підприємств у складних умовах війни.

Метою дослідження є визначення актуальні резерви підвищення рентабельності м'ясопереробних підприємств України в існуючих соціально-економічних умовах.

М'ясна галузь України є стратегічним сектором економіки, який забезпечує високу додану вартість від вирощування зернових, виробництва кормів, та до переробки та продажу м'яса та м'ясних виробів на внутрішньому та глобальному ринках. Вона відіграє ключову роль у національній продовольчій безпеці та є одним з найбільших секторів економіки країни.

Проте, однією з головних проблем розвитку м'ясної галузі залишається дефіцит сировини, особливо свиней, через низьку мотивацію аграріїв до збільшення їх чисельності або започаткування такого бізнесу. Це пояснюється недостатнім технологічним розвитком, високою собівартістю та низькою рентабельністю в попередні роки.

Протягом двох десятиліть в Україні споживання свинини не забезпечувалося власним виробництвом, а до липня 2022 року від 10% до 30% споживання свинини забезпечував імпорт. Експортний потенціал та розвиток м'ясної галузі в Україні були обмежені [1].

На 01.01.2022 року на свинокомплексах 24 областей України утримувалося 3 млн свиней, що вдвічі менше, ніж на свинокомплексах Бельгії (6 млн свиней) – країні, що за розмірами в 20 разів менша за Україну [1].

М'ясопереробні підприємства, які спеціалізуються на переробці м'яса та виробництві м'ясних продуктів, зазнають значних викликів у зв'язку з умовами війни. Умови війни вплинули на цей сектор промисловості на різних рівнях, включаючи зміни у виробництві, споживчому попиті та доступі до сировини.

По-перше, війна призвела до скорочення обсягів виробництва на м'ясопереробних підприємствах через обмежену доступність сировини. Зокрема, відбулося скорочення вирощування та постачання тварин, що може призвести до дефіциту сировини для м'ясопереробних підприємств.

Війна також призвела до змін у споживчому попиті на м'ясні продукти. В умовах нестабільності та економічних труднощів споживачі змінили свої покупки та віддавати перевагу менш витратним або продуктам з більш тривалим терміном зберігання.

Також війна вплинула на прибутковість м'ясопереробних підприємств через зростання витрат на виробництво. Зростання цін на енергію, сировину та інші матеріали підвищила загальні витрати підприємств, що в свою чергу негативно вплинуло на їхню прибутковість.

Проте, умови війни також створили нові можливості для м'ясопереробних підприємств. Наприклад, збільшений попит на внутрішньому ринку може компенсувати знижений експорт або створити нові можливості для розвитку нових продуктів.

У цілому, стан та прибутковість м'ясопереробних підприємств у військовий період суттєво залежна від ефективності управління, стратегічного планування та здатності адаптуватися до змін, що можуть визначити успіх або невдачу у цих умовах.

Актуальність резервів підвищення рентабельності м'ясопереробних підприємств зумовлена необхідністю оптимізації виробничих процесів та забезпечення конкурентоспроможності в умовах сучасного економічного середовища. М'ясопереробна галузь в Україні стикається з численними викликами, включаючи зростання вартості сировини, підвищення конкуренції на ринку, а також нестабільність економічної ситуації в країні.

Одним із ключових резервів підвищення рентабельності м'ясопереробних підприємств є впровадження сучасних технологій виробництва та управління. Використання автоматизованих систем контролю якості, оптимізація виробничих процесів за допомогою інноваційних технологій та впровадження ефективних методів управління можуть сприяти зниженню витрат та підвищенню продуктивності праці, що в свою чергу позитивно впливає на рентабельність підприємств.

Крім того, важливим аспектом є пошук нових ринків збуту та розширення асортименту продукції. Диверсифікація виробництва та розробка інноваційних продуктів можуть сприяти залученню нових клієнтів і підвищенню обсягів продажів.

Також важливою складовою підвищення рентабельності є оптимізація ланцюга постачання та скорочення витрат на транспортування та зберігання сировини та готової продукції.

Узагальнюючи, актуальні резерви підвищення рентабельності м'ясопереробних підприємств полягають у впровадженні сучасних технологій, пошуку нових ринків збуту, оптимізації ланцюга постачання та розширенні асортименту продукції. Виробники повинні активно впроваджувати ці стратегії для забезпечення стабільного розвитку та конкурентоспроможності на ринку.

Література:

1. М'ясна галузь України – від дефіциту сировини до лідерства у глобальному ринку // AGROEXPERT: [Веб-сайт]. URL: <https://agroexpert.ua/m-iasna-haluz-ukrainy-vid-defitsytu-syrovyny-do-liderstva-u-hlobalnomu-rynku/> (дата звернення: 22.03.2024).

СОЦІАЛЬНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК НАПРЯМ СТАЛОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Дуковська Я.І., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Актуальність теми полягає в тому, що сучасна економіка України через тривалий негативний вплив пандемії COVID-19 та повномасштабне вторгнення РФ стоїть перед багатьма складними викликами, які вимагають інноваційних підходів та ефективних інструментів для стимулювання розвитку. Одним із таких ефективних інструментів розвитку є франчайзинг. Ця унікальна форма бізнесу не лише пережила випробування часом, але й продовжує активно впливати на розвиток економік всього світу. За даними Franchise Group попри війну 57% мереж франшиз в Україні не закрили жодного об'єкта, що вказує на стійкість цієї бізнес-моделі, яка базується на співпраці між франчайзерами (власниками бренду і бізнес-концепцій) та франчайзі (підприємцями-партнерами). Ця модель допомагає малим та середнім підприємствам розвиватися, дозволяючи підприємцям використовувати вже визнані бізнес-моделі, знижує ризики під час старту нового бізнесу та сприяє створенню мережових структур, що працюють над досягненням спільних цілей.

Метою роботи є розкриття потенціалу соціального франчайзингу як актуального засобу впровадження концепції сталого та інклюзивного розвитку, виявлення конкретних шляхів підвищення ефективності використання соціального франчайзингу в сучасних умовах. Для досягнення поставленої мети було використано методи аналізу, спостереження та порівняння.

Одна з форм франчайзингу – соціальний франчайзинг є потужним інструментом для досягнення сталого та інклюзивного розвитку країни. Ця модель відкриває широкі можливості для розвитку бізнесу, вирішення різноманітних важливих соціальних проблем, зменшення негативного впливу людства на довкілля або пом'якшення наслідків цього впливу, боротьби з безробіттям, стимулювання розвитку соціального підприємництва та створення інновацій.

Соціальний франчайзинг – це відносно новий сегмент франчайзингового ринку України, який ще недостатньо вивчений і не до кінця усвідомлений з точки зору його майбутнього потенціалу зростання, проте в інших країнах ця бізнес-модель вже успішно функціонує та відіграє важливу роль.

Соціальний франчайзинг – це застосування методів комерційного франчайзингу для досягнення соціальної мети. В основі цієї моделі лежить ідея використання успішних комерційних практик для досягнення соціальних цілей.

Соціальна франшиза працює так само, як і комерційна франшиза, з тією лише різницею, що головною метою використання даної франчайзингової бізнес-моделі є створення соціальної користі. Тобто соціальна франшиза створюється не для максимізації прибутку, а для того, щоб дати можливість

людям працювати разом, керуючись спільною соціальною метою. Враховуючи масштаби соціальних проблем, з якими стикається Україна та світ у таких сферах, як голод, розселення біженців і зміна клімату, а також більш локальні проблеми, такі як безробіття та недостатність послуг для вразливої категорії населення, потенціал даної бізнес-моделі величезний. За допомогою досвідчених професіоналів у галузі франчайзингу успішні соціальні проекти можуть перетворитися на франчайзерів, які швидко масштабують свій вплив завдяки франчайзі з метою досягнення суспільного блага і виконання своєї соціальної місії.

Насамперед, для розвитку ринку соціального франчайзингу важливо, щоб соціальні підприємства створювали власні бізнес-моделі для виконання соціальних місій, випробовували їх на практиці і, у разі тривалого успіху, пропонували свої досвід, знання, певні ресурси та підтримку у вигляді перспективних соціальних франшиз.

Під соціальним підприємництвом розуміється систематична, в тому числі інноваційна, господарська діяльність, яка передбачає вирішення соціальних проблем та задоволення потреб суспільства.

Часто соціальні підприємства плутають з комерційними підприємствами, або з благодійними організаціями, проте соціальне підприємництво формується на перетині сфер діяльності трьох секторів національної економіки: бізнес-організацій, державних організацій та організацій “третього сектору”. Від неприбуткових та державних організацій їх відрізняють ринкові засади діяльності, що обумовлює їх фінансову незалежність. Від бізнес-організацій, які сповідують принципи соціальної відповідальності, такі організації відрізняються особливостями розподілу прибутку. Прибуток, отриманий внаслідок господарської діяльності такої організації, не може бути розподілений між її власниками чи засновниками. Замість цього, цей прибуток спрямовується на вирішення соціальних проблем або на розвиток самого соціального підприємства з метою збільшення соціального впливу його діяльності. Крім того, діяльність цих організацій здійснюється систематично, орієнтована на довгострокову перспективу, що відрізняє її від здійснення відносно короткострокових програм чи проєктів, які реалізуються в межах корпоративної соціальної відповідальності або підприємствами громадських організацій.

Актуальність створення та розвиток соціальних підприємств пов'язані з потребами, які на даний момент держава не в змозі повністю задовольнити з різних причин. Сучасна криза стала великим викликом, з яким стикнулося українське суспільство. Надзвичайні обставини, спричинені пандемією COVID-19, посилилися через введення воєнного стану та бойові дії на території України. Ці події призвели до різкого зростання безробіття, збільшення кількості вразливих груп населення та послаблення їх соціального захисту. Наприклад, безробіття призводить до ряду проблем, таких як втрата постійного джерела доходів, втрата кваліфікації і деградація навчання, погіршення соціального статусу, психологічний стрес, втрата життєвих перспектив і багато інших. Безробіття має значний соціальний і економічний вплив, включаючи загострення

кримінальної ситуації, збільшення соціальної напруги, зростання захворювань, збільшення рівня соціальної нерівності, зменшення економічної активності та виробництва, збільшення навантаження на державний бюджет через виплати безробітним, погіршення рівня благополуччя населення та зменшення надходжень до державного бюджету. Метою соціальних підприємств є вирішення даних проблем та їх наслідків.

В Україні існують успішні практики соціального підприємництва. Відомими прикладами соціальних підприємств є наступні: Пекарня-кондитерська «Горіховий дім» (скеровує 40% від власного прибутку на соціальні проекти Фонду «Горіховий дім», зокрема на потреби притулку для жінок, які опинилися у кризових ситуаціях), Veterano Group (спрямовує частину прибутку на соціальні проекти), ІнваФішки Shop (пропонує товари та послуги для людей з інвалідністю, скеровує частину прибутку на фінансування програм Громадської організації «Група активної реабілітації»), Zelenew (студія з переробки непотрібних пластмасових речей на дизайнерські предмети інтер'єру та лабораторія досліджень вторинного застосування пластикових відходів), Львівська свічкова мануфактура (підтримує жінок з кризового центру, дає їм місце для праці у майстерні, а також надає фінансову підтримку для поточних витрат Жіночого центру), Україна без сміття (винаходить підходи і реалізує проекти для створення сталої сортувальної культури в Україні).

З наведених прикладів соціальних підприємств відомо, що підприємства Veterano Group та «Україна без сміття» запустили власні франшизи. Також нещодавно з'явилася соціальна франшиза від благодійного фонду «МАЙНДІ», що полягає у відкритті мобільних реабілітаційних модулів для надання допомоги за напрямками психосоціальної та фізичної реабілітації ветеранам, їхнім родинам, внутрішньо переміщеним особам.

Отже, соціальний франчайзинг може стати важливим інструментом для реалізації концепції сталого та інклюзивного розвитку в Україні, так як поширення впливу соціальних проектів не тільки пришвидшить вирішення або мінімізацію соціальних та екологічних проблем, але й допоможе залучити більшу кількість підприємців, працівників та споживачів, які мають намір сприяти свідомому ставленню суспільства до соціальних та екологічних питань.

Література:

1. *Social Franchising*. (2019). FranchiseED. <https://www.franchise-ed.org.au/social-franchising/>
2. Корнецький, А., Свинук, А., & Назарук, В. (2017). *Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін*. Посібник. Київ. ТОВ Підприємство «Ві Ен Ей», 188 с.
3. Баранова, О. (2021). *Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби*. ЛІГА ЗАКОН. https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vidpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi

4. Kovacs, C. (2023). *Social Enterprise Business Model: Examples, Advantages, and Disadvantages*. StartUp Mindset. <https://startupmindset.com/social-enterprise-business-model-examples-advantages-and-disadvantages/>

5. Козачук, М. (2022). *Дослідження Franchise Group*. Forbes Ukraine. <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805>

6. Ачкасова, О. (2022). Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (37). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>

7. Кононенко, С. (2020). *Популярні соціальні підприємства в Україні*. Social Business In UA. https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/populiarni-sotsial-ni-pidpriemstva-v-ukraini/

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННІ ЧАСИ В УКРАЇНІ

Очеретнюк К.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Дідух С.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ринок кондитерських виробів в Україні все більше наближається до європейських стандартів як за насиченістю, так і за асортиментом. Сьогодні українські полиці магазинів радують близько двома тисячами видів кондитерських виробів, з яких понад 90% припадає на вітчизняну продукцію. Кондитерські вироби можна умовно поділити на три основні групи. Перша група – це цукристі вироби, до якої належать карамельні цукерки, ірис, зефір, пастила, східні солодоші, желейні цукерки та інші продукти. Друга група – це шоколадні вироби, такі як батончики, плитки шоколаду, шоколадні цукерки та інші продукти. Нарешті, третя група – це борошняні вироби, до яких відносяться торти, тістечка, пряники, вафлі, бісквіти, печиво та інші продукти.

Однак війна в Україні суттєво вплинула на стан та перспективи розвитку кондитерських підприємств країни. Метою даної роботи є узагальнити сучасні проблеми кондитерських підприємств України в умовах військового часу та окреслити шляхи їх вирішення.

Галузь кондитерських виробів в Україні відчула негативний вплив війни, як і багато інших галузей. Протести польських перевізників у 2023-2024 роках призвели до складнощів у логістиці та поставках сировини, що спричинило проблеми з виробництвом та експортом готової продукції. У 2023 році близько 20% підприємств кондитерської галузі постраждали або були закриті через війну. Обсяги виробництва скоротилися на 10-12%, оскільки зменшився внутрішній ринок та попит споживачів.

Проблеми з експортом також вплинули на галузь. Виробники солодошів зазнають ускладнень через блокування товарів на кордонах з країнами Східної Європи. Експорт продукції таких груп як шоколадні, хлібобулочні та карамельні вироби також став ускладненим. Наприклад, виручка від закордонних поставок кондитерських виробів в 2023 році, ймовірно, перевищить показники 2020 і 2022 років, але не досягне обсягів 2021 року.

Оскільки галузь не може замінити втрату споживачів всередині країни, єдиним додатковим джерелом прибутку є експорт. Продажі солодошів за кордон є основним способом завантажити робочі потужності підприємств і зберегти достатню їхню рентабельність та планові економічні показники.

Протягом двох місяців протестів у Польщі експорт та транзит українських товарів через цю країну фактично припинився через дії протестувальників, які утворили неформальний тарифний бар'єр для української продукції. Також варто відзначити, що Польща блокує ввіз української кондитерської продукції, яка може конкурувати з їхніми власними солодошами.

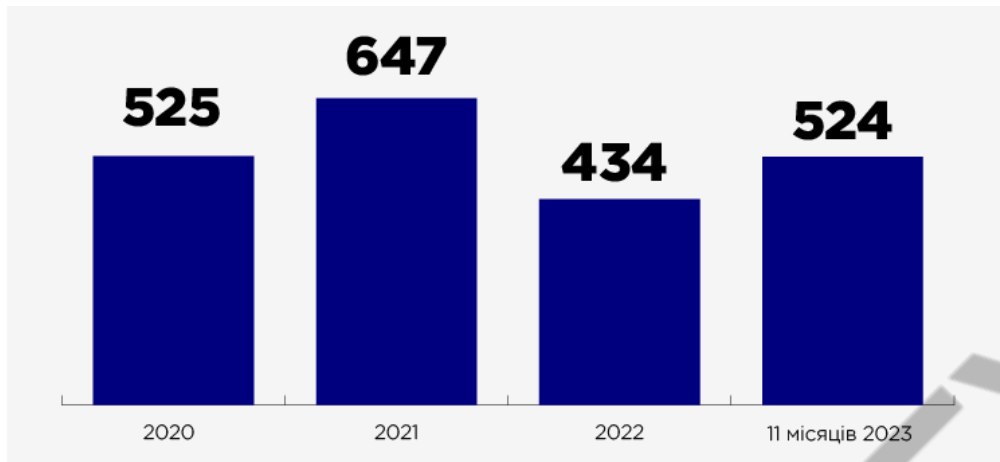


Рис. 1.1 – Виручка від експорту кондитерських продуктів з України, млн. долл. [1] асоціацією "Укркондпром".

Українські виробники намагаються знайти шляхи експорту до Європейського Союзу через Молдову або Румунію, але й ці маршрути стали неефективними через довгочасні очікування – до 15 діб – на кордонах. Це суттєво скорочує прибуток підприємств.

Головною проблемою українських експортерів є репутаційні втрати через нестабільність поставок. Вони зазначають, що якість української продукції влаштовує їхніх партнерів, але через логістичні проблеми торговельні мережі віддають перевагу продукції інших країн, таких як Туреччина чи Польща.

Внутрішній попит на продукцію суттєво скоротився, імпорт сировини зменшується. Попит в 2023 році залишається приблизно на рівні минулого року, деякі товари перевищують попит, інші поступаються показникам 2022 року. Від'їзд частини населення за кордон також впливає на структуру та обсяг споживання, а частина території країни залишається під тимчасовою окупацією, що робить будь-які поставки для цих регіонів неможливими.

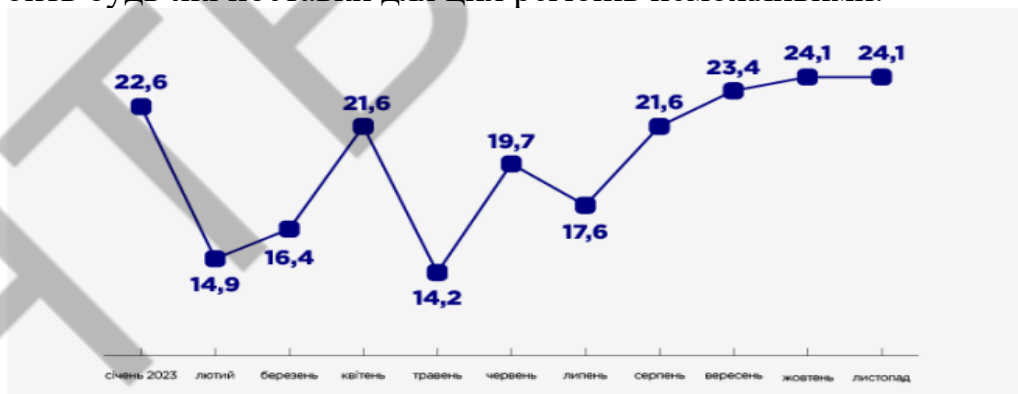


Рис. 1.2 – Динаміка виробництва шоколадної та цукристої кондитерської продукції учасниками асоціації «Укркондпром», тис. т [2]

При цьому фінансовий стан домогосподарств поступово погіршується: якщо в перший рік повномасштабної війни з РФ попит на солодощі ще зберігався, то в 2023 році ситуація стала складнішою. При виборі харчових продуктів покупець намагається знайти способи економії. Солодощі, хоча й є продуктом насолоди, не є першочерговою потребою.

З іншого боку, споживання кондитерських виробів в Збройних Силах України зросло, але тут йдеться про конкретні галетні та не преміальні групи печива, визначені Міністерством оборони. Це призводить до того, що виробники солодошів активно конкурують за середній та преміальний сегмент ринку, намагаючись зробити свої продукти максимально доступними.

Блокування транспорту з імпортом на українському кордоні також негативно впливає на вітчизняних виробників. Хоча в Україну ввозиться менше іноземних солодошів, але протести польських автоперевізників блокують постачання сировини для українських виробників. Особливо це стосується виробництва шоколаду, оскільки Україна не є виробником какао і какао-масла. Це серйозно впливає навіть на продукцію з низьким вмістом шоколаду чи какао-масла – коли вантажівка стоїть на кордоні, зупиняється виробничий процес всієї групи кондитерських виробів.

Тому розумним кроком влади стало обмеження імпорту деяких товарів у перші місяці повномасштабної війни. Інакше український ринок міг би бути переповнений імпортним шоколадом, що могло призвести до того, що національні виробники опинилися б на межі закриття.

Умови війни ставлять перед кондитерськими підприємствами України численні виклики та вимагають адаптації до нових умов. Одним з актуальних напрямків розвитку є забезпечення стабільності постачання сировини та матеріалів. У зв'язку з блокуванням автомобільних перевезень на кордонах, підприємства шукають альтернативні шляхи постачання та запасуються сировиною на період можливих перебоїв у поставках.

Другим важливим напрямком є розвиток внутрішнього ринку. Зменшення імпорту солодошів створює можливість для українських виробників зайняти більший сегмент ринку та збільшити виробництво для задоволення підвищеного попиту.

Також варто звернути увагу на модернізацію виробництва та впровадження нових технологій. Це дозволить підприємствам збільшити ефективність виробництва, знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

Напрямок розвитку також повинен включати збільшення інвестицій у рекламу та маркетинг, щоб збільшити впізнаваність та популярність українських продуктів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Література:

1. Чим ми ласуємо: аналіз ринку кондитерських виробів // Мережа "Наш Край": [Веб-сайт]. URL: <https://nashkraj.ua/uk/blog/chym-my-lasuyemo-analiz-rynku-kondyterskyh-vyrobiv/> (дата звернення: 01.03.2024).
2. Проблеми з імпортом, внутрішнім попитом та декомунізацією. Що відбувається на українському ринку кондитерських виробів // Дело: [Веб-сайт]. 2024. URL: <https://delo.ua/agro/problems-z-importom-vnutrisnim-popitom-ta-dekomunizacijeyu-shho-vidbuvajetsya-na-ukrayinskomu-rinku-konditerskix-vyrobiv-427683/> (дата звернення: 01.03.2024).

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Боровков Є.Т. студ. СВО «Бакалавр» Інституту «Кіберпорт»
Науковий керівник - к.е.н, доц. Євдокімова М.О.
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у формах витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу і використання. Водночас визначаються джерела фінансових ресурсів, напрями і форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами з сплати податків, персоналом підприємства тощо. Всі ці грошові відносини складають зміст фінансової діяльності підприємства, в якій найважливішу роль виконують фінансові ресурси. Питання фінансового забезпечення, формування і використання фінансових ресурсів підприємств широко обговорюються в науковій літературі. [1].

Фінансові ресурси виступають тими чинниками, що впливають на фінансові, кредитні, інвестиційні, інтеграційні та інші відносини між економічними суб'єктами у процесі їх діяльності на різних рівнях та сферах функціонування.

Більшість науковців визначають їх як грошові доходи і надходження, грошові фонди цільового призначення, грошові ресурси підприємства. Сіліна І. зазначає, що фінансові ресурси – це джерела засобів підприємства, які спрямовуються на формування його активів, по суті, представляють собою грошовий капітал, що використовується підприємством для формування власних активів і здійснення виробничо-господарської діяльності [2].

Г. Кірейцев стверджує, що "принципова різниця між капіталом і фінансовими ресурсами полягає у тому, що на будь-який момент часу фінансові ресурси більше або дорівнюють капіталу підприємства. Водночас якщо "фінансові ресурси" дорівнюють "капіталу", то це означає, що у підприємства немає ніяких фінансових зобов'язань" [3].

Яременко В.Г. відзначає, що різні класифікаційні дефініції фінансових ресурсів у економічній літературі дають змогу сформулювати уточнене їх визначення, а саме: фінансові ресурси підприємства – це наявні в розпорядженні підприємства кошти, які поділяються за двома ознаками:

- за їх видами та складом;
- за джерелами їх виникнення.

Вони призначені для здійснення витрат на розширене відтворення, виконання фінансових зобов'язань перед фізичними та юридичними особами, економічного стимулювання. Фінансовим ресурсам підприємства властиві певні ознаки, що виражають грошові відносини, залежать від первинного розподілу вартості валового внутрішнього продукту, формування та використання грошових доходів і децентралізованих фондів. Здатність виконувати функцію

платіжного засобу та рівень ліквідності активів є визначальними ознаками належності їх до складу фінансових ресурсів [4].

Стартовим джерелом формування фінансових коштів завжди є статутний капітал, що являє собою суму капіталу, яка необхідна для того, щоб підприємство розпочало свою діяльність. Його розмір визначається Статутом або угодою про заснування підприємства; він створюється за рахунок державних коштів, виручки від продажу акцій, а також приватних капіталів. У сучасних умовах широкого акціонування підприємств однією із основних форм існування стартової суми грошей (капіталу) є акціонерний капітал, що використовується для фінансування поточних і довгострокових витрат.

Найбільшим за величиною джерелом формування власних фінансових коштів діючого підприємства виступають доходи від його господарської та іншої діяльності. Переважна більшість підприємств має три основних види доходів: звичайний, капітальний, дивідендний.

Важливим джерелом формування і підтримання на необхідному рівні власних фінансових коштів є амортизаційні відрахування на реновацію основних засобів підприємства. При необхідності, через недостатність власних коштів, підприємство може скористатися внутрішнім, короткостроковим і довгостроковим, чи міжнародним кредитом у грошовій або товарній формі з умовою його повернення та сплати певного відсотку.

Сучасна система господарювання звичайно орієнтована на власні та позичені кошти. Проте в окремих випадках підприємствам можуть бути надані субсидії, тобто фінансова допомога в грошовій або натуральній формі за рахунок коштів державного чи місцевого бюджетів, а також спеціальних фондів.

Використання фінансових ресурсів для одного суб'єкта – це формування фінансових ресурсів для інших. Фінансові ресурси цих інших суб'єктів знову ж таки будуть використані.

Обсяг виробництва, його ефективність зумовлюють розмір, склад та структуру фінансових ресурсів підприємства. Від величини фінансових ресурсів залежить зростання виробництва та соціально-економічний розвиток підприємства. Наявність фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають фінансове благополуччя підприємства: платоспроможність, ліквідність, фінансову стійкість.

У процесі формування фінансових ресурсів підприємств важливу роль відіграє визначення оптимальної структури їхніх джерел. Підвищення питомої ваги власних коштів позитивно впливає на фінансову діяльність підприємств. Висока питома вага залучених коштів ускладнює фінансову діяльність підприємства та потребує додаткових витрат на сплату відсотків за банківські кредити, дивідендів за акціями, дохід за облігаціями, зменшення ліквідності балансу підприємства, підвищення фінансових ризиків.

До джерел фінансових ресурсів відносять також надходження грошових ресурсів за рахунок благодійних внесків, страхових внесків, від продажу закладеного майна боржника, спонсорських внесків і т.д.

Прогнозування фінансових ресурсів підприємства відіграє роль не лише

додаткового інструментарію, а й є неодмінною умовою існування у сучасному мінливому середовищі. У процесі прогнозування найважливішими є такі фактори: прибутковість; наявність власних фінансових ресурсів; раціональне розміщення основних і оборотних коштів; платоспроможність; ліквідність. Об'єктом прогнозування, передусім, є обсяги фінансових ресурсів, які надійдуть у розпорядження підприємства у майбутніх періодах.

Отже, для розширеного відтворення важливо забезпечити підприємство необхідним обсягом фінансових ресурсів з різних джерел. При цьому не слід допускати значного переважання частки залучених коштів у порівнянні з власними. Після розробки оптимальної стратегії фінансування треба визначити найкращі напрямки використання ресурсів, розставивши пріоритети. Для контролю цього процесу важливо проводити аналіз основних фінансових показників діяльності корпоративних підприємств, серед яких оцінка рівня фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та рентабельності підприємства.

Фінансові ресурси підприємства є багатогранною економічною категорією, розгляд якої має важливе значення для економіки. Формування фінансових ресурсів є фундаментальним процесом для господарювання усіх підприємств. Воно виникає на стадії заснування, продовжує своє існування при створенні фінансових ресурсів за рахунок власних і прирівняних до них коштів, а також при мобілізації на фінансовому ринку та розподілі грошових надходжень. Після розробки оптимальної стратегії фінансування треба визначити найкращі напрямки використання ресурсів, розставивши пріоритети. Для контролю цього процесу важливо проводити аналіз основних фінансових показників діяльності корпоративних підприємств, серед яких оцінка рівня фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та рентабельності підприємства.

Формування та використання фінансових ресурсів на підприємствах – це процес утворення грошових фондів для фінансового забезпечення операційної, інвестиційної діяльності, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання. Саме фінансові ресурси є основою функціонування підприємств різних галузей та форм власності. За їх правильного формування та використання в умовах нестабільної економічної ситуації в Україні суб'єктам підприємницької діяльності слід враховувати значну кількість внутрішніх і зовнішніх факторів для подальшої раціональної організації управління фінансовою діяльністю.

Література:

1. Гайбура Ю. А. Концептуальні засади формування фінансових ресурсів підприємств за сучасних умов/ *Агросвіт*. 2020. № 6. С.14-21.
2. Сіліна І.В., Хацер М.В. Управління фінансовим станом підприємства в кризових умовах. *Економіка та держава*. 2015. № 11. С. 85-88.
3. Кірейцев Г. Фінанси підприємств: навч. посібник: курс лекцій; а ред. Г.Г. Кірейцева. Київ: ЦУЛ, 2002. 268 с.

4. Яременко В.Г. Сутність поняття та особливості класифікації фінансових ресурсів підприємств. Науковий вісник ужгородського національного університету. 2018. 19/3. С. 158-162.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ АУТСОРСИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Семенова Т.Ю., студ. СВО «Магістр», ФУБ,

Гура К.В., студ. СВО «Бакалавр», ФУБ,

Науковий керівник – к.е.н., доц. Водолажська Т.О.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

В умовах війни підприємства України змушені зменшувати витрати та ефективно використовувати наявні ресурси, щоб задовольнити вимоги споживачів та не втратити свою конкурентоспроможність.

Наразі економіка України є все більш нестійкою, це призводить до зменшення доходів підприємств. Організації та господарства функціонують в умовах економічної нестабільності, спричиненої різними факторами, що призвело до зниження попиту на товари та послуги. Фактори, що стримують поширення та сприяють розвитку аутсорсингових послуг в Україні, досліджені авторами в праці [1].

На ринку товарів і послуг в Україні існує жорстка конкуренція, зокрема на ринку аутсорсингових послуг триває боротьба як за висококваліфікований персонал, так і за клієнтів, що використовують їх послуги. Аутсорсинг послуг в Україні виступає одним з основних засобів залучення інвестицій в державу та дає можливість збільшити прибутковість кожного окремого підприємства.

Аутсорсингові послуги в Україні займають порівняно незначну частину - 16,7 % від загального їх числа, що пов'язано з недосконалістю законодавства та регулювання в аутсорсинговій сфері.

Аналіз відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) дозволив констатувати, що всього в Україні виявлено 143 аутсорсингових підприємства [2], що переважно знаходяться в містах-мільйонниках, однак невелика кількість є в областях і районах. Місцезрешташування аутсорсингових підприємств в Україні (рис. 1) підтверджує, що найбільша їх кількість міститься у Києві (58,74 %), Харкові (6,29 %) та Львові (4,2 %).

На світовому ринку аутсорсингових послуг лідирують Індія та Китай, в які надходять замовлення з країн Європи, США та Японії.

У 2017 році Україна вперше потрапила до топ 25 найпривабливіших країн світу у сфері аутсорсингу. Під час війни, всупереч прогнозам, ринок аутсорсингових послуг в Україні розширився завдяки ІТ-послугам.

В Україні ринок аутсорсингу представлений наступними його видами :

- адміністративні функції;
- облік кадрів та кадрове діловодство;
- аутсорсинг медичних представників;
- обробка й систематизація інформації;
- розрахунок заробітних плат;
- бухгалтерські послуги;

- рекрутмент;
- маркетингові послуги;
- ресурсне забезпечення виробничих процесів;
- логістика;
- ІТ-послуги.

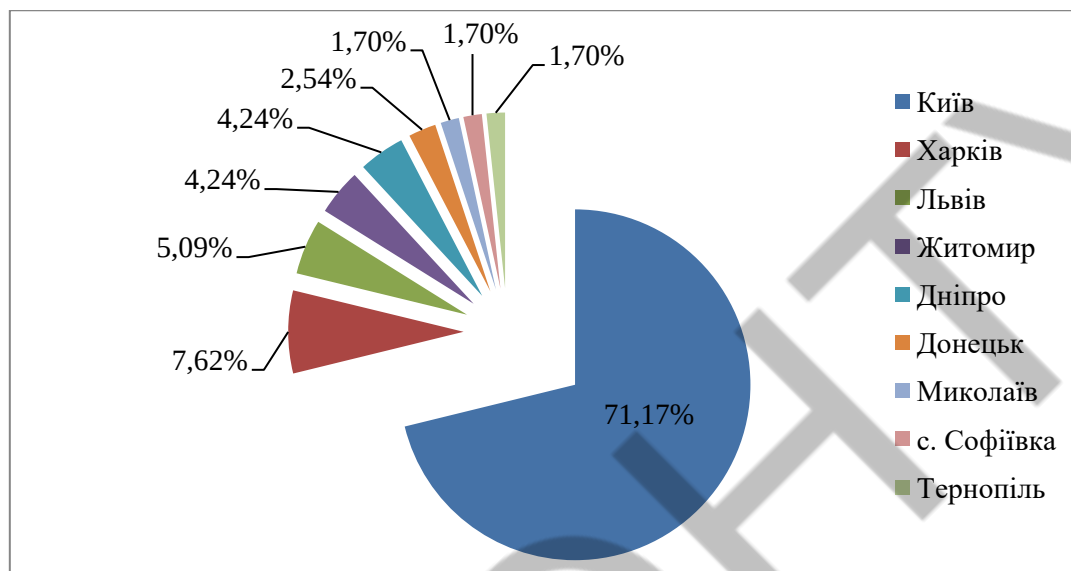


Рис. 1. Географічне розташування аутсорсингових підприємств в Україні в 2022 р. (у %)
**Джерело: [2]*

Найпоширеніші з них представлені на рис. 2. З рис. 2. видно, що компанії-роботодавці передають на аутсорсинг бізнес-процеси, серед яких: ІТ-послуги (40,5 %), логістика (35,1 %), ресурсне забезпечення виробничих процесів (27 %), маркетингові послуги (21,6 %), рекрутмент (18,9 %), бухгалтерські послуги (13,5 %), розрахунок заробітних плат (13,5 %), облік кадрів та кадрове діловодство (5,4 %).



Рис. 2. Актуальні види аутсорсингових послуг в Україні за 2022 р.**Джерело: [3]*

За даними Національного банку України за 2022 рік обсяг ІТ-послуг склав 5,5 млрд.доларів США. Аутсорсингові ІТ-компанії зараз є опорою національної економіки України. З майже 5000 українських ІТ і технологічних компаній 18 увійшли в топ 100 аутсорсингових компаній, що зміцнює світову довіру та допомагає залучати міжнародний капітал [4].

Аналіз чисельності працівників в аутсорсингових ІТ-компаніях в Україні за 2021-2022 рр. (табл. 1) дозволив підсумувати, що найбільший штат співробітників у компанії EPAM - налічує 13500 осіб. В порівнянні з 2021 роком чисельність працівників цієї компанії зросла на 31,07 %. Найменша кількість працівників налічується у Grid Dynamics (1249 осіб у 2022 році), що на 24,90 % більше ніж у 2021 році (1000 осіб). Отже, усі досліджені підприємства збільшували кількість працівників протягом 2021-2022 років на 6,58-54,52 %).

Таблиця 1. Чисельність працівників в аутсорсингових ІТ-компаніях в Україні за 2021-2022 рр.

Назва аутсорсингової компанії	Чисельність працівників, чол.		Приріст чисельності, %
	2022 р.	2021 р.	
EPAM	13500	10300	31,07
SoftServe	11584	7900	46,63
GlobalLogic	7357	5712	28,80
Luxoft	4000	3469	15,31
Nix Solutions	3693	2390	54,52
Ciklum	3200	2725	17,43
DataArt	2981	2100	41,95
Intellias	2400	1570	52,87
InfoPulse	2122	1991	6,58
ZONE3000	2000	1815	10,19
Eleks	1971	1594	23,65
Sigma	1848	1357	36,18
N-iX	1742	1224	42,3
Capgemini	1561	1200	30,08
Grid Dynamics	1249	1000	24,90

**Джерело: [4]*

В Україні одним з перших на ринку аутсорсингових послуг набув розвитку бухгалтерський аутсорсинг. Це пов'язано з тим, що аудитори «зіткнулися з потребами клієнтів не тільки в аудиторських перевірках, але й у зовнішній допомозі в організації всіх видів обліку. Ведення бухгалтерського аутсорсингу нині є одним з найбільш поширених видів аудиторських послуг і займає до 30 % в загальному обсязі робіт аудиторських фірм. Основний перелік послуг, які можуть надавати аудиторські фірми, визначається Аудиторською палатою України відповідно до Міжнародних стандартів аудиту» [5].

Все більше підприємств обирають послуги сторонньої фірми, отримуючи зиск у вигляді скорочення витрат на утримання бухгалтерії та отримання більш

якісного бухгалтерського обслуговування. Аутсорсингові фірми можуть розробити облікову політику, скласти баланс, оформити банківські документи чи повністю взяти на себе весь бухгалтерський облік.

У Західній Європі та США аутсорсинг персоналу є «одним з напрямів, які швидко розвиваються. Це приносить дохід аутсорсинговим компаніям більш ніж 60 млрд. доларів на рік» [6].

В Україні також аутсорсинг персоналу є одним із перспективних видів аутсорсингових послуг. Найбільшими компаніями, які займаються аутсорсингом персоналу є : CleverLand, Onhires, A-HR, Newxel, АБК-сервіс, Sun-One, RostGroar. Всі вони займаються підбором персоналу, лізингом працівників, надають HR-послуги та аналізують ринок.

Проаналізувавши ринок аутсорсингових послуг в Україні, можна підсумувати : на розвиток даних послуг впливає ряд факторів. Одні з них є стримуючими (основний - відсутність нормативно-правової бази), а інші навпаки сприяють його розвитку (скорочення витрат). Незважаючи на війну, ринок аутсорсингових послуг постійно розвивається та набирає обертів. Широкого розповсюдження в Україні набуває аутсорсинг персоналу.

Література:

1. Гура К.В, Семенова Т.Ю. Фактори стримання поширення та розвитку аутсорсингових послуг в Україні. *Проблеми розвитку економіки підприємства: погляд молоді* : матер. XVII Міжнар. наук. конф. здобувачів вищої освіти (15 березня 2024 р.). Харків : ХНАДУ. 2024 (у друці).
2. Саїнчук А. О. Аналіз ринку аутсорсингових підприємств в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 2 (56). С. 135-144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2019_2_20.
3. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Why Outsourcing to Ukraine in 2023 is something you should consider? [Електронний ресурс]. URL : <https://qarea.com/blog/why-outsourcing-to-ukraine-in-2023-is-something-you-should-consider>
5. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [Електронний ресурс]. URL : <https://www.apu.com.ua/zakonproaud/>
6. Самолук Н. М., Юрчик Г. М. Аутсорсинг персоналу – новітній інструмент оптимізації витрат підприємств. *Соціально-трудові відносини : теорія і практика*. 2014. № 2. С. 117-123. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2014_2_16

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА

Дереновська Н.Ю., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Враховуючи важливість стратегічного управління для успішної діяльності будь-якого підприємства, дослідження можливостей ефективного формування набору стратегій стає актуальним питанням у сучасному бізнесі. У даній роботі розглядаються ключові аспекти формування стратегічного набору в компаніях з урахуванням сучасних тенденцій та викликів бізнес-середовища.

Мета дослідження полягає у виявленні, аналізі та оцінці можливостей формування ефективного стратегічного набору для підприємства з метою покращення його конкурентоспроможності та забезпечення стійкого розвитку

Конкретні цілі дослідження включають:

Аналіз сучасних стратегічних підходів: Огляд та аналіз різноманітних стратегічних підходів, які використовуються у сучасних умовах бізнесу для досягнення успіху та стійкості на ринку.

Ураховуючи багатоплановий характер діяльності підприємства, треба зазначити необхідність існування певного переліку взаємопов'язаних стратегій, що являють собою так званий «стратегічний набір» [1].

Стратегічний набір — це система стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі [1].

Теорія та практика стратегічного управління довели необхідність побудови обґрунтованого «стратегічного набору», що може бути досягнє ним за умови виконання певних вимог [1].

Вимоги до стратегічного набору:

- орієнтація на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей (виходячи з того, що стратегія — це спосіб досягнення цілі);
- ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору (системи) стратегій;
- ієрархічний характер, оскільки можна виокремити загальну стратегію, продуктово-товарні стратегії окремих підрозділів, основні та забезпечуючі стратегії (ресурсні та функціональні) для кожного зі скалярних ланцюгів прийняття рішень;
- орієнтація на можливість деякої компенсації взаємопов'язаних стратегій одна одною, що обумовлене різними можливостями (наявністю певних обмежень) їх застосування на окремих проміжках часу;
- надійність, що передбачає його всебічну обґрунтованість, зваженість;

- відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку;
- гнучкість і динамічність стратегічного набору, тобто врахування змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, що відбувається в змінах у пріоритетах і змісті окремих стратегій, а також, у разі потреби, переході на резервні стратегії;
- баланс рівноваги між прибутковими та витратними стратегіями, основними та компенсаційними, резервними [1].

Процес побудови стратегічного набору — це діяльність, яка здійснюється на всіх рівнях управлінської ієрархії (табл.1).

Таблиця 1. Розробка стратегічного набору організації

Види стратегій	Загальна стратегія	Забезпечувальні стратегії (стратегії підтримки)		
		Продуктово-товарні стратегії напрямку діяльності	Функціональні	Ресурсні
Організаційне забезпечення Відповідальний за затвердження стратегії	Вище керівництво Спостережна Рада (рада директорів, правління тощо)	Керівник підрозділу ¹ (із залученням спеціалістів). Затверджується лінійним керівництвом	Керівники відповідних підрозділів. Затверджується лінійним керівництвом	Керівники відповідних підрозділів (зокрема, функціонального). Затверджується лінійним керівництвом
Зміст і перелік основних видів робіт з розробки стратегії	Структуризація цілей, стратегій та управління «портфелем». Координація стратегій у «стратегічному наборі»: формування необхідного рівня конкурентоспроможності організації	Визначення цілей та стратегій за напрямками. Визначення типу конкуренції та конкурентних переваг. Визначення заходів щодо реагування на зміни у галузях та умовах конкуренції. Координація за функціональними та ресурсними стратегіями. Участь у системі розподілу ресурсів	Визначення умов щодо підтримки напрямків діяльності. Формування цілей та стратегій у функціональній галузі (зокрема, «самостійних», що можуть мати власні «виходи» — «продукти»). Розробка планів для реалізації загальних і продуктово-товарних стратегій	Визначення вимог щодо підтримки напрямків діяльності. Формування цілей та стратегій стосовно окремих ресурсів (визначення потреб постачання, використання, взаємозамінності ресурсів тощо). Розробка планів ресурсного забезпечення діяльності організації та окремих її підсистем

Джерело: [1]

Для досягнення стратегічних цілей уся організація має діяти стратегічно, розробляючи стратегії різного типу. Існують такі групи стратегій, які складають «стратегічний набір» :

- загальні для всієї організації в цілому;
- загальні конкурентні за окремими бізнес-напрямами;
- продуктово-товарні для кожного з напрямків діяльності організації (як з виробництва різних видів товарів, так і з надання різних послуг);
- функціональні для кожної з функціональних підсистем підприємства;
- ресурсні для забезпечення досягнення стратегічних орієнтирів загального, функціонального та продуктово-товарного типів стратегій .

Визначення потреб та мети підприємства: Встановлення потреб та стратегічних цілей підприємства для розробки стратегічного набору, що відповідає його особливостям та амбіціям.

Аналіз існуючих ресурсів та конкурентного середовища: Оцінка внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на підприємство, з метою ідентифікації потенційних переваг та загроз для формування стратегічного набору. Вивчення зовнішнього середовища підприємства з метою виявлення можливостей і загроз, що впливають на стратегічний план.

Формування стратегічного набору підприємства - це складний процес, який може бути реалізований різними підходами. Ось декілька з них:

1) Аналіз зовнішнього середовища (PESTEL, SWOT): Підприємство аналізує зовнішнє середовище, включаючи політичні, економічні, соціокультурні, технологічні, екологічні та юридичні аспекти (PESTEL), а також свої сильні та слабкі сторони, можливості та загрози (SWOT). На основі цього аналізу визначаються можливості для формування стратегічного набору [2].

2) Ресурсно-орієнтований підхід: Підприємство аналізує свої внутрішні ресурси та здібності, такі як фінансові, матеріальні, людські, технологічні та інтелектуальні ресурси, та визначає, які з них можна використовувати для досягнення стратегічних цілей [2].

3) Портфельний аналіз: Застосовується для управління портфелем бізнес-одиниць чи продуктів. Підприємство аналізує кожен елемент портфеля і визначає їхню привабливість та конкурентоспроможність, щоб вирішити, які з них тримати, розвивати, продавати або закривати [2].

4) Конкурентна стратегія: Підприємство аналізує конкурентний ландшафт своєї галузі та вибирає стратегії, спрямовані на отримання конкурентної переваги. Це може включати стратегії лідерства вартості, стратегії диференціації або стратегії фокусування на конкретному сегменті ринку [2].

5) Стратегія розвитку бізнесу: Підприємство визначає стратегії для розвитку своєї діяльності, такі як розвиток нових продуктів чи послуг, розширення географічного покриття, диверсифікація або участь у стратегічних партнерствах або злиттях та поглинаннях [2].

6) Стратегія інновацій: Підприємство зосереджується на розвитку та впровадженні інноваційних продуктів, технологій чи процесів як способу отримання конкурентної переваги [2].

Розробка стратегічних альтернатив: Розробка та оцінка різних стратегічних альтернатив, які враховують можливості та обмеження підприємства, зокрема щодо розвитку продуктів, ринків, технологій тощо.

Вибір оптимальної стратегії та її реалізація: Вибір найбільш підходящої та ефективної стратегії з урахуванням усіх аспектів дослідження та планування механізмів для її успішної реалізації.

Оцінка результатів та рекомендації: Аналіз отриманих результатів, їх порівняння з початковими цілями та розробка рекомендацій для подальших дій з метою постійного вдосконалення та оптимізації стратегічного набору підприємства.

У завершенні дослідження можливостей формування ефективного стратегічного набору підприємства, важливо підкреслити, що результати, отримані в процесі цієї роботи, не тільки сприятимуть покращенню конкурентоспроможності підприємства, а й відкриють нові перспективи для його розвитку. Основні висновки та рекомендації цього дослідження слугуватимуть важливим управлінським інструментом стратегічного управління підприємствами та допоможуть їм досягти стабільності та успіху в ринкових умовах, що постійно змінюються.

Література:

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / Шершньова З. Є. ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т. – 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
2. Дереновська Н.Ю. КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА, Вдосконалення стратегічного портфелю підприємства, Одеса: ОНТУ, 2023, 82с.

МЕТОДИ І ФОРМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Завгородня І.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - д.е.н., проф. Козак К.Б.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

За останні роки з розвитком науки, та сучасних технологій, система управління персоналом активно змінюється, приймаючи нові методи та підходи до професійного розвитку працівників на підприємстві. В умовах сучасного ринку праці в Україні, зростають вимоги до персоналу, зокрема до тих, хто відповідає за розробку, впровадження, обслуговування, моніторинг та управління процесами, оскільки кваліфікація персоналу є важливою складовою успішної діяльності підприємства. Сучасні технології стають невід'ємною частиною бізнесу, необхідною для його розвитку та взаємодії з іншими учасниками ринку. Традиційні методи підвищення кваліфікації, такі як аудиторні заняття, втрачають свою актуальність, замість них впроваджуються сучасні підходи. Це вимагає високого рівня розвитку особистісних компетенцій, таких як інтелект, креативність, творчість, комунікабельність, винахідливість тощо.

Персонал – одна з найважливіших складових структури підприємства. Адже, на відміну від технологічного оснащення підприємства, співробітники здатні самостійно приймати рішення, враховуючи, в першу чергу, свої особисті мотиви та емоції. Більш того кадри складають робочий колектив, який для підприємства, що успішно розвивається, дуже важливо, і при цьому кожен його член має свої вимоги, інтереси та здібності. Завдяки ефективності роботи співробітників підвищується продуктивність розвитку підприємства, відбувається його зростання та формування репутації на ринку. Тому для контролю та створення зацікавленості у роботі у колективі, HR-фахівцями проводиться корпоративне навчання за допомогою різних і сучасних методик, прийомів та технологій, які становлять основу системи управління та розвитку персоналу підприємства.

Корпоративне навчання - це систематичний процес розвитку співробітників підприємства. Воно спрямоване на підвищення професійних знань, навичок та інших компетенцій, що необхідні для ефективного виконання поставлених робочих завдань та досягнення корпоративних цілей. Таке навчання допомагає працівникам краще адаптуватися до змін у роботі, розвиває кар'єрний потенціал і підвищує загальний рівень компетентності команди.[4]

Так, існують різні мотиви підприємства, які спонукають керівників впровадити інноваційні проєкти з управління персоналом, у тому числі під час корпоративного навчання:

- Сучасні тенденції розвитку бізнесу та бажання не відставати від динамічно-прогресуючих ринкових технологій, великою частиною яких є персонал;

- Скорочення показників зростання і розвитку, зниження продуктивності праці, що вказує на необхідність модернізації управління керівної влади та розвиток компетенцій робітників;
- Збільшення плинності персоналу, що свідчить про зниження привабливості компанії на ринку праці серед конкурентів;
- Скорочення витрат на персонал і зокрема на навчання та розвиток персоналу, через перехід у режим економії фінансових ресурсів;

Важливо зазначити, щ корпоративне навчання необхідне для підтримання конкурентоспроможності компанії на ринку, адаптації до швидко змінюваних умов ринку, збільшення продуктивності праці та підвищення мотивації співробітників. Виділяють декілька основних форм корпоративного навчання, рис.1

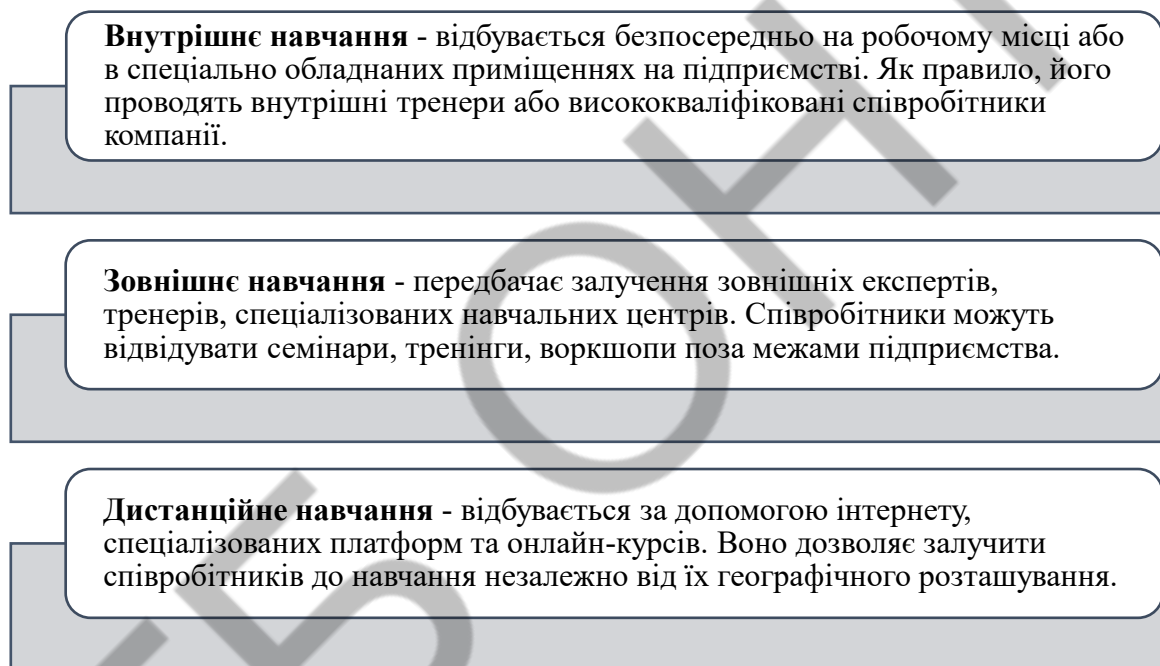


Рис.1. Форми корпоративного навчання

**Джерело: складено авторами*

Світові тенденції корпоративного розвитку ведуть до того, що навчання відбувається безпосередньо на робочі місця. Як свідчить практика, найбільш прийнятним є інноваційний тип навчання, який відрізняється від традиційного тим, що дає можливість підвести людину до самостійного раціонального вирішення певної проблеми з подальшим використанням його у власній роботі. Використовуючи різні методи розвитку, можна управляти компетентністю персоналу та підвищувати ефективність його роботи.

У сучасних умовах триває процес розвитку та оновлення концепції управління персоналом, при цьому удосконалюються як системи управління персоналом, так і метод та інструменти, що використовуються.

Нижче в таб.1 представлені сучасні методи розвитку та навчання персоналу.

Таблиця 1. Сучасні методи розвитку персоналу підприємства

№	Метод	Можливість використання
1	Тренінг	Мінімум інформації і максимум вправ на відпрацювання навиків. Застосовується для розвитку навиків біля невеликої групи осіб.
2	Кейс	Інтерактивна технологія для короткострокового навчання менеджерів на основі бізнес-ситуацій. Мета – навчити аналізувати інформацію, сортувати її для вирішення поставленого завдання, виявляти ключові проблеми, вибирати оптимальне рішення із реальних кейсів.
3	Коучинг	Нова форма консультаційної підтримки, засіб сприяння, допомоги в пошуку вирішень або подолання будь-якої складної ситуації. Завдання коуча не надати знання або навички, а допомогти людині самостійно знайти їх і закріпити на практиці
4	E-learning	Масовий метод дистанційного навчання у вигляді електронних книг, відео уроків, комп'ютерних вправ. Ефективність виявляється в переданні знань великій кількості людей
5	Самонавчання	Проходить в індивідуальному порядку за умови стимулювання навчання з використанням різноманітних матеріалів: книг, документації, аудіо-, відео- і мультимедійних програм, які надаються компанією.

**Джерело: складено авторами*

Отже, впровадження нових методів та інструментів розвитку та навчання персоналу матиме такі позитивні наслідки: підвищення конкурентоспроможності бізнесу, мотивація персоналу в процесі розвитку, планування кар'єри; підвищення прибутковості, продуктивності праці, ефективності використання не тільки людських ресурсів, але й фінансових, матеріальних та інформаційних ресурсів організації; скорочення коштів на заміну посадових осіб; зменшення плинності працівників; набуття знань та розвиток професійних навичок, необхідних для подальшої організаційної діяльності; поліпшення соціального та психологічного клімату колективу; підвищення прихильності, відданості працівників до цілей організації; вдосконалення системи стимулювання персоналу; забезпечення наступності в управлінні; сприяння інноваційним змінам; зниження рівня безробіття. Проте серед вітчизняних компаній навіть при імплементації новітніх навчальних методів та технологій, рівень ефективності корпоративного навчання значно низький, через недостатню зацікавленість робітників вкладати час та кошти у свою перепідготовку чи підвищення кваліфікації, сприймаючи навчання як марнування часу. Головні механізми стимулювання мають ґрунтуватися на, по-перше, позитивному ставленні керівників до навчання своїх підлеглих, системі обліку результатів та сертифікації працівників у межах планування їх трудової кар'єри, а також у переході від мотивації праці до мотивації професіоналізму. Для підвищення зацікавленості серед робітників, політика у сфері навчання

повинна спрямовуватися на розвиток компетенцій відповідно до їхніх інтересів, покликань, здібностей в рамках професійної діяльності.

Підводячи висновки, важливо зазначити, що управління персоналом перетворилося на важливий складник функціонування сучасного підприємства, оскільки його ефективність і конкурентоспроможність досягаються за рахунок ідей, підходів, енергії та кваліфікації саме персоналу. Саме тому для стратегічного розвитку підприємства, необхідне систематично досліджувати та впроваджувати сучасні методики та технології розвитку персоналу, відповідно до викликів зовнішньої і внутрішньої середовища. Інноваційні методи управління персоналом дадуть змогу виявити і розвинути приховані можливості підприємства і потенціал працівників. Саме тому їх впровадження має стати невід'ємним складником економічної стратегії розвитку будь-якого українського підприємства.

Література:

1. Бей Г.В. Управління розвитком персоналу як метод забезпечення високого рівня залученості працівників. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2018. №8. С. 6-14. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/management-of-personneldevelopment-as-methodof-ensuring-of-high-level-employees-engagement/>
2. Савченко В.А. Організаційно-економічні аспекти професійного навчання на виробництві: монографія. Київ : Видавництво Інституту професійно-технічної освіти НАПН України, 2012.
3. Панкратова О.М.(2021) Підвищення кваліфікації персоналу в сучасних умовах та розвиток тенденцій корпоративних освітніх процесів Економіка та суспільство, #25(7), 51 <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-7> (дата звернення 20.03.2024 р.)
4. Корпоративне навчання. (n.d.) Джерело інформації: <https://xn--90aamhd6acpq0s.xn--j1amh/teoriya/korporatyvne-navchannya> (дата звернення 21.03.2024 р.)
5. Писаренко С.В, Дядик Т.В., Бих С.М. Інноваційні методи управління персоналом як чинник формування його конкурентоспроможності. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2019. С. 3-4.

ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Зайцева А.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Сучасна діяльність підприємств супроводжується динамічними змінами у зовнішньому середовищі, включаючи появу нових потреб споживачів, наростання конкуренції за ресурси та виникнення нових можливостей у виробництві, що стимулюються науковими досягненнями та технологічними інноваціями. Розвиток світових інформаційних мереж і технологій, а також зміни в ролі людських ресурсів, також сприяють цим трансформаціям. У зв'язку з цим, значення стратегічного управління набуває зростаючої ваги, що виявляється у збільшенні уваги керівників до практичного застосування цих концепцій як у вітчизняній, так і у міжнародній практиці.

Стратегічне управління представляє собою комплексний процес, що реалізується керівництвом підприємства для довгострокового управління, формулювання конкретних цілей діяльності, досягнення цих цілей, розробки стратегій, врахування найважливіших зовнішніх та внутрішніх умов, а також забезпечення виконання відповідних планів, що постійно адаптуються, коригуються і змінюються.

Унікальність систем стратегічного управління для кожного підприємства ґрунтується на переконанні у неможливості застосування однакових систем для різних підприємств. Відзначається, що можливо лише встановлення загальних принципів, методів, форм та механізмів, які відповідають сутності певного типу управління, оскільки у кожному випадку специфічність умов, цілей, розвитку і відповідних стратегій вимагає будувати системи стратегічного управління з урахуванням цих особливостей.

Вихідна ідея концепції стратегічного управління полягає в усвідомленні необхідності врахування взаємозв'язку та взаємовпливу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства при визначенні цілей. У такому контексті стратегії виступають як інструменти досягнення цілей, а для їх реалізації важливо, щоб підприємство у цілому функціонувало у стратегічному режимі.

Стратегія формує основу для стратегічного управління і визначає стратегічні плани, що реалізуються через стратегічне планування. Погодження стратегії відбувається на вищому рівні управління підприємством. Процес розробки стратегії складається з наступних етапів:

- 1 – цілепокладання (визначення місії та цілей);
- 2 – стратегічний аналіз (оцінка поточного стану);
- 3 – вибір альтернатив;
- 4 – розробка стратегічного плану;
- 5 – корекція плану.

Стратегічне управління реалізується через механізм управління стратегічним потенціалом, під яким розуміють сукупність наявних ресурсів і можливостей для розробки й здійснення стратегії підприємства. При цьому стратегічний потенціал формують не тільки наявні в розпорядженні підприємства ресурси, але й потенційні ресурси, які організація може залучити або змінити їхні характеристики в процесі здійснення стратегічних рішень [1].

Механізм стратегічного управління підприємством є системою взаємопов'язаних процесів, методів і інструментів, спрямованих на формулювання, реалізацію та контроль стратегій підприємства для досягнення його цілей та завдань в умовах мінливого зовнішнього середовища. До механізму стратегічного управління належать: стратегічний аналіз, стратегічне планування, реалізація стратегічних планів, стимулювання та мотивація, стратегічний контроль.

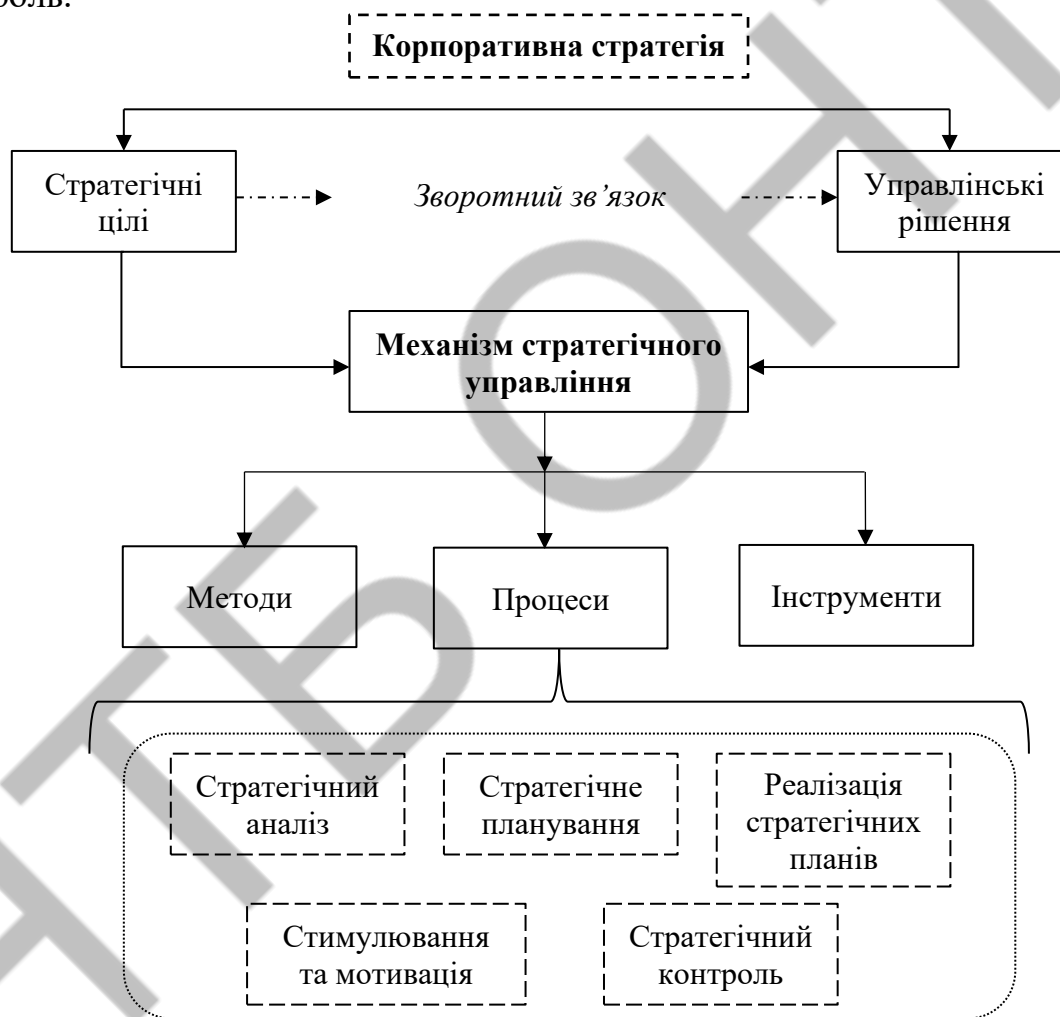


Рис. 1. Механізм стратегічного управління підприємством

**Джерело: розроблено авторами*

Стратегічний аналіз – це процес оцінки впливу чинників зовнішнього й внутрішнього середовища з метою формулювання стратегічних альтернатив для досягнення цілей підприємства та забезпечення конкурентоспроможності. Цей процес включає в себе аналіз факторів середовища, оцінку внутрішніх ресурсів

та потенціалу організації, а також виявлення можливостей і загроз для формулювання стратегічних рішень [2]. Процес стратегічного аналізу передбачає використання наступних методів:

1. SWOT-аналіз – визначення сильних і слабких сторін організації (внутрішні фактори) та можливостей і загроз (зовнішні фактори), що допомагає ідентифікувати стратегічні альтернативи.

2. PEST-аналіз – оцінка політично-правових, економічних, соціокультурних та технологічних факторів впливу на діяльність підприємства.

3. Аналіз П'яти сил Портера – дослідження конкурентного середовища в галузі та визначення позиції підприємства на ринку.

4. Аналіз життєвого циклу продукту або галузі – оцінка фаз життєвого циклу, що допомагає визначити стратегії подальшого розвитку.

5. Дерево цілей – створення ієрархічної структури стратегічних цілей та підцілей для визначення логічного шляху досягнення мети.

Стратегічний аналіз взаємопов'язаний із процесом стратегічного планування, проте між ними є певні відмінності. Стратегічний аналіз формується шляхом дослідження впливу на підприємство зовнішніх та внутрішніх чинників, а стратегічне планування – це програма практичних дій, яку створюють за підсумками стратегічного аналізу.

Стратегічне планування – це механізм, у ході якого на основі проведеного стратегічного аналізу визначається місія підприємства, формуються та визначаються стратегії розвитку та засоби досягнення поставлених стратегічних цілей [3].

Реалізація стратегічного плану – це процес втілення стратегій, визначених під час стратегічного планування, що включає в себе впровадження стратегічних ініціатив, розподіл ресурсів, встановлення конкретних завдань та визначення відповідальних осіб за їх виконання. Реалізація стратегічного плану вимагає взаємодії між різними рівнями та підрозділами підприємства.

Стимулювання та мотивація – це процес створення системи заохочень і надання можливостей для працівників, щоб сприяти їхньому активному внеску у досягнення стратегічних цілей організації. Це включає в себе розвиток мотиваційних стратегій, систем винагород, навчання та розвитку персоналу, а також створення позитивної робочої атмосфери.

Стратегічний контроль являє собою систематичний процес оцінки виконання стратегічних планів та рішень для забезпечення їхньої відповідності стратегічним цілям організації. Цей процес включає в себе аналіз результатів впровадження стратегій, виявлення відхилень від поставлених цілей, ідентифікацію причин таких відхилень і прийняття заходів для покращення стратегічного управління та досягнення успіху. Даний механізм відіграє важливу роль у стратегічному управлінні, адже забезпечує досягнення поставлених цілей та виконання обраних стратегій через встановлення стійкого зворотнього зв'язку.

Отже, за результатами проведеного аналізу механізмів стратегічного управління на підприємстві, варто відзначити, що всі вони мають взаємозв'язок

між собою, дотримуються певної послідовності у часі та характеризуються циклічністю. Кожен з цих механізмів є однаково значущим у контексті досягнення успішних результатів у керуванні функціонуванням підприємства. Стратегічне управління є ключовим елементом успішного функціонування будь-якого підприємства, оскільки воно допомагає адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі і досягати своїх цілей в довгостроковій перспективі.

Література:

1. Пантелєєв М.С., Шматько Н.М. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА // Вісник економіки транспорту і промисловості. № 41. С. 209-215.
2. Руденко П.С. Особливості реалізації стратегічного управління на підприємствах харчової промисловості / П.С. Руденко, О.В. Якимчук // Економіка. Фінанси. Управління. 2016. № 3. С. 17–22.
3. Кравченко В.М., Шукатко А.О. СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ // Міжнародний науковий журнал "Економічна кібернетика". № 3. С. 45-48.

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Кодиський О.С., Нікора В.М., Тимофєєв І.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Організаційно-економічний механізм (ОЕМ) управління розвитком підприємницьких структур можна розглядати в широкому і вузькому сенсі.

В широкому сенсі ОЕМ управління будь-якими процесами - це форма організації взаємодії учасників ринку, структур і відділів підприємства, внутрішніх бізнес - процесів, а також економічні методи та механізми забезпечення цієї взаємодії. У вузькому сенсі - це система організаційно - економічних заходів, що стосуються підвищення ефективності реалізації певних процесів, що означає наявність відповідних організаційно-адміністративних та економічних заходів . Вибір організаційно-економічного механізму, його концепція залежать від обраних підприємством цілей розвитку, його стану, напряму стратегічного розвитку.

Базовими підсистемами ОЕМ на підприємстві повинні бути: прогнозування і планування розвитку; організації виробничих та управлінських процесів; мотивації та стимулювання; фінансування; контролю процесу розвитку і зміни пріоритетів; інформаційного забезпечення та маркетингових досліджень.

При формуванні організаційно-економічного механізму в умовах кризи, а також його основних елементів необхідно вирішити наступні завдання: визначити цілі, завдання і принципи механізму управління; визначити умови і фактори функціонування механізму управління; визначити суб'єктів механізму управління; сформувати об'єкти управління; розробити методи, способи та інструменти управління; визначити результат і розробити систему моніторингу результатів.

На підставі цілей організації і обраного напрямку стратегічного розвитку формуються параметри ефекту управлінн - результат, який повинен бути, досягнутий.

Серед цілей в процесі оптимізації ОЕМ, обумовлених кризовим станом підприємства, в залежності від стадії кризи, можуть бути наступні: зростання капіталізації бізнесу; підвищення рівня конкурентних переваг; збільшенні частки ринкового присутності.

Залежно від обраного напрямку розвитку відбувається ранжування цілей за ступенем важливості, відповідно з цим ставляться основні завдання формування механізму управління: оптимізація внутрішніх бізнес-процесів підприємства; пришвидшення сприйняття інновацій; врахування факторів ефективності виробництва при формуванні стратегічних і оперативних управлінських рішень; максимальне використання ресурсів, розкриття потенціалу.

Найважливіше значення при формуванні та функціонуванні організаційно-економічного механізму є визначення наявних умов і факторів, які стали основою формування кризи. Саме вони виступають в якості базису в справі формування механізму розвитку підприємства в умовах кризи. Їх виділення, вимірювання та врахування дозволяють підвищити якість управління подальшим розвитком підприємства.

При визначенні умов і факторів функціонування механізму управління, визначимо фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, які, на наш погляд, мають найбільший вплив на діяльність підприємства і зумовлюють його ефективність.

Фактори зовнішнього середовища:

1. *Динаміка і тип ринку.* У першу чергу це показник динаміки ємності ринку, чим більшою мірою зростає ринок, тим більше передумов мається для зростання ефективності діяльності організації. Так само необхідно враховувати тип ринку – напрям роботи підприємства з точки зору орієнтації продукції – на кінцевого споживача. Тому основним завданням управління є постійний моніторинг ринку, вдосконалення асортиментної політики та зміну виробничої програми.

2. *Конкуренція.* В основному, усталений ринок має фіксований набір конкурентів, при цьому відбувається поділ ринку і кожен діє в рамках займаного сегмента. Ця ситуація призводить до синергетичного ефекту (поділ витрат між конкурентами на формування споживчої думки, лобіювання власних інтересів в органах влади, створення асоціацій і захист інтересів у глобальному економічному просторі і т.п.), що, в свою чергу, позитивно впливає на ефективність діяльності підприємства. Однак на ринку частіше зустрічається руйнівна конкуренція - агресивна поведінка конкурентів (ведення цінових воєн, використання адміністративних ресурсів, рейдерство тощо). Тому, розглядаючи фактор конкуренції, необхідно виділити два завдання: вибудовування бар'єрів для входу на ринок нових конкурентів і застосування ефективних інструментів ведення конкурентної боротьби з традиційними конкурентами.

3. *Споживче сприйняття продукції.* Даний фактор показує силу бренду продукції (послуг) підприємства у споживачів. Виникає необхідність застосування ефективних інструментів брендингу.

4. *Доступ до факторів виробництва* (земля, праця, капітал, ноу-хау тощо).

5. *Швидкість інновацій.* Необхідно постійно вести моніторинг частоти інноваційного оновлення товарних груп на ринку і відповідно з цим приймати управлінські рішення в сфері інновацій, спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства. Великий інноваційний потенціал підприємства при високій швидкості інновацій на ринку дає можливість істотного збільшення виробничої ефективності.

6. *Купівельна спроможність та тип споживання.* Підприємство має швидко реагувати на зміну цього фактора. В умовах скорочення купівельної спроможності необхідно концентрувати увагу на скорочення та оптимізацію

витрат, при зростанні даного чинника – акцент робиться на забезпечення зростання продажів і збільшення частки ринку. Врахування даного фактору

7. *Тип споживання.* Вивчаючи та враховуючи даний фактор дає можливість підприємству оптимізувати взаємовідносини з споживачем, що позитивно позначається на збільшення обсягів продажів, підвищення ефективності діяльності підприємства.

Фактори внутрішнього середовища:

1. *Потенціал оптимізації співвідношення «ціна / цінність».* Даний фактор описує вплив маркетингового потенціалу підприємства на ефективність виробничої діяльності. Ефективність виробництва сприяє зменшенню витрат, а, отже – лідерство на ринку за ціною і добре сприймається ринком товар, що дозволяє формувати більшу норму прибутку і фінансувати процеси, спрямовані на підвищення ефективності виробництва.

2. *Ступінь інноваційного сприйняття.* Високий ступінь інноваційного сприйняття дає можливість підприємству підвищувати ефективність виробництва за рахунок ресурсозберігаючих технологій і раціональної організації процесів виробництва продукції (організаційні інновації).

3. *Фінансовий стан підприємства та якість фінансового менеджменту.* Показує ступінь інвестиційної привабливості бізнесу. Стабільний фінансовий стан підприємства збільшує ймовірність залучення додаткового капіталу, для розвитку підприємства. Ефективне управління фінансами дозволяє найбільш якісно організувати виробничий цикл, скоротити витрати.

4. *Технологічний розвиток.* Рівень технологічного розвитку дозволяє раціональне побудова виробничих бізнес-процесів, що в свою чергу безпосередньо впливає на ефективність діяльності підприємства.

5. *Організація бізнесу.* Якість організації бізнес – процесів у компанії (виробничих, збутових, логістичних управлінських, комунікаційних), визначають ефективність його діяльності.

6. *Кадровий потенціал.* Людський потенціал співробітників підприємства, рівень завдань, які можуть бути вирішені персоналом підприємства, визначає його конкурентоспроможність на ринку, стабільність, здатність розвиватися.

7. *Накопичений досвід та історія бізнесу.* Досвід та історія допомагають сформувати позитивний імідж, а так само надають емпіричну базу для вирішення проблем підвищення ефективності на підприємстві.

В таблиці 1 наведено низьку типових інструментів управління, що дозволяють підвищити ефективність OEM в рамках системи заходів антикризового управління.

Таблиця 1. Заходи оптимізації OEM розвитку підприємства в умовах кризи

Функціональна спрямованість заходу	Типові інструменти
1. Організаційно-правові	- зміна організаційно-правової форми господарювання, форми власності - удосконалення організаційної структури управління - укладення контракту з керівниками і ключовими працівниками

	- раціоналізація розподілу праці, обов'язків і компетенцій окремих служб апарату управління і працівників
2. Техніко-технологічні	- покупка високопродуктивної техніки - удосконалення контролю за дотриманням технічних і технологічних норм
3. Виробничі (операційні)	- раціоналізація виробничої програми - зняття з виробництва нерентабельної продукції - освоєння випуску нових конкурентоздатних видів продукції - формування нової торгової марки - удосконалення нормування використання матеріально-сировинних і трудових ресурсів
4. Маркетингові	- оптимізація форм і інструментів продажів - формування власної збутової (дистрибуторської) мережі - регіональна диверсифікація збуту продукції - обґрунтованість цінової політики, впровадження системи цінкових знижок - впровадження сучасних прийомів організації маркетингу
5. Фінансово-економічні	- пошук і мобілізація резервів зниження собівартості і зростання чистого прибутку - фінансування науково-дослідних й інноваційних рішень - реструктуризація активів: продаж основних засобів і матеріальних активів, рефінансування дебіторської заборгованості, зворотний лізинг основних фондів - підвищення ефективності використання наявних активів, прискорення операційного циклу - реорганізації заборгованості - впровадження нових ефективних інструментів управління (бюджетування, контролінг, управлінський облік)
6. Інвестиційні	- продаж корпоративних прав, окремих видів бізнесу, відособлених підрозділів - припинення (вихід, заморожування, згорання) неефективних інвестиційних проектів - інноваційне фінансування розвитку нових виробництв і сфер бізнесу
7. Корпоративні	- зовнішня реорганізація (приєднання) - внутрішня реорганізація (виділення, розділення) - перетворення (приватизація, корпоратизація)
8. Соціальні (кадрові)	- зміна керівництва - скорочення чисельності працюючих - раціоналізація кадрової політики за рахунок внутрішніх переміщень або залучення необхідних фахівців - раціоналізація форм і систем мотивації персоналу і оплати праці - скорочення соціальної інфраструктури або її заморожування, передача в комунальну власність, оренду

Література:

1. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

2. Корсікова Н.М., Місце інновацій в системі заходів антикризового управління підприємством, Food Industry Economics: Том 12 № 4 (2020).

МІСЦЕ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

**Рудаков Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Грушко Р.М., Король Б.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Узагальнюючи мету управління персоналом можна визначити як забезпечення підприємства потрібними кваліфікованими працівниками з постійним підвищенням їх професійного рівня. Залучення технологій у процес управління персоналом стає все більш актуальним завданням для сучасних HR-менеджерів. Актуальними проблемами для більшості підприємств стали:

- брак кваліфікованого персоналу; обмежений вибір кандидатів в зв'язку з війною та міграцією населення;
- неефективність системи оцінки працівників; відсутність об'єктивних критеріїв оцінки роботи та невідповідність методів оцінки працівників;
- відставання у професійному розвитку; потреба у постійному оновленні знань та навичок для відповідності вимогам динамічного ринку праці та технологічного прогресу.
- недостатня мотивація персоналу; відсутність стимулів для працівників може впливати на їхню продуктивність та призвести до текучості кадрів.

Ефективне управління цими проблемами вимагає комплексного підходу, що включає в себе стратегічне планування, розробку привабливих програм навчання та розвитку, системи мотивації та винагород, тощо. А, отже, управління персоналом сьогодні – це нові управлінські та інформаційні технології.

Під управлінською технологією розуміємо методику та сукупність функцій та операцій управління для досягнення поставленої мети. Інформаційна технологія – це методика та сукупність інформаційних процесів, що здійснюються для формування, зберігання та використання електронних ресурсів та комунікацій. Об'єднання цих двох технологій дозволяє більш ефективно використовувати сучасні методи управління персоналом.

Серед факторів, які вимагають опанування нових технологій можна зазначити:

- розвиток інструментів для підтримки віддаленої роботи;
- автоматизація рутинних процесів;
- розвиток гнучких форм зайнятості, таких як фріланс, робота на частковий робочий день та тимчасова робота;
- підтримка добробуту працівників у стресових ситуаціях та сприяння балансу між роботою та особистим життям;
- створення різноманітних та включених робочих середовищ, щоб залучити та утримати талановитих працівників з різноманітними поглядами та досвідом.)

Сучасні персонал-технології являють собою комплекс інструментів, методів та підходів, спрямованих на оптимізацію роботи з персоналом та досягнення стратегічних цілей організації. Їх впровадження дає змогу значно **підвищити результативність бізнесу, а саме:**

1. За допомогою автоматизації рутинних завдань та роботизації підвищується продуктивність праці.

2. За допомогою гейміфікації, програм визнання та винагороди посилюється мотивація та залученість працівників до всіх організаційних процесів.

3. За рахунок автоматизації та оптимізації відбувається зниження витрат, економія часу та ресурсів;

4. За рахунок кращого підбору та адаптації персоналу, розвитку та мотивації спостерігається мінімізація плинності кадрів.

5. Підвищується рівень задоволеності працівників за рахунок створення кращих умов праці, впровадження гнучких графіків, дистанційної роботи та програм оздоровлення.

6. За допомогою програм наставництва, тренінгів та програм розвитку талантів значно розширюються можливості співробітників для розвитку та кар'єрного зростання.

7. Наявність висококваліфікованого та мотивованого персоналу, здатного швидко адаптуватися до змін ринку збільшує здатність до інновацій та впровадження нових технологій, підвищує конкурентоспроможність бізнесу.

Широкий простір для інновацій в системі управління персоналом дає використання штучного інтелекту (ШІ). Саме він відкриває нову еру у підвищенні ефективності та результативності роботи персоналу.

ШІ спрощує роботу менеджерів, економить дорогоцінний час і покращує якість результатів. Так використовуючи вдосконалені алгоритми та машинне навчання, відділи кадрів можуть переглядати тисячі резюме, щоб знайти найкращих кандидатів. Інструменти рекрутингу на основі штучного інтелекту використовують обробку природної мови, щоб підібрати кандидатів до посадових інструкцій, враховуючи технічні та комунікаційні навички. Чат-боти або віртуальні помічники можуть надавати інформацію новим співробітникам, відповідати на їхні запитання та допомагати їм на ранніх етапах працевлаштування. Це не тільки покращує досвід співробітників, але й зменшує навантаження на відділ кадрів. ШІ в кадрах може використовувати дані для прогнозування майбутніх потреб у робочій силі. Аналізуючи минулі тенденції та розглядаючи різні сценарії, підприємства можуть ефективніше планувати свої потреби в робочій силі. Це не тільки допомагає уникнути нестачі навичок, але й оптимізує витрати на робочу силу.)

Окремої уваги заслуговують VR-технології в системі підготовки та навчання персоналу. Адаптування методів навчання за допомогою віртуальної реальності може навчити робочу силу швидше, ніж будь-коли раніше. За допомогою VR-гаджетів, таких як рукавички, гарнітури та окуляри, працівник може зануритися в симульоване середовище, яке забезпечує реалістичні сценарії,

забезпечуючи краще навчання в найбезпечніший спосіб. Такі інструменти замінюють традиційне навчання, яке в основному ґрунтувалося на посібниках, відео, заняттях в аудиторії, навчанні на робочому місці та індивідуальному наставництві. Такий підхід, як правило є дуже дорогим, оскільки вимагав від працівника додаткового часу, витрат на інфраструктуру для тренера та навчальних матеріалів.

Ще одна з стратегій, що розвивається останнім часом в управлінні персоналом – це гейміфікація. Це стратегія, яка застосовує ігрові елементи та механіки в негеймових сферах для стимулювання та мотивації учасників до досягнення певних цілей. В основі гейміфікації лежать принципи та механіки ігор, такі як система досягнень, рівні, таблиці лідерів, конкурси та нагороди. Цей підхід використовується у різних сферах, враховуючи HR.

Гейміфікація спонукає співробітників брати участь у навчанні та виконанні завдань на робочому місці. Зрештою, співробітники працюють з більшим запалом, що призводить до підвищення продуктивності, залученості та утримання). Успішна гейміфікація враховує внутрішню мотивацію користувача, як-от підвищення кваліфікації у своїй роботі, водночас пропонуючи зовнішню мотивацію у вигляді винагороди, яка буде мати високу значущість для відповідних працівників.

Опанування цих практик може допомогти підприємствам вдосконалити свої власні стратегії управління персоналом та досягти кращих результатів в розвитку свого колективу.

Література:

1. Ковальська К. В. Нові підходи до мотивації персоналу в стратегічному управлінні корпораціями. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 1. С. 29–33
2. Рульєв В.А. Управління персоналом: навчальний посібник. К. : Кондор, 2012. 310 с.
3. Інструменти для менеджера: розвивай свою команду та досягай цілей. <https://skillsup.ua/education/courses/toolkit-for-managers/>
4. Марцінковська О. Сучасні підходи до управління командами в контексті реалізації проекту. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2016. № 21. С. 102-108.

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВІВ ПЛИННОСТІ КАДРІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Севастьянов В.В., аспірант 1 року навчання
спец. 073 «Менеджмент» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - д.е.н., проф. Козак К.Б.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Плинність кадрів знайома кожному сучасному підприємству працівники влаштовуються на роботу, переходять в інші підрозділи компанії, звільняються у пошуках іншої роботи, ідуть на пенсії чи в декрет тощо. Сфера роздрібної торгівлі вже протягом багатьох років виділяється своєю високою плинністю персоналу, і керівники в цій галузі активно змагаються за працівників на ринку праці. Природним є явище плинності персоналу в будь-якій галузі діяльності, але сфера роздрібної торгівлі відзначається найвищим рівнем плинності [1, с. 432–434]. За даними інформаційної платформи "HR Security", найбільша плинність працівників традиційно спостерігається в торговому секторі (48%), (рис.1)[2].

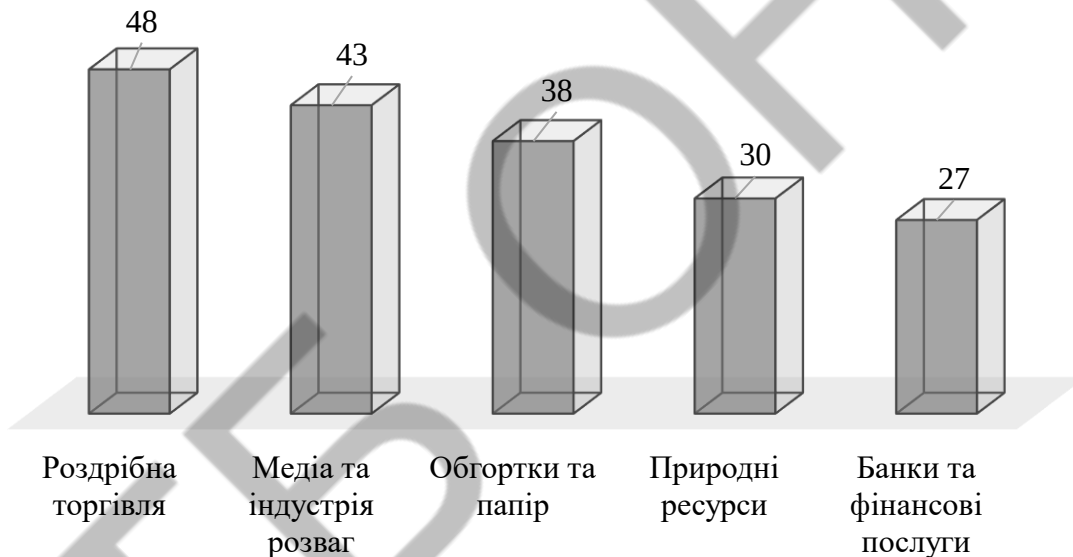


Рис. 1 – Рівень плинності кадрів по індустріям

**Джерело: розроблено авторами на підставі [2]*

Зазвичай високий показник плинності кадрів не може виникнути безпричинно. Його рівень залежить від багатьох факторів – сфери діяльності/спеціалізації торговельної організації, політики щодо залучення та утримання персоналу, територіального розміщення об'єкта торгівлі тощо. Для прийняття ефективних управлінських рішень, спрямованих на запобігання плинності кадрів, менеджерам підприємств торгівлі корисно знати причини, що призводять до неї, та усвідомлювати природу тих чи інших звільнень [3], заміна працівника на початковому рівні коштує 50% його річної зарплати. Цей показник збільшується до 250% при заміні керівників або висококваліфікованих працівників. Значна частина цих витрат витрачається на процес навчання нового

співробітника та його адаптацію в колективі. Новий співробітник потребує часу для адаптації в колективі, і це також вимагає зусиль для налагодження робочих процесів і спільної продуктивної роботи. Для уникнення надмірних витрат та забезпечення ефективного функціонування організації важливо вести облік кількості працівників, які залишають компанію, і аналізувати, як це впливає на її діяльність. Визначення причин, з яких працівники залишають свою посаду, є першим кроком у зменшенні плинності персоналу. Компанії, які розуміють ці причини, можуть розробити стратегії для зниження витрат на пошук, навчання та адаптацію нових працівників [1, с. 432–433].

Згідно з інформацією, опублікованою британським виданням "Retail Gazette", понад чверть працівників у секторі роздрібної торгівлі розглядають можливість зміни роботи або вже змінили робоче місце протягом останніх 12 місяців через негативне робоче середовище. З цих працівників 26% вказали, що їх бажання змінити роботу обґрунтоване навколишнім середовищем. Щодо тривалості роботи, 42% заявили, що працюють на своїх посадах менше року, 12% працюють в одній і тій самій компанії в галузі роздрібної торгівлі протягом п'яти – дев'яти років, а 5% працюють протягом 10 років і більше [5].

Компанія SHRM опублікувала результати дослідження, проведеного в 2018 році серед працівників роздрібної торгівлі, щодо причин звільнення персоналу [6]. Важливо відзначити, що відсутність можливостей для професійного росту визнана основною причиною, через яку працівники покидають свого роботодавця в роздрібній торгівлі по всьому світу. Було виявлено, що персоналу важливо мати можливість навчатися та розвиватися. Виходячи з того, що потреба у безпеці за пірамідою Маслоу не може бути реалізована в повній мірі, то і навчання не можливо реалізувати в повній мірі. Від цього, працівники можуть відчувати вигорання на робочому місці, що призводить до їхнього звільнення. Крім того, низький рівень комунікації, не професійне керівництво, відсутність підтримки та недостатня компетентність керівника – це основні причини, з яких 11,3% працівників виходять з компанії. Багато керівників піднімаються на вищі посади завдяки своїм навичкам і високій кваліфікації, але часто їм бракує необхідних соціальних "м'яких навичок" для ефективного управління персоналом. Якщо керівник не розуміє своїх співробітників, не цінує їхні зусилля і не визнає їхнього внеску, то рано чи пізно вони почнуть шукати іншу роботу. «Люди залишаються в компаніях, які демонструють цінність і турботу про своїх працівників. Тому роботодавцям варто бачити цінність в розвитку внутрішнього таланту, особливо в умовах нестабільності», - наголосив Пітер Берджес, директор компанії з управління персоналом та підбору персоналу Retail Human Resources. Згідно зі статтею, опублікованою консалтинговою компанією Gallup, яка здійснює дослідження в галузі управління протягом понад 80 років, 52% працівників, які добровільно покинули компанію, стверджують, що їхні керівники не зробили нічого, щоб утримати їх на роботі. Однією з ключових причин звільнення є відсутність фінансового стимулювання, яку вказали 9,6% респондентів. Більшість роботодавців у роздрібній торгівлі пропонують низьку оплату праці та не

надають додаткових стимулів, що призводить до збільшеної плинності персоналу. В Україні середня заробітна плата касира становить приблизно 15000 гривень, а продавця-консультанта – 15600 гривень, згідно з даними, опублікованими на сайті для пошуку роботи Work.ua [7]. Проте гроші не є єдиним фактором мотивації. Згідно зі структурою потреб Маслоу, фінансова мотивація відноситься до основних фізіологічних потреб.

Отже, кращі працівники, які розуміють свою цінність, швидше шукають нову роботу, оскільки вони відчують себе впевненіше в своїх можливостях на знаходження іншої роботи. На рис.2 наведені основні фактори плинності кадрів сфери торгівлі

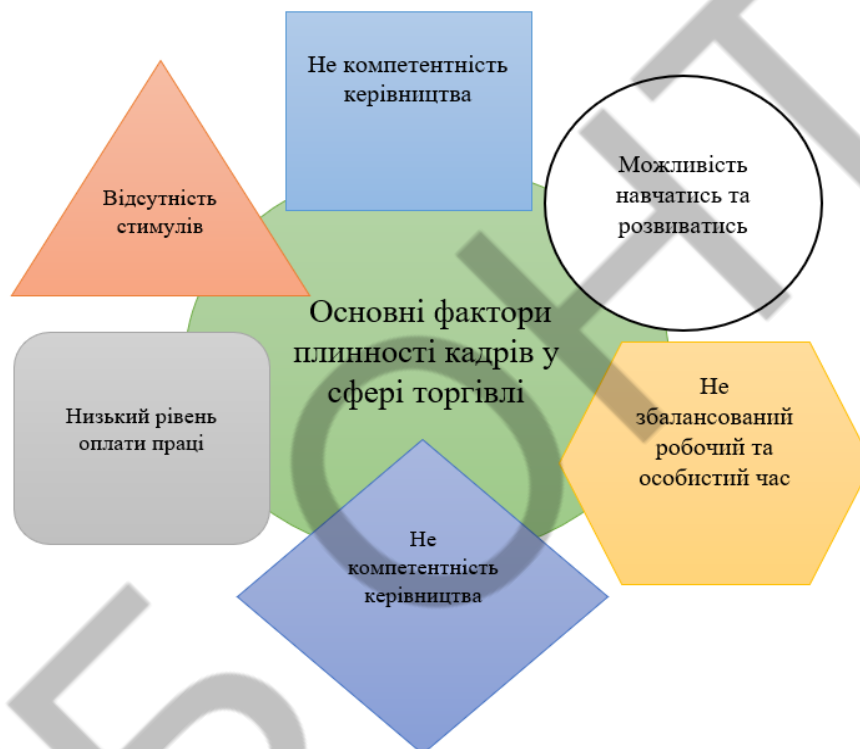


Рис. 2. Основні фактори плинності кадрів у сфері торгівлі

**Джерело: розроблено авторами*

Зазначена статистика (рис.1) і фактори (рис.2) демонструють, що індустрія роздрібної торгівлі має високий рівень плинності персоналу, що може бути наслідком зазначених вище факторів. Роботодавцям у цій галузі важливо звертати увагу на покращення умов праці, а також на підвищення рівня задоволення працівників, щоб зберігати та залучати кваліфікований персонал. Підприємства, що діють у сфері роздрібної торгівлі, ймовірно, завжди будуть стикатися з певним рівнем плинності персоналу. Цього не уникнути, але можна ефективно покращити ситуацію та зменшити відсоток втрат кадрів, застосовуючи відповідні технології. Так, наприклад, для того, щоб зменшити фінансові витрати та покращити репутацію компанії, важливо впровадити

правильний підхід до набору персоналу; щоб компанія залишалася конкурентоспроможною, персонал потрібно мотивувати та підтримувати, шляхом надання можливостей навчання, створення перспектив для особистого та кар'єрного росту, а також заохочення фінансовими вигодами, такими як гідна оплата праці, премії та додаткові бонуси.

З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Дослідження мотивів плинності кадрів підприємств сфери торгівлі є дуже важливим для підвищення ефективності їх діяльності та потребує подальшого вивчення.

Література:

1. Рекус Г.П., Філіна К.В. Основні причини плинності персоналу на підприємствах роздрібної торгівлі України. Бізнес Інформ. 2020. № 3. С. 430–436.
2. Плинність кадрів в бізнесі - проблема чи можливість огляду HR Security. URL: <https://hr-security.ua/ua/plinnist-kadriv-v-biznesi-problema-chi-mojlivist> (дата звернення: 27.03.2024).
3. Дуальність наслідків плинності кадрів у внутрішній торгівлі. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/04/10.pdf> (дата звернення: 27.03.2024).
4. Самолук Н. М., Юрчик Г. М. Плинність персоналу: індикатор кадрової безпеки підприємства. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 500–508.
5. Why does retail have such a high employee turnover rate? URL: <https://www.retailgazette.co.uk/blog/2016/10/why-does-retail-have-one-of-the-highest-employee-turnover-rates/> (дата звернення: 27.03.2024).
6. Кулакова С.Ю., Копейкіна В.В., Зотова О.М. Управління процесом рекрутингу на підприємствах в сучасних умовах. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/47.pdf (дата звернення: 27.03.2024).
7. Офіційний український сайт з пошуку роботи та надання вакансій Work.ua. URL: <https://www.work.ua/> (дата звернення: 26.03.2024).
8. Піхняк Т. А. Ідентифікація факторів, що впливають на плинність кадрів на підприємстві. Business economics. 2023. № 142. С. 23–27.
9. Retail turnover rates in 2018. URL: <https://business.dailypay.com/blog/employee-turnover-rates-in-retail> (дата звернення: 28.03.2024)
10. Коцалап С.О., Уласевич В.Ю. Аналіз проблем плинності кадрів на підприємствах різних сфер діяльності. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2013. № 8. С. 67–71.

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

**Таранова Д.Ф., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Рябець О.М., к.ю.н., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Використання цифрових технологій стало характерною рисою розвитку світової економіки. Слід зазначити, що розвиток українського бізнесу за останнє десятиріччя відбувся завдяки використанню цифрових технологій на підприємствах.

Цифрова трансформація передбачає інтеграцію цифрових технологій у всі аспекти бізнесу. Здійснюючи цифрову трансформацію, підприємства можуть оптимізувати процеси, підвищити ефективність, охопити ширшу аудиторію та, зрештою, сприяти зростанню й успіху в сучасну цифрову епоху [1].

Цифрова трансформація важлива для компаній, оскільки вона дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними в цифровому середовищі, що швидко розвивається. Підприємствам необхідно адаптуватися та приймати технологічні досягнення та зміну поведінки споживачів, щоб задовольнити потреби та очікування своїх клієнтів [2].

У 2019 році в Україні було засновано Міністерство цифрової трансформації з метою організації та здійснення державної політики щодо розвитку інформаційних технологій, цифрової економіки, а також підвищення рівня цифрової грамотності громадян. Це відомство відповідає за створення та підтримку інфраструктури електронного урядування, впровадження електронних послуг для населення та бізнесу, а також сприяння розвитку інноваційних технологій у країні. [3].

Інтеграція цифрових технологій на підприємствах є невід'ємною частиною на сьогоднішній час. Адже, саме завдяки цифровим технологіям, український бізнес не лише продовжив функціонувати під час введення воєнного стану на території України, а й має можливість розвиватися.

Саме використання технологій і програм, до яких працівники можуть отримати доступ з будь-якого місця, надали можливість працювати дистанційно, створювати гнучкий графік, підтримувати зв'язок між співробітниками, мати доступ до документів, цим самим створюючи комфорт для співробітників та підвищення працездатності.

Для вирішення різноманітних проблем, що виникають у сучасній економіці, виникла нова концепція комунікації з клієнтами - використання соціальних мереж як технології для розвитку бізнесу. Ця концепція базується на застосуванні нових методів привертання, утримання та взаємодії з клієнтами.

Використання соціальних мереж як інструменту для будівництва та розвитку бізнесу сприяє формуванню нових бізнес-процесів та моделей, формує позитивний імідж та репутацію компанії, підвищує рівень довіри та лояльності

користувачів, що в свою чергу допомагає пришвидшити зростання прибутковості організації.

Отже, використання цифрових технологій, програм, соціальних мереж, дозволить власнику підприємства передбачити всі зв'язки між елементами бізнес-процесів, забезпечити роботу, комунікацію зі співробітниками та клієнтами. Окрім того, підприємці повинні не лише одноразово інтегрувати необхідні цифрові технології, а й постійно вивчати та аналізувати їх розвиток і можливості, впроваджуючи в свої підприємства.

Література:

1. Жекало Г.І. Цифрова економіка України: проблеми та перспективи розвитку URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/26_1_2019ua/12.pdf.
2. Top 10 Digital Business Models for Online Companies [Examples]. DevriX. URL: <https://devrix.com/tutorial/top-10-digital-business-models-online-companies-examples>.
3. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/>.

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Курянов В.М., аспірант кафедри менеджменту і логістики
Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

У ситуації економічної нестабільності та кризових викликів, спричинених повномасштабною агресією РФ проти України, стає актуальним пошук ефективних систем управління, спрямованих на збереження економічного потенціалу підприємств і одночасно спроможних значно підвищити їх конкурентоспроможність. Сучасні дослідження все більш уваги приділяють проблемам трансформації корпоративної культури, як стратегічного інструменту системи управління підприємств. У минулому столітті сформувалось нове уявлення про сутність корпоративної культури, яке було сформульоване провідними теоретиками менеджменту, такими як П. Друкер, Дж. Коттер, Дж. Хескет, Т. Пітерс та ін. Це нове розуміння відобразилося в погляді на корпоративну культуру як на універсальний соціокультурний феномен, який може визначати модель поведінки працівників та особливості позиціонування підприємства в суспільстві. Відповідно до цього підходу, корпоративна культура стає характерною рисою організації, що формується як результат взаємодії між співробітниками та цінностями, які вони спільно приймають, і відображається в установчих засадах підприємства, впливаючи на всі аспекти його функціонування.

Трансформація корпоративної культури – це процес зміни або перетворення цінностей, поглядів, норм, традицій і звичаїв, які характеризують підприємство або організацію. Ця зміна може бути ініційована на внутрішньому або зовнішньому рівнях, наприклад, від управлінських рішень, зміни стратегії бізнесу, або реакції на зміни в зовнішньому середовищі. Трансформація корпоративної культури може включати в себе ряд дій, таких як перегляд цілей і цінностей організації, зміни в керівництві, комунікації та системах винагород. Цей процес може бути складним і тривати значний час, оскільки він вимагає внутрішньої згоди, залучення всіх рівнів персоналу та вдосконалення внутрішньої комунікації. Однак, успішна трансформація корпоративної культури може покращити ефективність, інноваційність та конкурентоспроможність організації. Важливим є факт наявності спільних цінностей у керівного складу та робітників, які в кінцевому рахунку трансформуються в норми поведінки, а це сприяє підвищенню якості послуг, що надаються, і спільних зусиль для вирішення поточних і довгострокових проблем.

За останні роки корпоративна культура підприємств індустрії гостинності, під впливом зовнішніх факторів, пов'язаних з дією режиму воєнного стану [1], суттєво змінилася. Власники та керівники готелів, ресторанів, які дотепер зосереджували свою увагу переважно на операційному керівництві виробництвом, знаходяться перед новими викликами. Нова ситуація вимагає від

них перегляду підходів до розробки та підтримання готельно-ресторанної інфраструктури з метою забезпечення конкурентоздатності. Корпоративна культура підприємств сфери гостинності в період дії воєнного стану зазнає значних трансформацій. Особливістю цього процесу є швидкі та динамічні зміни по системах формальних і неформальних правил та норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку. Спостерігаються процеси, які пов'язані з оптимізацією структури підприємств, зростанню особистої відповідальності власників компаній, збільшенню вимог до системи навчання персоналу, приділяється увага використанню нових прогресивних технологій та методики перепідготовки та адаптації кадрів, створення більш лояльної та дружньої атмосфери у колективі, найбільш безпечних умов праці та персонального комфорту для кожного працівника, стимулювання та заохочення власної ініціативи персоналу, підвищення соціальної відповідальності, шляхом створення волонтерських центрів для приготування їжі воїнам ЗСУ та переселенцям та інші.

Література:

1. Про правовий режим воєнного стану: Закон України №766-VIII від 10.11.2015. Відомості Верховної Ради (ВВР) №28. Київ: Мін-во Юстиції України, 2015. 250 с.
2. Захарчин Г.М. Корпоративна культура Навч. посіб. Національний Університет «Львівська Політехніка». Львів, 2011. С. 139.
3. Полотай Б. Я. Розвиток корпоративної культури в індустрії гостинності. Підприємництво і торгівля: зб. наук. праць. Львів: Видавництво Львівського торговельно- економічного університету, 2016. С. 134.
4. Солоха Д.В. Формування корпоративної культури підприємств готельного бізнесу. Економіка і менеджмент культури. 2014. № 1. С. 66-71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2014_1_13.
5. Лупашко А. Більше ніж сервіс: збірник / за ред. Лупашко. Одеса: ФОП Полонік Т.В, 2023. 58.104 с.
5. <https://ribashotelsgroup.ua>: URL: <http://surl.li/seiak>.
6. URL: <https://blog.reikartz.com/article/The-key-to-quality-service-in-corporate-culture/>.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Доценко В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І. О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В умовах динамічного розвитку фінансового ринку та економіки в цілому, підприємства націлені на залучення нових джерел фінансування та мінімізацію ризиків. Залучення фінансових ресурсів для зворотної сторони фінансових відносин є засобом вкладення інвестиційних коштів з метою їх примноження та хеджування ризиків. Застосування традиційних стратегій формування та управління фінансовим портфелем є далеко не новою практикою для України, втім, його роль дещо послаблюється з появою якісно нових поглядів на вибір інструментів до портфелю, їх комбінації та алгоритм управління ним відповідно до світового досвіду.

З проблемою формування портфеля фінансових інвестицій зустрічається кожний інвестор. Теорія формування портфеля фінансових інвестицій дає змогу визначити, як інвесторам ефективно та з найменшим ризиком розпоряджатися своїми коштами, які співвідношення цінних паперів різних видів та емітентів їм доцільно включити у свій портфель.

В умовах розвитку фінансового ринку України, розвитку ринкових відносин в усіх сферах життя принципи формування напрямів інвестування для учасників цих процесів набувають особливої актуальності. Одним з напрямів підвищення ефективності розвитку підприємницького сектору та його економічного потенціалу, досягнення високого конкурентного рівня є формування дієвих програм, що реалізовували б стратегічні цілі та завдання, забезпечували найбільший результат від інвестицій [1]. Кожен суб'єкт господарювання формує свій портфель вкладень – інвестиційний [2].

Ефективність інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання значною мірою залежить від формування та подальшого управління інвестиційним портфелем. Інвестиції – всі види майнових і інтелектуальних цінностей, вкладених в об'єкти підприємницького й інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект [4].

Управління фінансовими інвестиціями є системою принципів і методів забезпечення вибору найбільш ефективних фінансових інструментів вкладення капіталу і своєчасного його реінвестування, підпорядковане загальній інвестиційній політиці і спрямоване на досягнення стратегічних цілей [3].

Авторський підхід полягає у визначенні фінансового портфеля як сукупності фінансових інструментів інвестування, з метою забезпечення додаткового доходу та захисту від інфляції. Сучасна портфельна теорія складається з таких розділів:

1. Оцінка інвестиційних якостей окремих видів фінансових інструментів інвестування.

2. Формування інвестиційних рішень стосовно включення в портфель індивідуальних фінансових інструментів інвестування.

3. Оптимізація параметрів портфеля, спрямована на зниження рівня його ризику при заданому рівні прибутковості.

4. Сукупна оцінка сформованого інвестиційного портфеля по співвідношенню рівня прибутковості та ризику. Процес управління фінансовими інвестиціями суб'єктів господарювання, з авторської точки зору, доцільно здійснювати за такими основними етапами: попередній аналіз; короткострокове та довгострокове планування формування портфелю фінансових інвестицій; вибір форм фінансового інвестування; побудова системи обмежень і критеріїв відбору портфелів (претендентів в портфель фінансових інвестицій; забезпечення відповідності цілей формування фінансового портфелю стратегічним цілям інвестиційної діяльності підприємства; розрахунок ризику портфелю фінансових інвестицій; забезпечення ефективного оперативного управління портфелем фінансових інвестицій; прогнозування впливу портфелю фінансових інвестицій на результати діяльності підприємств та показники фінансової діяльності.

Попередній аналіз включає:

1. Аналіз стану фінансового інвестування у поперед(ньому періоді. На цьому етапі аналізу, по(перше, проводиться оцінка інвестованого капіталу у фінансові активи, а саме: вивчається загальний обсяг інвестування капіталу у фінансові активи; визначаються темпи зміни цього обсягу; визначається питома вага фінансового інвестування в загальному обсязі інвестицій підприємства в передплановому періоді.

2. Аналіз основних форм фінансового інвестування. Наведений етап аналізу передбачає дослідження основних форм фінансового інвестування, їх співвідношення, спрямованість на вирішення стратегічних завдань роз(витку підприємств.

3. Дослідження фінансових інструментів інвестування. На наведеній стадії аналізу вивчається склад конкретних фінансових інструментів інвестування, їх динаміка і питома вага в загальному обсязі фінансового інвестування. 4. Оцінка рівня прибутковості фінансових інструментів. На цій стадії аналізу оцінюється рівень прибутковості окремих фінансових інструментів і фінансових інвестицій в цілому, визначається сумою фінансових інструментів (з коригуванням на індекс інфляції), до суми інвестованих у них коштів. Проведений аналіз дозволяє оцінити обсяг й ефективність портфеля фінансових інвестицій підприємства у попередньому періоді.

Забезпечення ефективного оперативного управління портфелем фінансових інвестицій. При істотній зміні кон'юнктури фінансового ринку інвестиційні якості окремих фінансових інструментів знижуються. У процесі оперативного управління портфелем фінансових інвестицій забезпечується своєчасна його реструктуризація з метою підтримки цільових параметрів його початкового формування.

Література:

1. Шклярук С. Г. Портфельне інвестування: теорія і практика. К.: Нора-принт, 2006. С. 63-71.
2. Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні. Проблеми регулювання: навч. посіб. К.: Кондор, 2011. 406 с.
3. Руденко О. Формування портфеля інвестицій. НБУ ім. Вернадського. 2012. URL: http://www.nbu.gov.ua/Vsnau/FiK/20101/57Rudenko_O.pdf

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, ЇЇ ВИДИ ТА ПРИНЦИПИ

Федорчак А. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І. О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Корпоративна соціальна відповідальність активно та успішно впроваджується в усьому світі. Компанії не тільки вирішують проблеми суспільства, інвестуючи в розвиток освіти, охорони здоров'я, науки та виробництва, підтримуючи соціально незахищені верстви населення та дбаючи про охорону навколишнього середовища, а й отримують певну вигоду від цієї діяльності. У західних країнах корпоративна соціальна відповідальність функціонує як стійка соціальна система, яка є раціональною та ефективною. Цим вона відрізняється від традиційної філантропії [1].

Загальноприйнятого універсального визначення терміну «соціальна відповідальність» не існує, оскільки йдеться про системний підхід до складного питання. «Корпоративна соціальна відповідальність», «соціальна відповідальність бізнесу» та «корпоративне громадянство» часто використовуються як синоніми. Поняття «соціальна відповідальність» виникло в середині 20-го століття, коли компанії не лише дотримуються законодавства та виробляють якісну продукцію, але й добровільно беруть на себе додаткові зобов'язання перед суспільством та роблять значний внесок у покращення якості життя людей.

Соціальна відповідальність характеризується наступними ознаками. Це соціальне явище з конкретно-історичним змістом; це свідоме виконання особою своїх зобов'язань перед суспільством; її виконання диктується свідомістю суб'єкта; невиконання зобов'язання передбачає певний осуд такої особи з боку суспільства (соціальної групи, окремих членів суспільства); вона має суб'єктивний характер; вона є суб'єктивною за своєю сутністю і вище, надаючи пріоритет особам, які можуть розглядатися як соціальні суб'єкти або представники соціальних груп [2].

Соціальна відповідальність має складну, багаторівневу структуру. Незалежно від рівня або масштабу дослідження, її визначають на глобальному, національному, регіональному та галузевому рівнях. На глобальному рівні соціальна відповідальність розкривається через виявлення проблем і ситуацій людства та пошук шляхів їх вирішення через сприяння соціальній інтеграції з метою забезпечення сталого розвитку, незалежно від місця проживання чи расової приналежності.

На рівні групи соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність; на рівні суспільства - як соціальна відповідальність суспільства за гідний рівень життя нинішнього та майбутніх поколінь; на рівні держави - як визначення найкращих шляхів досягнення сталого соціального та людського розвитку. На глобальному рівні йдеться про Міжнародну угоду зі

сталого розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992; Йоганнесбург, 2002; та Ріо-де-Жанейро, (2012 р.) та Глобальний договір ООН.

Іншими словами, суб'єкти громадянського суспільства (держави, державні органи, компанії, установи та громадяни) несуть відповідальність за загальну соціальну корисність своєї діяльності. Іншими словами, соціально відповідальна діяльність - це діяльність, яка використовує для досягнення своїх цілей лише ті методи, які не завдають шкоди людям, природі чи суспільству [3].

За своїм сутнісним змістом соціальна відповідальність має два прояви: позитивний і негативний. Позитивна (проспективна) соціальна відповідальність – це добровільне та свідоме використання, виконання та дотримання вимог соціальних норм суб'єктами суспільних відносин. Негативна (ретроспективна) соціальна відповідальність означає застосування передбачених цими нормами засобів впливу до порушників соціальних норм. Основними принципами соціальної відповідальності є підзвітність, прозорість та етична поведінка; повага та врахування організацією інтересів своїх стейкхолдерів; дотримання організацією принципу верховенства права, тобто дотримання всіх чинних законів та нормативних актів; дотримання організацією міжнародних норм, але лише тоді, коли ці норми є принципами сталого розвитку та гуманність, старанність, моральність і поміркованість у прийнятті певних рішень [4], коли це бажано для добробуту суспільства.

Слід також згадати про переваги, які отримують компанії від дотримання принципів соціальної відповідальності. Це, безперечно, забезпечує соціальну репутацію організації; підвищує довіру громадськості до діяльності компанії, її продуктів та послуг; підвищує професіоналізм компанії, розвиває її людські ресурси та забезпечує лояльність працівників; а також, через власну корпоративну політику, має потенціал для створення безпечного середовища для діяльності та розвитку компанії, відповідати нормам і стандартам світової економічної та соціальної спільноти.

Зважаючи на величезні соціальні та економічні переваги соціальної відповідальності, питання її розвитку викликає особливий інтерес з боку органів державної влади та найбільших міжнародних організацій у багатьох країнах світу. Цей інтерес проявляється в розробці стандартів КСВ і в заходах, спрямованих на заохочення компаній до соціально відповідальної діяльності КСВ широко поширена в європейських країнах. У деяких країнах вона є частиною державної політики (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), тоді як в інших діяльність у сфері соціальної відповідальності є виключною прерогативою компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія) В ЄС основна роль соціальної відповідальності полягає у підтримці сталого розвитку компаній а це призводить до покращення ситуації на ринку праці та якості продуктів і послуг, що пропонуються компаніями.

Згідно з міжнародною практикою, соціальна відповідальність допомагає компаніям покращити свою ділову репутацію та побудувати дружні відносини з державою та суспільством. Згідно з опитуванням Cohn-Roper, 78% респондентів заявили, що з більшою ймовірністю купуватимуть товари, пов'язані з

соціальними ініціативами, які їм небайдужі, а 66% сказали, що змінять свою думку про бренди, які підтримують такі ініціативи.

Отже, соціальна відповідальність є необхідністю як для власників фірм, так і для працівників, споживачів товарів і послуг, ділових партнерів, державних інститутів та суспільства в цілому. Поєднання інтересів всіх цих сторін відображає необхідність корпоративної соціальної відповідальності, яка націлена на досягнення соціальної злагоди.

Література:

1. Антюхов О.А. Регіональна економіка та інтелектуалізація суспільства: інноваційні аспекти взаєморозвитку: монографія. Львів: ПП «Видавництво» «БОНА» 2016. 420 с.
2. Антошко Т.Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: моногр. К.: НТУУ «КПІ», 2018. 275 с.
3. Вигівська І.М., Хоменко Г.Ю., Шумило К.В. Соціально- відповідальне інвестування: сутність, ризики та перспективи розвитку. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2017. № 3 (38). С. 3-7.
4. Колот А.М., Грішнова О.А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія. Київ: КНЕУ, 2012. 501 с.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ

Цап О.Г., аспірант кафедри менеджменту і логістики
Науковий керівник – д.е.н., проф. Седікова І.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Зернова галузь України є перспективним сегментом розвитку аграрного ринку, яка має потенціал як на вітчизняному, так і світовому ринках. Визнана як стратегічною, галузь забезпечує продовольчу безпеку, добробут населення і конкурентоздатність країни. В умовах посилення глобалізації саме продукція зернової галузі є пріоритетним напрямком зовнішньої торгівлі, сприяючи зростанню валютних надходжень в бюджет країни та розвитку сільських територій. Управління сучасним підприємством в таких мінливих умовах неможливе без поглибленого вивчення такого важливого аспекту, як управління стратегічним розвитком та визначення пріоритетів. Зернова галузь України була і буде однією з ключових галузей сільського господарства та експортного сектору економіки, її особливості можна розглянути в розрізі деяких чинників [1, 2]:

- *виробництво зернових культур*: Україна вирощує значні обсяги різних зернових культур, таких як пшениця, ячмінь, кукурудза, овес тощо. Зернові культури вирощуються на великих земельних площах у різних регіонах країни;
- *експорт зернових культур*: Експорт зерна включає в себе пшеницю, ячмінь, кукурудзу та інші зернові культури;
- *цінова ситуація*: ціни на зернові культури коливаються в залежності від різних факторів, таких як світовий попит і пропозиція, погодні умови, урожайність та стан світових ринків;
- *інфраструктура та логістика*: галузь потребує ефективної інфраструктури для зберігання та транспортування великих обсягів врожаю. Україна активно працює над розвитком та модернізацією зернової інфраструктури, зокрема портів для експорту;
- *система підтримки аграріїв*: Україна має систему підтримки аграріїв, включаючи пільги та субсидії для фермерів, що впливає на виробничу діяльність;
- *сучасні технології*: в останні роки спостерігається тенденція до використання сучасних технологій в зерновій галузі, таких як автоматизація процесів, сучасні методи обробки ґрунту, механізація та використання сучасних гібридів та сортів;
- *екологічна стійкість*: зростання уваги до питань екологічної стійкості, призводить до впровадження екологічно чистих методів виробництва зернових культур.

З інформації, яка викладена вище варто зазначити, що при формуванні стратегії розвитку підприємств зернового напрямку потрібно враховувати фактори зовнішнього середовища та кризові явища які виникають в сучасних умовах господарювання та врахувати їх при діяльності підприємства з

урахуванням можливостей переробки зернової продукції в межах держави. Як зазначає С. Березюк, незважаючи на військовий стан, динаміка показників зовнішньої торгівлі продукцією АПК України у 2023 році формуватиметься в напрямку поступового надолуження втрат, понесених у 2022 році [3].

Незважаючи на умови спричинені повномасштабною агресією рф Україна може похвалитися добре розвиненим продовольчим комплексом, здатним не тільки адекватно задовольнити потреби населення в продуктах харчування, але й створити провідні позиції країни на світових ринках кількох найважливіших агропродовольчих товарів. Завдяки традиційно значному експорту продовольства Україна робить значний внесок у глобальну продовольчу безпеку (табл. 1).

Таблиця 1. Показники експорту України за 2018-2022 рр.

	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відношення 2022 р. до 2018 р., %
Пшениця	24,606	28,328	24,877	32,151	20,729	84,2
Кукурудза на зерно	35,801	35,880	30,290	42,110	26,187	73,1
Ячмінь	7,349	8,917	7,636	9,437	5,608	76,3
Жито	0,394	0,335	0,457	0,593	0,309	78,4
Овес	0,419	0,422	0,510	0,468	0,379	90,5
Просо	0,081	0,170	0,256	0,205	0,091	112,3
Гречка	0,137	0,085	0,098	0,106	0,148	108,0
Рис	0,069	0,055	0,061	0,049	0,003	4,3
Усього, млн. т	70,06	75,14	64,93	86,01	53,86	76,9

Джерело: розраховано автором на основі [4]

Основним стратегічним завданням функціонування та розвитку підприємств на ринку зерна є збільшення виробництва зернових культур та їх запасів для надійного сталого забезпечення внутрішнього ринку продовольства та збільшення його експортних поставок. Україна здатна повернути собі частку світового ринку зернової продукції, яку втратила через вторгнення і першочергові завдання збереження працездатності аграрного сектору в умовах повномасштабного конфлікту мають бути спрямовані на збереження дієвості ланцюга «виробництво – переробка – зберігання – споживання». В Україні першочергово необхідно збільшити виробництво зернової продукції та відновлювати об'єкти інфраструктури для зберігання та переробки сільськогосподарської продукції [5].

Подальший розвиток галузі вимагає ґрунтовної економічної оцінки, перегляду цілого ряду позицій щодо технічно-технологічних, організаційно-економічних та ринкових умов функціонування всього комплексу, тому ми визначили, що основними завданнями розвитку підприємств зернового напрямку в умовах військового стану мають стати: формування стратегічних запасів зернових орієнтованих на власну переробку для забезпечення місцевого населення дешевими та якісними продовольчими товарами; розвиток грантових програм орієнтованих на видачу коштів аграрним формуванням що планують

здійснення переробки зернових (виробництво круп, макаронних виробів тощо); державні дотації на створення систем меліорації земель для підвищення якості зернової продукції; впровадження науково обґрунтованих сівозмін на господарствах; розвиток співробітництва з спиртовими заводами для реалізації зернових на переробку.

Для вирішення цих завдань доцільно окреслити стратегічні орієнтири розвитку внутрішнього ринку, забезпечуючи тим самим продовольчу безпеку країни: створення ефективної та працюючої нормативно-правової бази; модернізація організаційно-економічних механізмів функціонування ринку зерна; надання бюджетної, кредитної, лізингової, інвестиційної та інфраструктурної підтримки для формування конкурентоспроможного виробництва зерна; інституційна та фінансова підтримка середніх і малих виробників зерна; впровадження інноваційних та екологічних технологій вирощування та переробки зерна; посилення впливу державних інституцій на внутрішні ринки зерна; розширення експортного потенціалу зерна з доданою вартістю; захист вітчизняних виробників зерна від втручання імпортерів зерна; вивчення перспективних зовнішніх ринків та розширення міжнародної співпраці, пошук нових ринків збуту та альтернативних логістичних шляхів; забезпечення злагодженості системи взаємодії всіх учасників ринку; оновлення технічних можливостей для всіх зацікавлених сторін у зерновому секторі; посилення уваги до науково-технічного, інноваційного та інформаційного забезпечення зернових ринків.

Література:

1. Голомша Н. Є. Конкурентоспроможність зернових на аграрному ринку. Економіка АПК. 2019. № 12. С.83-87.
2. Нікішина О. В. Стратегічні орієнтири розвитку зернового ринку України. URL: http://www.confcontact.com/20110629/6_nikish.htm
3. Березюк С. В., Гонтарук Я. В., Ясінська Б. О. Забезпечення продовольчої безпеки держави в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2023. Випуск 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-44>
4. Державна служба статистики України: URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Фурман І. В., Гонтарук Я. В. Теоретичні основи формування стратегії розвитку аграрних підприємств зернового напрямку. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 23. С. 80–87. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.23.80>

РИНОК БІОЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ДО РОЗВИТКУ ТА БАР'ЄРИ СТРИМУВАННЯ

Вівсянко Т.П., Мельник В.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – д.е.н., проф. Савенко І.І.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

За оцінкою фахівців Біоенергетичної асоціації України потенціал енергії з біомаси складає близько 23 млн т н.е. Структурно потенціальні джерела можна виокремити в дві групи. До першої групи відносяться побічні продукти рослинництва (солома зернових та олійних культур). Другу групу складають енергетичні культури (верба, тополь, міскантус, інші). Основні потенційні джерела наведені в таблиці 1.

Таблиця 1. Потенційні джерела енергії з біомаси в Україні

Вид біомаси	Теоретичний потенціал, млн. тонн	Потенціал доступний для енергетики	
		Частка теоретичного потенціалу, %	млн. т. н.е.
Солома зернових	32,8	30	3,36
Солома ріпаку	4,9	40	0,68
Побічні продукти кукурудзи на зерно (стеблі, стрижні)	46,5	40	3,56
Побічні продукти соняшнику (стеблі, корзинки)	26,9	40	1,54
Вторинні відходи с/г (лушпиння соняшника)	2,4	100	1,00
Деревна біомаса (дрова, порубкові залишки, відходи)	8,8	96	2,06
Деревна біомаса (сухостій, деревина із захисних лісосмуг)	8,8	45	1,02
Біодизель (з ріпаку)	-	-	0,39
Біостанол (з кукурудзи і цукрового буряку)	-	-	0,82
Біогаз з агровідходів	1,6 млрд м ³ CH ₄	50	0,68
Біогаз з полігонів твердих побутових відходів	0,6 млрд м ³ CH ₄	34	0,18
Біогаз із стічних вод	1,0 млрд м ³ CH ₄	23	0,19
Енергетичні культури: верба, тополь, (1млн.га)	11,5	100	4,88
Енергетичні культури : кукурудза на біогаз (1 млн. га)	3,0 млрд м ³ CH ₄	100	2,58
Всього	-		23

Джерело: [1]

Причини розвитку біоенергетики в Україні:

1. Забезпечення енергонезалежності країни шляхом виробництва енергії на біоенергетичних установках.

2. Розвиток місцевої та регіональної економіки шляхом будівництва енергетичних об'єктів працюючих на біомасі, що є важливим для депресивних регіонів.

3. Збільшення робочих місць.

4. Додатковий дохід фермерських господарств від продажу біомаси на реалізацію біоенергетичних проектів.

5. Виконання міжнародних зобов'язань України скорочення викидів CO₂ шляхом різкого зниження використання вуглеводневих ресурсів та заміна їх на біоенергетичні ресурси.

6. Зниження навантаження на транспортно-логістичну систему з експорту зернових, шляхом організації переробки їх на біоетанол та біометан в країні.

7. Збільшення експортних фінансових надходжень, шляхом експорту біометану за кордон.

8. Як позитив, слід відмітити що в Україні Верховною Радою нарешті прийнято Закон №9456 «Про внесення змін до Митного кодексу України щодо митного оформлення біометану». Ухвалений документ на законодавчому рівні врегульовує питання експорту біометану на європейський ринок.

9. І основним мотиватором виступає відхід економіки України від сировинного напрямку розвитку.

Стримуючі бар'єри розвитку біоенергетики.

1. Монопольне становище на ринку теплопостачання. У містах діє централізоване теплопостачання (ЦТП). Одне джерело теплопостачання (ТЕЦ або водогрійна котельня) забезпечує теплом велику кількість будинків. Являє собою велике підприємство на балансі якого знаходяться великі розгалужені системи тепломереж, які підприємство обслуговує, ремонтує, налагоджує. Станом на 2024 рік відсутня нормативно-правова база механізму підключення до даних мереж інших постачальників теплоенергії. Вирішення питання можливе за умов запровадження конкурентного ринку теплової енергії за моделлю єдиного покупця.

2. Низька інвестиційна привабливість біоенергетичних проектів. Строку дії «зеленого» тарифу не вистачає для окупності біоенергетичних проектів.

3. В Україні відсутні плантації енергокультур (тополь, верба, міскантус) з причин низької рентабельності їх вирощування. Вирішення питання можливе шляхом фінансування державою даних проектів на етапі закладки плантацій, але наступні 20 років з них буде отримуватися місцеве паливо, створюватимуться робочі місця, покращиться місцевий розвиток за рахунок сплати податків.

4. В Україні є проблема недостатності біомаси на ринку. Вирішити проблему можна шляхом створення системи торгівлі біопаливом, єдиного електронного майданчика для торгівлі біопаливом.

5. До стримуючих бар'єрів слід віднести і негативне відношення до глибокою переробкою зерна, що призводить до втрати додаткових надходжень аграрним господарствам, бюджету, створення робочих місць.

Література:

1. Стратегія розвитку біоенергетики в Україні.
<https://uabio.org/bioenergy-transition-in-ukraine/>
2. Бегун С.В. Розвиток біоенергетики в Україні: застосування досвіду ЄС. Енергетична та техногенна безпека. Серія «Національна безпека». 2020. № 28. С. 1-19.
3. Калетнік Г.М., Пришляк Н.В. Розвиток галузі біопалив як детермінанта сталого розвитку України. Економіка АПК. 2021. № 2. С. 71-81

MANAGEMENT, INVESTMENT AND INNOVATION IN THE FOOD BUSINESS

Hladkoskok A., student SVO "Bachelor" FTU Institute of Technology.

Scientific supervisor – Senior Lecturer Pasichnyk M.V.

Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv

Formulation of the problem in general.

Innovations, innovative activity and innovative policy are new categories that appeared in the economic development of our country in the context of the relationship between the two countries. These categories did not exist until now in domestic economic theory and practice.

"In order to have a future, you must be ready to do something new," said Peter Dpack, an American management specialist, back in 1909. This theme was continued by Joseph Shymptepe, an Austrian-American economist and sociologist: "Profit can be received only as a result of the benefits that innovation gives." Today, in the business world, this thesis is called the Shympetepe theorem.

Formulation of theses objectives.

The purpose of theses is management research, investments in innovations in the food business.

Presenting main material .

Today, the problem of public health has ceased to be the prerogative of doctors, who, according to the words of Mykola Amosov, "... do not know how to make a person healthy, they do not even know how to teach a person to be healthy." And that is why food technologists take responsibility for the health of the population and implement it precisely through the development of innovative technologies and, on its basis, the production of innovative food products.

Therefore, the creation of a healthy food industry, the basis of which will be new technologies and new food products, is determined by the need to provide the population of the country with healthy, functional food as the main element of improving the quality of life of a person, improving his health and ensuring the future of the nation.

For the implementation of the set tasks, the optimal way of developing technologies and the economy is an innovative way, which is accompanied by the constant updating of technologies, goods and services of various purposes, the growth of its competitiveness both on the domestic and foreign markets, the stabilization and expansion of sales markets, and, therefore, the growth of employment of the population, effective use of scientific and technical potential and stimulation of its growth.

Consumers are also interested in the development of innovative activities, because they receive products, goods and services with new high quality indicators.

And, of course, the state is interested in the innovative path of development, because it contributes to the growth of the gross domestic product (GDP), the volume of sales of products and the increase of revenues to the budgets of all levels and, as a result, the growth of the standard of living of citizens and the strengthening of social harmony in the state.

Innovative food entrepreneurship can be seen as a modern production of traditional and new food products, based on the achievements of scientific and technical progress, which involves the active exploitation of new technological and technical solutions with the aim of constantly maintaining the social and economic efficiency of the economy.

These food products, obtained with the exploitation of innovations, are innovative products. These are competitive products that meet the requirements of the Law of Ukraine "On Innovative Activity", adopted on July 4, 2002 p.

The 21st century was the beginning of great changes

We will try to create schemes for obtaining innovative products using the example of the production of functional food products based on the traditional food environment.

When developing functional food products as objects of innovative activity, it is necessary to use an integral approach, which includes a number of interrelated elements for the creation and introduction of a new food product.

As a result of such an integrated approach, it is possible to create a wide range of innovative products, namely:

1. Functional food products based on raw materials containing a high concentration of functional ingredients (oats, barley, soy, bran, flax seeds, spirulina, natural juices, etc.);
 2. Functional food products with a reduced content of salt, sugar, and animal fats;
 3. Functional food products based on cereals (bread, confectionery, pasta); dairy, meat, canned; products enriched with vitamins, dietary fibers, mineral compounds, polyunsaturated fatty acids, probiotics and prebiotics, phospholipids, amino acids, etc.
- Figure 1 shows a scheme for obtaining a functional food product based on any food medium.

What ingredients are used for enrichment today? As you know, all components of food products are divided into macro- and micronutrients.

Since a person consumes enough fats and carbohydrates, the main problem of innovative food technology today is the production of products with an increased content of proteins and micronutrients, which have the greatest demand on the world market (table 1).

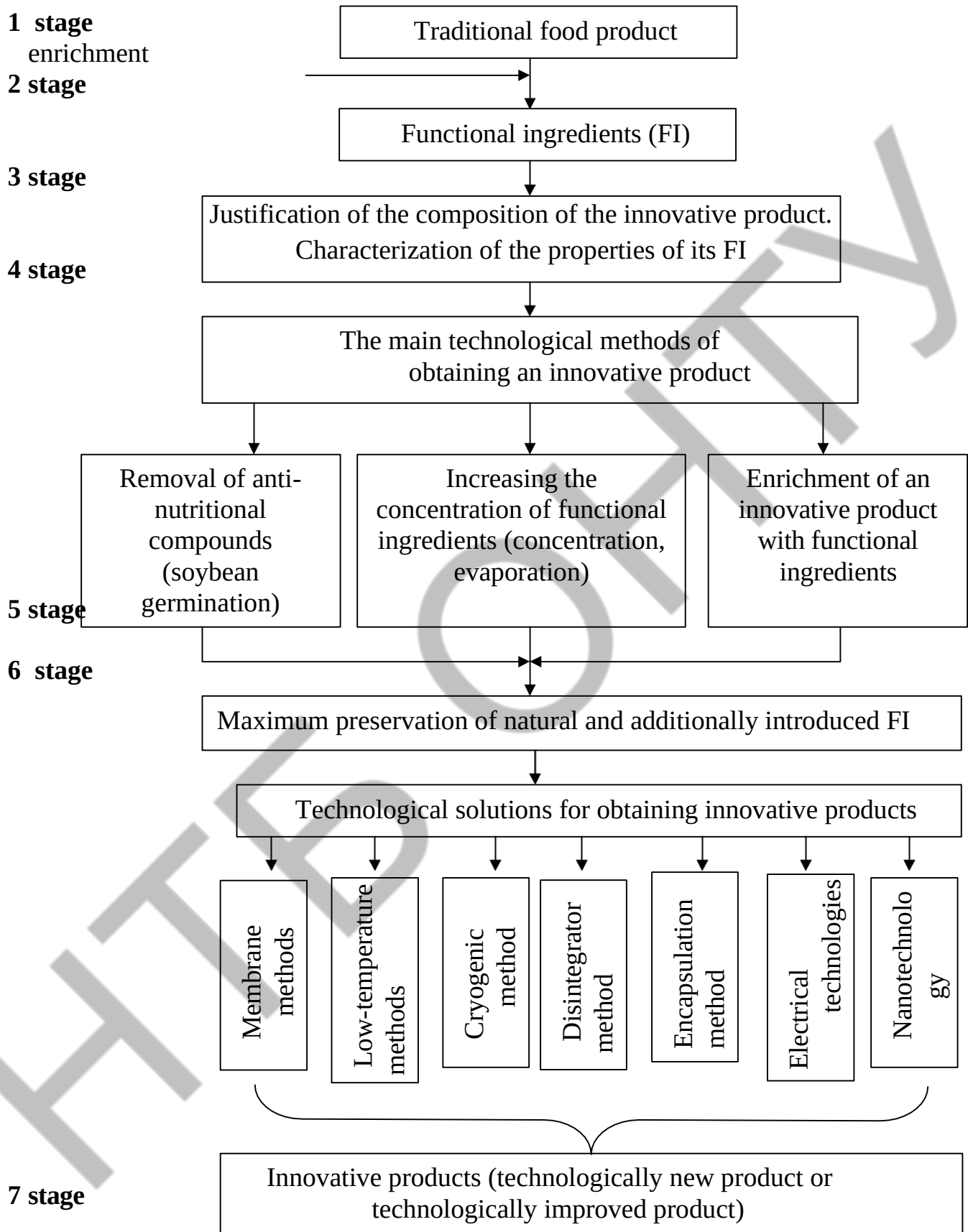


Fig.1. Scheme of an integral approach to the creation of a functional food product

Table 1 The main functional ingredients recommended for the enrichment of traditional food products

Micronutrients
1. Vitamins
2. Vitamin-like substances
3. Macroelements (Ca, Mg, P, Cl, K)
4. Microelements (Fe, I, Zn, Mn, Cu)
5. Protein micronutrients
- amino acids
- polypeptides
6. Lipid micronutrients
- polyunsaturated fatty acids
- phospholipids
7. Micronutrients of carbohydrate nature
- food fibers
- non-digestible oligosaccharides (prebiotics)
8. Live intestinal microorganisms (probiotics)
9. Parapharmaceuticals

Conclusion: If necessary, a combination of the above technological solutions can be used. Among the technological methods of obtaining innovative products listed in this article, the most simple, technologically accessible and economically justified is the method of enriching traditional food products with functional ingredients of natural or synthetic origin.

Literature:

1. Kaletnik H.M., Kovalenko O.V. & Broyaka A.A. (2017). Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky Economy. Finances. Management: topical issues of science and practical activity, 8 (24), 7-26 [in Ukrainian].
2. Pylypenko O.Ie. (2017). Rozvytok kharchovoi promyslovosti Ukrainy [The development of the food industry of Ukraine]. Ekonomika i sotsialnyi rozvytok., 23 (3), 15-25 [in Ukrainian].
3. Novoitenko I.V., Slobodian N.Ia., Malynovskyi V.V. (2016). Perspektyvy rozvytku kharchovoi promyslovosti v Ukraini [, 11, 454-460 [in Ukrainian].

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ : ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО АПАРАТУ

Попович Є.С., Коломієць Є.В., студ. СВО «Бакалавр», ФУБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Водолажська Т.О.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

Жодне підприємство чи організація не може функціонувати без основного ресурсу – персоналу, якому особливо у нинішніх умовах жорсткої конкуренції на ринку та необхідності швидкої адаптації до несприятливих змін у зовнішньому середовищі потрібно виконувати сукупність різноманітних завдань. На протилежність виробничим потужностям підприємства (технологічному оснащенню, устаткуванню, інструментарію тощо) його співробітники здатні самостійно виробляти та ухвалювати певні рішення зважаючи на особисті емоції та мотиви, власні вимоги, здібності та інтереси [1].

Це потребує від співробітників не тільки наявності знань, умінь та навиків виконання відповідних робіт та завдань за певною спеціальністю чи фахом, а і їх застосування в різних сферах під час вирішення нагальних професійних задач. «Кадровим ідеалом сучасного бізнесу стає «людина, що розвивається» – особистість із постійно оновлюваним індивідуальним і професійним досвідом» [2, с. 47].

Водночас існує потреба в опануванні нових сучасних компетентностей, методів, технологій, способів вирішення професійних завдань, що забезпечується та реалізується через стратегічне управління персоналом, зокрема шляхом формування та впровадження стратегії розвитку персоналу.

Реалізації у практичній діяльності господарюючих суб'єктів стратегічного управління персоналом дає можливість вирішення та розв'язання певного переліку проблем, зокрема :

- формування внутрішнього середовища підприємства таким чином, що внутрішньо організаційна культура, ціннісні орієнтири, пріоритети у потребах створюють умови та стимулюють відтворення та реалізацію людських ресурсів та власне стратегічного управління;

- забезпечення підприємства необхідними людськими ресурсами у відповідності до його стратегії;

здатність усунення протиріч в питаннях централізації-децентралізації управління персоналом [3, с. 174].

Такі проблеми виникають та існують через наступні причини :

- ✓ «впровадження нової техніки, широкий розвиток нових технологій
- ✓ збільшення комунікаційних можливостей, які змінюють характер та структуру виробництва і сервісу;

- ✓ кардинальні зміни попиту й поведінки споживачів під впливом науково-технічного прогресу;

- ✓ глобалізація економічного розвитку та висока конкуренція з боку товарів іноземного виробництва;

формування сучасних концепцій корпоративного управління [4, с. 215-216].

Для розроблення стратегії розвитку персоналу, насамперед, виникає необхідність чіткого розуміння її сутності та змісту, що й актуалізує наукове завдання уточнення дефініції «стратегія розвитку персоналу».

Натепер широке коло провідних науковців та фахівців-практиків приділяють увагу різним питанням стосовно вироблення стратегії розвитку персоналу [1-10]. Серед них найбільші здобутки опубліковані в працях Якимової Н. С., Марценюк О. В., Мойсєєвої В. О. (засади удосконалення системи розвитку персоналу на підприємстві) [1]; Вороніної В. Л., Горопашної А. В. та Стовбун Д. Е. (місце стратегії розвитку персоналу в системі стратегічного менеджменту) [2]; Склярук Т. В., та Врублевської М. В. (стратегії розвитку персоналу як важливий управлінський аспект сучасного підприємництва) [3]; Партика І.В. (аспекти стратегічно орієнтованого управління розвитком персоналу організації) [5]; Ситника Й. С., Пригарного С. Р. та Дмитришина З.І. (методи розвитку персоналу в умовах трансформацій) [6]; Вороніної А. В. та Ніколаєвої К. М. (методологія розробки стратегії розвитку персоналу) [7]; Мантур-Чубатої О., Шелест І., Данілкової А. та Зеленої М. (розвиток персоналу як невід'ємна частина стратегії управління персоналом) [8]; Ковальської К. В. та Солодаренко-Літковської Р. А. (організаційно-методичні аспекти реалізації стратегії розвитку персоналу підприємства) [9] та ін.

Попри наявність вагомих напрацювань за цією тематикою, дотепер науковці не мають погодження та єдиного визначення самого терміну «стратегія розвитку персоналу», пропонуючи відмінні його дефініції та використовуючи подібні, але неоднакові назви.

У праці Партика І.В. застосовується термін «розвиток персоналу» з урахуванням стратегічного його спрямування», зміст якого тлумачиться як «цілеспрямований і систематичний процес підготовки кадрів щодо виконання організаційних та виробничих функцій, вирішення нових раніше невідомих завдань, прийняття неструктурованих управлінських рішень, обіймання нових посад і виконання нових обов'язків, кар'єрного росту, планування резерву керівників, підвищення конкурентоспроможності працівника та організації, ефективності її діяльності на довгостроковий період» [5, с. 191].

Науковці Ситник Й. С., Пригарний С. Р., Дмитришин З.І. розглядають розвиток персоналу як стратегічний процес, що «спрямований на «покращення навичок, знань та компетенцій працівників підприємств та організацій, що має вирішальне значення для успіху компаній, оскільки навички та знання персоналу є ключовими факторами для досягнення конкурентних переваг» [6, с. 2].

У науковій статті Вороніної А. В. та Ніколаєвої К. М. використовується термін «стратегія розвитку персоналу» організації, під яким розуміється «сукупність дій і послідовність виконання робіт, що дозволяють проаналізувати, оцінити і розробити необхідну систему впливів на персонал для забезпечення досягнення ним необхідного сукупного конкурентоспроможного потенціалу в рамках реалізації обраної стратегії розвитку персоналу» [7, с. 209].

Терміном «стратегія розвитку персоналу» оперують також наковці Якимова Н.С., Марценюк О.В., Мойсєєва В.О., який розкривають як «узагальнююча модель дій, спрямованих на формування сукупності вимог до персоналу та рівня ефективності його роботи, який необхідний підприємству для досягнення поставлених бізнес-цілей» [1]. До того ж, автори виділяють та досліджують види цих стратегій, зокрема : стратегія концентрованого розвитку, стратегія розвитку потенційних працівників, стратегія диверсифікованого розвитку персоналу, стратегія інтегрованого розвитку персоналу, кваліфікаційна та мотиваційна стратегії.

Під час встановлення сутності терміну «стратегія розвитку персоналу» доцільно, насамперед, базуватися на дефініціях його утворюючих (опорних) термінів, зокрема : «стратегія управління персоналом» та «розвиток персоналу».

Погоджуючись із думкою авторів, стратегією управління персоналом будемо вважати «генеральний напрям та комплексну програму дій і рішень, створених на підставі сукупності правил, принципів та норм, спрямованих на формування та ефективне використання персоналу, що забезпечує приведення у відповідність можливостей та довгострокових цілей і стратегії окремого виду бізнесу підприємства» [5, с. 191].

Тоді стратегією розвитку персоналу є деталізована стратегія управління персоналом, що конкретизує дії, програми та рішення стосовно саме цієї функції управління, розглядаючи процеси підготовки працівників, кар'єрного росту, планування резерву керівників тощо.

Література:

1. Якимова Н. С., Марценюк О. В., Мойсєєва В. О. Удосконалення системи розвитку персоналу на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2021. № 32. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/743>
2. Вороніна В. Л., Горопашна А. В., Стовбун Д. Е. Стратегія розвитку персоналу в системі стратегічного менеджменту. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. № 36. С. 46-50. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/36_2021ua/10.pdf
3. Склярук Т. В., Врублевська М. В. Стратегії розвитку персоналу як важливий управлінський аспект сучасного підприємництва. *Проблеми формування та реалізації конкурентної політики* : матер. IV Міжнар. наук.-практ. Конф., 24–25 вересня 2015 р. Львів : Простір-М, 2015. С. 174–175. URL : <http://oldena.lpnu.ua/handle/ntb/32704>
4. Півошенко А. М., Марценюк О. В. Оцінка заходів з розвитку персоналу на українських підприємствах. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ ім. Василя Стуса. Економічні науки*. 2019. Том 1. № 11. С. 213-217. URL : <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/6712>
5. Партика І.В. Стратегічно орієнтоване управління розвитком персоналу організації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31 (70), № 3. С. 190-195. URL : https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1/32.pdf

6. Ситник Й. С., Пригарний С. Р., Дмитришин З.І. Методи розвитку персоналу в умовах трансформацій. *Економіка і суспільство*. 2023. № 57. С. 208-214. URL :

https://www.researchgate.net/publication/376926128_METODI_ROZVITKU_PERSONALU_V_UMOVAN_TRANSFORMACIJ

7. Вороніна А. В., Ніколаєва К. М. Методологія розробки стратегії розвитку персоналу виробничої організації. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 208-214. URL : https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/36.pdf

8. Мантур-Чубата О., Шелест І., Данілкова А., Зелена М. Розвиток персоналу як невід’ємна частина стратегії управління персоналом. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С.71–78. URL :

<https://ins.vntu.edu.ua/index.php/ins/article/view/100>

9. Ковальська К. В., Солодаренко-Літківська Р. А. Організаційно-методичні аспекти реалізації стратегії розвитку персоналу підприємства. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 150–154. URL : <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4705&i=23>

10. Криворучко О.М., Водолажська Т.О. Управління персоналом підприємства : навч. посіб. Харків : ХНАДУ, 2016. 204 с.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Самойлова В.С., студ. СВО «Бакалавр» ФУБ

Даниленко К.О., студ. СВО «Магістр» ФУБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Бочарова Н.А.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

У контексті глобалізації, інтенсифікації конкуренції та швидкого розвитку технологій, корпоративна культура стає стратегічним ресурсом, який сприяє адаптації компанії до змін, підвищенню її конкурентоспроможності та ефективності. У сучасному бізнес-середовищі, де продукти та послуги швидко стають схожими, корпоративна культура може стати унікальною конкурентною перевагою, яка відрізняє компанію на ринку. Сильна і приваблива корпоративна культура є ключовим фактором для залучення та утримання висококваліфікованих співробітників, особливо в умовах дефіциту талантів. В умовах постійних змін корпоративна культура сприяє гнучкості організації, адаптації до нових умов ведення бізнесу, технологічних інновацій та ринкових тенденцій. Спільні цінності та норми поведінки, закладені в корпоративній культурі, сприяють ефективнішій внутрішній комунікації, розумінню між співробітниками та командної роботи. Розвиток корпоративної культури, що включає аспекти КСВ, сприяє підвищенню репутації компанії та її сприйняття з боку споживачів та партнерів.

Серед видатних науковців, що досліджували основні напрями удосконалення корпоративної культури на Україні, треба виділити наступних: Граціотова Г.О., Граціотова А.А., Степанова А. [1], Литовка В.А., Пилипенко Г.М., Прушківська Е.В. [2], Шульга О.А. [3].

В умовах постійних змін і викликів сучасного бізнесу, вдосконалення корпоративної культури є ключовим фактором забезпечення стійкості та успішності підприємства. Формуючи корпоративну культуру підприємства, необхідно вирішити наступні завдання:

- впровадження ненав'язливих форм контролю робочого графіка (вільний графік роботи часто охолоджує співробітників, що збільшує час на виконання замовлень та надання інших послуг). Це має стосуватися тих працівників, які не задіяні безпосередньо в цехах на виробництві;

- підтримувати існуючі цінності корпоративної культури підприємства;
- провести аналіз іміджу компанії на українському ринку.

Для вдосконалення корпоративної культури підприємства можуть бути застосовані різноманітні методи та підходи, серед яких:

- Аудит існуючої корпоративної культури для ідентифікації сильних сторін і потенційних проблемних зон.

- Розробка чіткої візії та місії компанії, які відображають основні цінності та цілі організації.

- Формування лідерства, яке поширює корпоративні цінності та служить прикладом для співробітників.

- Залучення співробітників до діалогу про корпоративну культуру, її розвиток і вдосконалення.

- Навчання та розвиток персоналу, спрямоване на підтримку корпоративних цінностей і стандартів поведінки.

- Впровадження систем винагород за внесок у розвиток та підтримку корпоративної культури.

У якості рекомендацій щодо вдосконалення корпоративної культури підприємства, можна використовувати такі методи:

1) Розробка і використання директором компанії девізів і слоганів, які включають місію і завдання організації, її правила і принципи. Можливі такі паролі:

- кожен співробітник є обличчям організації;
- офіс – обличчя організації, офіс – матеріалізація підприємництва;
- ефективна комунікація – запорука успіху, високий професіоналізм – запорука успіху;
- не соромтеся пропонувати та експериментувати;
- високий професіоналізм – запорука успіху;
- оцінка за внеском у загальний дохід;
- зручність клієнта – наш обов'язок;
- швидкість і якість – наше завдання.

2) Зразок для наслідування, який виражається в щоденній поведінці менеджера. На підприємстві керівник повинен подавати приклад ділового або охайного робочого стилю одягу, організовувати ремонт офісного приміщення та стежити за підтримкою в ньому порядку співробітниками, регламентувати робочий графік і видавати завдання з чітким обмеженням термінів виконання, регулювати ефективність роботи співробітників. Стосунки, виражають любов до організації та сприяють подібному ставленню персоналу.

Керівник повинен регулювати відносини з працівниками, забезпечувати ефективність їх взаємодії, справедливо оцінювати результати роботи колективу та окремих працівників, встановлювати з ними довірчі стосунки та підтримувати позитивний загальний настрій у всьому колективі. Команда, заохочуючи особистий розвиток та ініціативу, забезпечуючи стримані форми контролю, приділяючи велику увагу якості послуг.

3) Зовнішні умовні символи та міфи, включаючи систему стимулювання, статусні символи, критерії, що лежать в основі кадрових рішень. Для формування необхідних елементів корпоративної культури та підтримки існуючої діяльності необхідно розробити відповідні символи та міфи, що відображають корпоративні цінності.

Символи та міфи повинні демонструвати динамізм бізнес-середовища, готовність надавати послуги, вільний дух молодих спеціалістів, світлі перспективи компанії, принцип командної роботи тощо. Після створення символіки її необхідно роздати в офісі організації, кожному з співробітників (у

вигляді календарів, фірмових медалей, візиток) і, можливо, в рекламних кампаніях компанії. Міфи, в свою чергу, повинні передаватись «з вуст в уста», цементуючи організаційні цінності на підсвідомому рівні співробітників. Цим досить вдало користується значна частка зарубіжних (переважно західних) компаній.

4) Критерії та методи оцінки праці працівників підприємства. Оцінка роботи працівника підприємства повинна проводитися за певними процедурами об'єктивного характеру, щоб уникнути відчуття несправедливості у працівників компанії. Одним із ефективних способів оцінки праці найманих працівників на підприємствах малого підприємництва є визначення трудомісткості кожного працівника та розподіл заробітної плати пропорційно доходу.

5) Кадрова політика організації. Важливе місце в діяльності підприємства займає кадрова політика. Прийом і звільнення працівників здійснює директор підприємства, ведення особових справ і нарахування заробітної плати здійснює головний бухгалтер. Інші обов'язки розподіляються відповідно до відділів підприємства.

5) Забезпечення прямого та зворотного потоків інформації. Інформаційна безпека працівників підприємства характеризується як досить висока. Проте необхідно використовувати інформаційні потоки для обговорення ситуації в компанії, контролю за виконанням доручень, проводити брифінги та дискусії.

6) Мотивація персоналу. Даний метод ефективно використовується для формування корпоративної культури підприємства, оскільки мотивація бізнес-менеджера до необхідних дій співробітників дає змогу створити необхідний взаємозв'язок між усіма ланками організаційної культури підприємства. Найактивніше на підприємстві повинні використовуватися психологічні методи мотивації, менш активно – фінансові, а адміністративні – майже не використовуватися.

7) Вирішення суперечок. Застосування даного методу ефективно слугуватиме формуванню, підтримці та ліквідації окремих елементів корпоративної культури підприємства у частині застосування просвітницьких методів вирішення конфліктів, які здійснюються колективом або керівником.

Запропоновані заходи допоможуть значно підвищити рівень організаційної культури досліджуваного підприємства.

Таким чином, можна зробити наступні висновки.

Корпоративна культура визначає основні принципи внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, сприяючи його адаптації до змінних умов ринку, формуванню стратегічних переваг та підвищенню загальної конкурентоспроможності. Сильна та позитивна корпоративна культура сприяє залученню висококваліфікованих кадрів, їх мотивації та лояльності, створюючи основу для ефективної роботи та досягнення поставлених цілей. Ефективність корпоративної культури залежить від постійного моніторингу, оцінки її стану та систематичного вдосконалення за допомогою адаптованих методів і практик. Корпоративна культура, що сприяє інноваціям, відкритості до нового та готовності до експериментів, є фундаментом для технологічного та

продуктового розвитку підприємства. Врахування етичних норм та принципів КСВ у формуванні корпоративної культури не лише підвищує репутацію компанії, але й сприяє створенню стійкого та відповідального бізнесу. Лідери організації відіграють ключову роль у формуванні, розвитку та підтримці корпоративної культури, служачи прикладом для інших співробітників та визначаючи напрямок для подальшого розвитку.

Загалом, корпоративна культура є невід'ємною частиною успішної стратегії будь-якого підприємства, що вимагає уважного аналізу, планування та вдосконалення для досягнення високих результатів у довгостроковій перспективі.

Література:

1. Граціотова Г.О., Граціотова А.А., Степанова А. Методи формування та удосконалення корпоративної культури на державних підприємствах. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. № 2 (16). С. 25-33.
2. Литовка В.А., Пилипенко Г.М., Прушківська Е.В. Напрями вдосконалення корпоративної культури підприємств металургійної промисловості. *Економічний простір*. 2023. № 187. С. 118-123.
3. Шульга О.А. Напрями удосконалення системи стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. № (25). С. 110-113.

СУБ'ЄКТИ ТА ОБ'ЄКТИ УПРАВЛІННЯ PR-ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Удод К.С., студ. СВО «Бакалавр» ФУБ

Науковий керівник – ас. Величко Я.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, де інформаційний простір розвивається з неймовірною швидкістю, важливість ефективного управління PR-діяльністю підприємства стає все більш вагомою. Успіх організації в значній мірі залежить від її здатності адекватно реагувати на зовнішні виклики, формувати та підтримувати позитивний імідж у суспільстві, а також встановлювати ефективну взаємодію з різними зацікавленими сторонами [1]. В цьому контексті, ключовими елементами є суб'єкти та об'єкти управління PR-діяльністю, які разом формують екосистему корпоративних комунікацій.

Метою даного дослідження є аналіз ключових елементів управління PR-діяльністю в підприємствах, включаючи ідентифікацію основних суб'єктів та об'єктів управління, їхньої ролі у формуванні успіху організації та вплив на її ефективність у рамках нинішніх умов, з урахуванням розміру підприємства.

Під суб'єктами управління PR діяльністю слід розуміти групи або окремих осіб, що відповідають за планування, реалізацію та контроль за комунікаційними стратегіями та заходами підприємства з метою позитивного впливу на його репутацію, відносини з громадськістю та сприяння його бізнес-цілям. Основні суб'єкти управління PR діяльністю включають [2-4, 7]:

1. Топ-менеджмент підприємства - вони визначають стратегічні цілі компанії та її імідж, вирішують питання про ресурси, що виділяються на PR діяльність, і надають директиви щодо комунікаційних стратегій.

2. Відділ корпоративних комунікацій або PR - це спеціалізовані команди або фахівці, які відповідають за планування, виконання та оцінку PR кампаній та заходів. Вони займаються спілкуванням з медіа, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами.

3. Рекламні та PR агенції - це зовнішні консультанти або агентства, які можуть бути найняті підприємством для розробки та виконання PR стратегій і кампаній. Вони можуть надавати додатковий експертний погляд та ресурси для успішної реалізації PR проектів.

4. Внутрішні працівники підприємства - у великих організаціях внутрішні команди можуть також виконувати функції PR відділу. Це можуть бути спеціалісти з комунікацій, маркетингу або громадських відносин, які співпрацюють з іншими відділами для досягнення PR цілей компанії.

Суб'єкти управління PR діяльністю в підприємствах різних розмірів мають свої особливості, які впливають на структуру, ресурси, обсяг діяльності та підходи до управління комунікаціями (дивись таблицю 1).

Таблиця 1. Порівняльна таблиця суб'єктів управління PR діяльністю в залежності від розмірів підприємства

Критерій	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства
Керівництво компанії	Вище керівництво та часто спеціалізовані відділи, що займаються різними аспектами корпоративних комунікацій.	Зазвичай більш безпосередньо залучене у визначення стратегії та цілей PR.	Власник або керівник безпосередньо займається PR діяльністю.
PR відділ	Великий відділ з численними спеціалістами, поділеними за напрямками роботи.	Один відділ або кілька спеціалістів, що виконують універсальні завдання у сфері PR.	Часто відсутній; функції PR виконують універсальні співробітники або сам власник.
Маркетинговий відділ	Тісна співпраця з PR відділом для забезпечення єдності комунікаційної стратегії.	Може частково перекриватися з функціями PR, особливо у компаніях без виділеного PR відділу.	Функції маркетингу та PR часто зливаються, виконуються одними тими ж людьми.
Зовнішні консультанти	Залучення зовнішніх агентств для вирішення специфічних завдань або реалізації масштабних проєктів.	Можуть залучати зовнішніх фахівців для консультацій або реалізації проєктів на проєктній основі.	Звертаються до фрілансерів або мікроагентств для виконання конкретних завдань або реалізації кампаній.
Фокус управління	Комплексний підхід з використанням різноманітних інструментів та каналів комунікації для досягнення широких цілей.	Фокус на ключових аспектах PR з можливістю швидкої адаптації до змін.	Пряма та персоналізована комунікація, часто з обмеженим використанням ресурсів, але з високим рівнем гнучкості та адаптивності.

Джерело: розроблено авторами

Інформація, наведена в таблиці 1 підкреслює, що незалежно від розміру підприємства, ефективне управління PR діяльністю вимагає відповідальності, стратегічного підходу та вміння адаптуватися до змінюваних умов ринку. Різниця між розмірами підприємств переважно впливає на структуру управління та доступні ресурси.

В той же час, об'єкти управління PR-діяльністю — це сфери діяльності та інструментарій, які використовуються для досягнення поставлених перед PR цілей. У сучасних умовах управління PR-діяльністю підприємства охоплює широкий спектр об'єктів, кожен з яких відіграє важливу роль у формуванні

позитивного іміджу організації та встановленні ефективної комунікації з зацікавленими сторонами. Основні групи об'єктів управління PR-діяльністю можна класифікувати наступним чином [3-7]:

1. Репутаційний менеджмент - стратегічно важливий напрям PR, який включає моніторинг та аналіз громадської думки, формування та підтримку позитивного іміджу компанії. Репутаційний менеджмент спрямований на побудову довгострокових позитивних асоціацій з брендом.

2. Кризове комунікаційне управління - передбачає розробку та реалізацію стратегій реагування на потенційні або вже виниклі кризові ситуації, що можуть негативно вплинути на репутацію підприємства. Важливим є швидке, відповідальне та прозоре реагування на кризи.

3. Управління зв'язками з медіа - включає планування та виконання комунікацій з журналістами, редакторами, блогерами та іншими представниками медіа. Метою є формування продуктивних відносин зі ЗМІ для позитивного висвітлення діяльності компанії.

4. Соціальні медіа та цифровий PR - управління присутністю підприємства в соціальних медіа, розробка контенту, взаємодія з користувачами та моніторинг онлайн-репутації. Цифровий PR включає також пошукову оптимізацію (SEO), контент-маркетинг і використання інших інструментів цифрового маркетингу для підвищення впізнаваності бренду.

5. Внутрішні комунікації - розробка та реалізація стратегій комунікації всередині компанії. Це включає інформування співробітників про корпоративні цілі, політики, зміни та досягнення. Ефективні внутрішні комунікації сприяють залученості та мотивації персоналу.

6. Відносини з громадськістю та стейкхолдерами - включає стратегічну взаємодію з ключовими зацікавленими сторонами, такими як клієнти, партнери, акціонери, урядові агенції та громадські організації. Мета полягає у побудові та підтримці позитивних відносин з усіма стейкхолдерами.

7. Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) - розробка та впровадження програм та ініціатив, які демонструють соціальну відповідальність компанії та її зобов'язання перед суспільством. CSR сприяє покращенню суспільного блага та позитивно впливає на корпоративний імідж.

Кожна з цих груп об'єктів вимагає індивідуального підходу та специфічних стратегій управління, адаптованих до потреб і цілей конкретного підприємства. В таблиці 2 наведена порівняльна характеристика основних груп об'єктів управління PR-діяльністю підприємства в залежності від його розміру.

Таблиця 2. Порівняльна характеристика основних груп об'єктів управління PR-діяльністю

Об'єкт управління	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства
Репутаційний менеджмент	Інтегровані стратегії,	Цілеспрямовані кампанії, регіональний фокус	Особистий брендинг, відгуки клієнтів

	міжнародні PR-агенції		
Антикризове управління	Детальні плани, спеціалізовані команди	Готовність до криз, плани на основі сценаріїв	Адаптивність, швидке реагування
Управління зв'язками з медіа	Широкий охоплення, включення провідних ЗМІ	Взаємодія з регіональними ЗМІ, прес-релізи	Прямі зв'язки, використання соцмереж
Соціальні медіа та цифрове PR	Великі кампанії, використання всіх платформ	Активне використання соцмереж, блогів	Особисті акаунти, цільовий контент
Внутрішні комунікації	Розроблені системи комунікацій, корпоративні портали	Регулярні зустрічі, корпоративні заходи	Неформальні канали, комунікація в команді
Відносини з громадськістю та стейкхолдерами	Системний підхід, глобальні ініціативи	Фокус на місцеву громаду, партнерства	Безпосередній діалог, співпраця з локальними організаціями
Корпоративна соціальна відповідальність	Масштабні програми, звітність і прозорість	Локальні проекти, участь у громадському житті	Волонтерство, місцеві ініціативи

Джерело: розроблено авторами

Інформація, наведена в таблиці 2 ілюструє, як стратегії та підходи до управління різними аспектами PR-діяльності підприємства адаптуються в залежності від його розміру, дозволяючи кожному типу організації ефективно взаємодіяти зі своїми ключовими аудиторіями та досягати своїх PR-цілей.

Висновок: розглянуті суб'єкти та об'єкти управління PR діяльністю взаємодіють між собою з метою створення позитивного іміджу підприємства, підвищення його репутації та досягнення стратегічних цілей. Ретельно сплановані стратегії PR, які ґрунтуються на аналізі потреб та очікувань всіх зацікавлених сторін, здатні не тільки підвищити репутацію підприємства, але й сприяти його стійкому розвитку. Важливо, що кожен розмір підприємства має свої унікальні виклики та можливості у сфері PR, що вимагає індивідуального підходу до вибору стратегій управління.

Перспективи подальших досліджень включатимуть створення гнучких управлінських моделей для компаній різних масштабів, з урахуванням значення цифрових інновацій та змін у суспільних очікуваннях щодо прозорості та відповідальності. Значна увага буде приділена аналізу впливу соціальних мереж на репутаційні ризики та розробці ефективних методів моніторингу та оцінки громадської думки в онлайн-просторі.

Література:

1. Губіна А.М., Нетребя М.М., Хлебнікова Т.М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. 2021. № 11. С. 258-270.

2. Матвеева Ю. 9 кроків створення вашої PR-стратегії. Інформаційний портал «Громадський простір». 2022. URL: <https://www.prostir.ua/?library=9-kroktiv-stvorennnya-vashoji-pr-stratehiji> (дата звернення: 22.01.2024).
3. Березенко В.В. Теорія PR: навчально-методичний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 139 с.
4. Бернейс Е. Пропаганда. Київ: Видавничий дім «Сварог», 2021. 128 с.
5. Павлішина Н. М., Кочнова І. В., Шаповалов Ю. А. PR-Стратегія промислового підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. № 28. С. 37–41.
6. Романовський О. Г., Серeda Н. В., Воробйова С. В. Основи пabлiк рилейшнз : навч.-метод. посiбник. Харкiв : НТУ «ХП», 2015. 176 с.
7. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 191 с.

БРЕНДИНГ У СИСТЕМІ ПРОСУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Булацескул К.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.т.н., проф. Мардар М.Р.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Брендинг — це стратегічний процес створення та управління унікальним і ідентифікованим іміджем компанії чи продукту. У сучасному бізнесі роль брендингу дуже важлива, оскільки допомагає виділитися серед конкурентів, привернути увагу споживачів і створити позитивне сприйняття [1].

Використання брендингу для просування харчових продуктів є особливо актуальним, оскільки споживачі не тільки віддають перевагу високоякісним продуктам, але й створюють емоційні зв'язки з брендами. Успішне брендування дозволяє виділити продукти на полицях магазинів, створити унікальну ідентичність і вплинути на сприйняття якості та цінності продукту.

Створення брендингу складається з кількох етапів [1, 2] :

- Аналіз: (визначення мети, цільової аудиторії та конкурентного середовища).
- Стратегія: (розвинути унікальне позиціонування та значні переваги бренду).
- Назви та логотип: (обрати назву, яка відображає цінності бренду, і створити візуальну ідентичність за допомогою логотипу).
- Дизайн: (розробити елементи дизайну, кольорні палітри, шрифти, що відображають бренд).
- Комунікація: (розробити маркетингові та рекламні стратегії для ефективного спілкування з цільовою аудиторією).
- Реалізація: (вихід бренду на ринок і подальше управління та розвиток).

Методи інновації брендингу передбачають використання інноваційних методів і стратегій побудови та управління брендом. Це може включати застосування нових технологій, вражаючих концепцій або підходів, які виходять за рамки традиційних методів.

На даний час є приклади інноваційних підходів до брендингу [1, 2] :

- Цифрові платформи: використовувати соціальні мережі, засоби обміну миттєвими повідомленнями та інші цифрові канали для активної взаємодії з клієнтами для створення віртуальних спільнот і персоналізованого досвіду.
- Екологічно та соціально відповідальні бренди: наголошувати на стійкості, використовувати екологічно чисті матеріали та брати участь у соціальних ініціативах або співпрацювати з організаціями, які підтримують благодійні та соціальні проекти.

Виклики та тенденції для харчового брендингу продовжують з'являтися через зміни в уподобаннях споживачів, ринкову конкуренцію, технологічний прогрес і зростання соціальної відповідальності. Тенденції формуються під впливом факторів, включаючи адаптацію до нових уподобань, пошук унікальності, щоб виділитися на ринку, використання технологій і впровадження

соціальних і екологічних практик. Ця динаміка змушує бренди постійно адаптуватися та розвиватися, щоб досягти успіху в конкурентній боротьбі.

Тенденції та проблеми харчового бренденгу включають [1, 2]:

- Конкуренція та диференціація: посилення конкуренції на харчовому ринку вимагає унікального позиціонування та диференціації бренду, наприклад, завдяки інноваційним інгредієнтам або стилістичному дизайну упаковки.

- Онлайн-рейтинги та відгуки: онлайн-рейтинги та огляди споживачів стають все більш важливими для визначення репутації бренду. Підтримка позитивних відгуків і ефективна робота з негативними відгуками може значно вплинути на сприйняття продукту.

Наведемо практичні приклади успішного брендингу відомих компаній:

- Coca-Cola: Створення унікальної атмосфери та ефективний запуск своїх відмітних брендів у всьому світі дозволяє Coca-Cola залишатися лідером у виробництві безалкогольних напоїв.

- McDonald's: Завдяки чіткому логотипу, специфічному меню та послугі, McDonald's став одним з найвпізнаваніших та успішних брендів у сфері швидкого харчування.

- Starbucks: Компанія зосереджується на створенні унікального інтер'єру кав'ярень, індивідуальному обслуговуванні та вдосконаленому асортименті напоїв, що дозволяє Starbucks залишатися виразним брендом у світі кави.

Слід відзначити, що серед брендових продуктів, які входять в ТОП-100 найдорожчих брендів України, є багато брендів харчових продуктів. Так, до найдорожчих брендів харчової промисловості у довоєнний період (2021 рік) відносили ТМ «Моршинська», ТМ «Roshen», ТМ «Sandora», ТМ «Хортиця», ТМ «Наша ряба», ТМ «Торчин», ТМ «Чумак», ТМ «Корона», ТМ «Nemiroff», ТМ «Олейна» [3].

Таким чином, брендинг у системі просування харчових продуктів визначається не просто як логотип або назва, а як повна історія, яку продукт розповідає споживачеві. Зміцнюючи емоційні зв'язки, створюючи ідентичність і виражаючи цінності, бренди стають ключовим інструментом залучення та утримання клієнтів. У харчовій промисловості, що постійно конкурує, добре розроблений і ефективно реалізований бренд може стати вирішальним фактором у виборі продукту споживачем. Таким чином, бренди не лише створюють визнання на ринку, але й визначають споживчий досвід, роблячи їх невід'ємною частиною стратегій просування продуктів харчування.

Література:

1. Сіті-брендинг: навч. посібник/ Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 151 с

2. Брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності виробництва органічної продукції в Україні URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3772> (дата звернення 11.03.2024 р.)

3. Тенденції розвитку брендів харчової промисловості на онлайн-ринку <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/66b63c89-2032-49dd-b14a-4d62ffeb8277/content> (дата звернення 11.03.2024 р.)

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Кошелапов Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У сучасних умовах компанії мають адаптуватися до швидкозмінюваного цифрового середовища, використовуючи передові технології. Розвиток цифрового маркетингу дозволяє ефективно дістатися до аудиторії за помірні витрати і надає можливість персоналізованого підходу до клієнтів.

Карантинні обмеження через пандемію Covid та проблеми, пов'язані з війною в Україні, прискорили використання цифрового маркетингу. Бізнес не може чекати на кращі часи, оскільки потреби споживачів продовжують змінюватися незалежно від обставин. Обмеження в офлайн сфері вимагають від компаній активного використання онлайн-технологій для просування своїх продуктів і послуг.

З урахуванням військового стану, важливим стає активний розвиток цифрових маркетингових комунікацій та проведення подальших досліджень в цьому напрямку.

Метою даного дослідження є зведення в купу передового світового досвіду щодо застосування цифрового маркетингу та виявлення основних сучасних тенденцій у його інструментальному забезпеченні.

Цифровий маркетинг використовує різні цифрові канали для впливу на цільову аудиторію та формування їхньої поведінки. Ці канали включають Інтернет, мобільні пристрої, цифрове телебачення, локальні мережі, інтерактивні екрани та POS-термінали. Цифровий маркетинг дозволяє виходити за межі онлайн-сфери і використовувати нові інструменти, такі як QR-коди на рекламних листівках.

Цифрові сервіси стають основними засобами збуту та просування, замінюючи традиційні маркетингові канали. В умовах пандемії та військового конфлікту ці сервіси стали ключовими для збуту, оскільки традиційні канали стали менш доступними.

Найпоширеніші інструменти цифрового маркетингу включають SEO, SEM, контент-маркетинг, маркетинг в соціальних мережах, мобільний маркетинг, електронну комерцію, прямі розсилки, інтернет-рекламу та використання великих даних. Це дозволяє компаніям пристосовуватися до змін у споживчому поведінці та використовувати нові можливості для просування товарів і послуг.

Швидкий розвиток інформаційних технологій призводить до збільшення часу, проведеного в цифровому середовищі. Тому компанії повинні швидко адаптуватися до цих змін та використовувати нові методи для підвищення ефективності маркетингу через цифрові канали.

Відео-маркетинг стає ключовим інструментом для компаній, оскільки споживачі виявляють більший інтерес до відеоконтенту, ніж до статичних фотографій та тексту. Відео привертає увагу, підвищує усвідомленість бренду та

довіру, залучає клієнтів та підвищує конверсію. Дослідження показують, що відеоконтент сприяє розповсюдженню брендів, допомагає в прийнятті рішення про покупку, підвищує впевненість споживачів і подвоює час перебування на веб-сайті.

Соціальні мережі відіграють ключову роль у поширенні відеоконтенту, а впливові інфлюенсери допомагають компаніям підвищити свою видимість, презентуючи їхні продукти в прямих трансляціях. Наприклад, бренд Chanel активно використовує цю стратегію, створюючи рекламні ролики з відомими акторами та демонструючи процес їхнього створення. Крім того, кулінарні бренди, такі як Maggi та Heinz, успішно спілкуються з аудиторією через свої YouTube-канали [1].

У майбутньому відео товарів в Інтернет-магазинах та онлайн-рекламі може замінити друковані тексти та фотозображення, оскільки воно привертає більше уваги споживачів.

Щодо чат-ботів, вони стають все популярнішими серед компаній, оскільки розвиток штучного інтелекту покращує їх якість і забезпечує більш ефективну комунікацію з клієнтами. Впровадження чат-ботів дозволяє компаніям економити на персоналі та забезпечує миттєві відповіді на запити клієнтів, постійну доступність і можливість збору та обробки даних.

Голосова взаємодія з клієнтами стає все більш популярною у цифровому маркетингу. Найбільші світові компанії інвестують у її розвиток, а розмовні опції управління і голосовий пошук в Інтернеті стають загальноприйнятими.

Використання штучного інтелекту для голосової взаємодії з клієнтами відкриває нові можливості для маркетингу, проте це ставить перед маркетологами нові виклики, зокрема в контексті аудіо-брендингу.

Голосова взаємодія та інтерактивний контент стають ключовими елементами в цифровому маркетингу, привертаючи увагу споживачів та забезпечуючи зворотний зв'язок від аудиторії. Організація вебінарів, конкурсів, анкет і квестів допомагає підтримувати зацікавленість споживачів та підвищувати їхню участь.

Штучний інтелект стає все більш важливим у діджитал маркетингу, надаючи можливості для створення креативного контенту та прогнозування поведінки споживачів. Використання ШІ дозволяє оптимізувати ресурси компаній, підвищувати ефективність комунікації з клієнтами та прогнозувати майбутні тренди в маркетингу [2].

Цифрові платформи обміну повідомленнями широко використовуються у маркетингу, дозволяючи компаніям ефективно спілкуватися зі споживачами. Надсилання персоналізованих повідомлень через популярні програми, такі як Facebook Messenger, WhatsApp, Viber, Telegram, є ефективним способом залучення уваги аудиторії.

Основні переваги використання цих платформ включають різноманітність способів впливу на аудиторію, можливість масового та персоналізованого залучення споживачів, високий рівень інтерактивності з клієнтами, економічну та комунікаційну ефективність, простоту вимірювання результатів, відсутність

територіальних обмежень, невеликі витрати, а також можливість управління подіями в реальному часі.

Ці тенденції в маркетингу, такі як відео-маркетинг, чат-боти, голосова взаємодія з клієнтами, створення інтерактивного контенту та використання штучного інтелекту, демонструють значний потенціал для покращення комунікації зі споживачами та досягнення успіху на ринку.

Література:

1. Головчук Ю. О., Дибчук Л. В., Середницька Л. П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. Економіка та держава. 2022. № 4. С. 69–75. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.4.69>
2. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 296–299. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-43>

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Крилов М.Г., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Постановка проблеми у загальному вигляді. Важливість змін у стратегії підприємства визначається протиріччям між практичними цілями підприємства і наявною ситуацією. Останнім часом усе більше підприємств вдаються до розроблення стратегій розвитку і, відповідно, до стратегічного планування.

Стратегічне планування дає змогу визначити підприємству свої цілі й те, до чого йому необхідно прагнути, за допомогою чого розвивати свій бізнес або просто вижити в посиленій конкурентній боротьбі.

Метою статті є визначення ролі та місця маркетингових стратегій в управлінні підприємством, формулювання теоретичних підходів до формування маркетингової стратегії на підприємствах з урахуванням цільових сегментів ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У довгостроковій перспективі виживання і розвиток підприємства залежать від здатності своєчасно передбачити зміни на ринку і відповідним чином адаптувати свою структуру і зміст портфеля продукції. Щоб бути ефективним, таке стратегічне мислення має бути системним і націленим на «підприємство майбутнього», на підготовку дій, які забезпечать бажані результати.

Стратегія – це програма, план, генеральний курс суб'єкта господарювання до досягнення ним стратегічних цілей у будь-якій сфері діяльності.

Стратегія виступає не тільки як інструмент обґрунтування, вироблення і реалізації довгострокових цілей і завдань виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного та соціального характеру, не тільки як фактор, що регулює діяльність підприємств доти, доки намічені цілі і завдання не будуть досягнуті, а й одночасно як засіб зв'язку підприємства із зовнішнім ринковим середовищем.

Стратегічне планування необхідне, оскільки дає змогу підприємству оперативно реагувати на мінливі умови ринку. Кожне підприємство повинне знайти свій стиль роботи, що якнайкраще враховує специфіку умов, можливостей, цілей і ресурсів.

Стратегія – загальний, не деталізований план будь-якої діяльності, що охоплює тривалий період часу, спосіб досягнення складної мети, яка є невизначеною і головною для управління на даний момент, яка в подальшому буде коригуватися під зміни умов існування підприємства. Завданням стратегії є ефективне використання наявних ресурсів для досягнення основної мети [1].

Сучасні суб'єкти господарювання активно використовують маркетингову стратегію.

Завдання стратегічного маркетингу полягає у тому, щоб націлити підприємство на привабливі економічні можливості, тобто на ті, що адаптовані

до його ресурсів і ноу-хау, забезпечують потенціал для зростання і рентабельності. Процес стратегічного маркетингу має середньо- і довгострокові горизонти, полягає в уточненні місії підприємства, визначенні цілей, розробленні стратегії розвитку та забезпеченні збалансованої структури товарного портфеля [2]. Маркетингова стратегія є елементом стратегії діяльності підприємства, спрямована на розроблення, виробництво і постачання покупцеві товарів і послуг, які найкраще відповідають його потребам [3].

Стратегічний маркетинг – це активний маркетинговий процес із довгостроковим горизонтом плану, спрямований на перевищення середньострокових показників шляхом систематичного проведення політики створення товарів і послуг, що забезпечують споживачів товарами більш високої споживчої цінності, ніж у конкурентів. Стратегічний маркетинг націлює підприємство на економічні можливості, що адаптовані до його ресурсів і забезпечують потенціал для зростання і рентабельності. Завданням стратегічного маркетингу є уточнення місії підприємства, розроблення цілей, формування стратегії розвитку і забезпечення збалансованої структури товарного портфеля підприємства.

Маркетингова стратегія – це сукупність довгострокових рішень щодо способів задоволення потреб наявних і потенційних клієнтів підприємства за рахунок використання його внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей.

Мета розроблення стратегії – визначення основних пріоритетних напрямів і пропорцій розвитку підприємства з урахуванням матеріальних джерел його забезпечення і попиту ринку. Стратегія повинна бути спрямована на оптимальне використання можливостей компанії і запобігання помилковим діям, які можуть призвести до зниження ефективності його діяльності.

Маркетингова стратегія - це довгостроковий план, який спрямований на вибір цільових ринкових сегментів та включає різні етапи розроблення.

Це дослідження поділяє етапи розроблення стратегії маркетингу на кілька кроків: аналіз ринку та внутрішнього середовища, оцінка конкурентів, визначення цілей, сегментування ринку, вибір стратегії, позиціонування та оцінка ефективності.

Вибір стратегії маркетингу може бути спрямований на масовий ринок або на конкретний сегмент. Масовий маркетинг має на меті максимізацію збуту, використовуючи широке охоплення всього ринку. Концентрований маркетинг, натомість, спрямований на один сегмент, дозволяючи підприємству зосередити свої зусилля та ресурси для забезпечення високої ефективності й унікальності товарів.

Стратегія концентрованого маркетингу дозволяє підприємству максимізувати прибуток на продукції та конкурувати з великими підприємствами на спеціалізованих ринках. Однак, вона також вносить ризики через вплив конкурентів і можливість значних втрат. Альтернативою може бути стратегія диференційованого маркетингу, яка передбачає випуск різних товарів для кількох сегментів ринку. Це може забезпечити максимальний збут, але вимагає значних

ресурсів. Після вибору цільового сегмента ринку, підприємство повинно вивчити конкурентів і визначити позиціонування свого товару на ринку.

Наступним етапом розроблення маркетингової стратегії є розроблення та аналіз стратегічних маркетингових альтернатив.

Розробка альтернативних маркетингових стратегій може відбуватися за допомогою стратегії розвитку, "портфельної" стратегії або конкурентної стратегії. При виборі стратегії розвитку використовується матриця «продукт – ринок», яка надає чотири варіанти розвитку: проникнення на ринок, розвиток ринку, розвиток продукту і диверсифікація. "Портфельні стратегії" розподіляють ресурси між підрозділами підприємства, використовуючи матрицю «зростання ринку – частка ринку». Це дозволяє класифікувати продукти за їхнім ринковим потенціалом і обсягами збуту. Для більш диференційованих рішень використовується матриця "привабливість ринку – стратегічне становище підприємства", яка визначає такі стратегії, як атакуюча, оборонна і відступ.

Конкурентна стратегія - це комплексний план дій компанії, спрямований на зміцнення її позиції на ринку в порівнянні з конкурентами. Вибір маркетингової стратегії залежить від аналізу конкурентних переваг та недоліків, а також від ринкових умов і можливостей підприємства. Ефективність стратегії визначається якістю інформації, на якій вона ґрунтується, та її відповідністю потребам споживача. Для досягнення успіху важливо мати маркетинговий підхід до реалізації продукції, що відповідає потребам ринку.

Це дослідження підкреслює, що стратегічне планування є важливим інструментом для прийняття управлінських рішень. Його ціль - сприяти інноваціям і змінам у організації. Маркетингова стратегія допомагає організації оцінювати її конкурентоспроможність, а також можливості та загрози в зовнішньому середовищі. Цей план визначає альтернативні дії, які може прийняти організація.

Література:

1. 2. Гудзь Ю., Джерелюк Ю., Кравчик Ю. Етапи формування маркетингової стратегії підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 1. С. 197–203.
2. 3. Возненко А. Розробка та імплементація маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15–16
3. Записки маркетолога [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/m/abc_marketing_strategy/index.php.

СЕГМЕНТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ МЕРЕЖІ ТОВ «СІЛЬПО ФУД» МЕТОДОМ STP

Марцей Є.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - ст. викл. Голодониук О.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Стратегічне сегментування (STP) - це стратегічний підхід, який використовується компаніями для ефективного спрямування своїх продуктів або послуг на специфічні сегменти ринку. Цей процес починається з аналізу ринку для ідентифікації різних сегментів, які можуть включати споживачів з різними характеристиками, такими як географічне розташування, вік, статус сім'ї, інтереси та поведінка. Після ідентифікації різних сегментів ринку (таргетинг), компанія обирає цільові сегменти, на які спрямовує свої маркетингові зусилля. Для кожного обраного сегмента, компанія розробляє стратегію позиціонування, щоб відрізнитися від конкурентів та привернути увагу споживачів. Підходяща стратегія позиціонування допомагає компанії залучити та утримати клієнтів у обраному сегменті ринку. STP дозволяє ефективно використовувати ресурси та забезпечує більш точне спрямування маркетингових зусиль, що призводить до зміцнення зв'язків з клієнтами та підвищення конкурентоспроможності компанії.

Проведемо стратегічне сегментування споживачів сокової продукції ТОВ «Сільпо-Фуд» (ТМ «Премія»).

I. Сегментування (Segmentation):

- 1) *Демографічне сегментування*: Соки ТМ "Премія" можуть бути спрямовані на різні вікові групи, такі як діти, активні споживачі середнього віку та сімейне споживання, з різними ціновими категоріями для різних рівнів доходів.
- 2) *Географічне сегментування*: Враховуються географічні особливості та попит у різних регіонах для адаптації асортименту соків.
- 3) *Поведінкове сегментування*: Сегментація за звичками та стилем життя, такими як фруктові, овочеві або функціональні соки, що враховується в попиті.
- 4) *Психологічне сегментування*: Визначення цінностей та інтересів цільової аудиторії, що впливає на створення рекламних повідомлень та позиціонування бренду.

Можна виділити три основні сегменти споживачів сокової продукції ТОВ «Сільпо-Фуд» (ТМ «Премія»):

Таблиця 1. Сегменти споживачів сокової продукції ТОВ «Сільпо- Фуд»

Сегмент	Демографічні характеристики	Географічні характеристики	Поведінкові характеристики	Цільова пропозиція
Активні	Вік: 25-45	Міста та області з	Приділяють	Розширений

споживачі середнього віку	років, сімейний стан - як з дітьми так і без	розвиненою інфраструктурою та великою кількістю активних споживачів	увагу здоровому способу життя та харчуванню, цінують якість	асортимент соків з фокусом на функціональність. Соки з додаванням вітамінів та спеціальними складовими для підтримки активного способу життя
Діти та сімейне споживання	Від 3 до 12 років та їх батьки	Регіони та місцевості з великою кількістю сімей та доступністю дитячих закладів	Шукають безпечні, поживні та смічні соки для дітей	Лінійка дитячих соків з низьким вмістом цукру та безпечних приємних смаків
Любителі функціональних напоїв	Від 20 до 50 років	Регіони з високим рівнем інтересу до здорового способу життя та функціональних продуктів	Цінують соки як засіб для поліпшення здоров'я	Соки з додаванням антиоксидантів, вітамінів чи інших корисних компонентів для підтримки імунітету та енергетичного балансу організму людини

II. Таргетинг (Targeting):

Стратегічні рішення зорієнтовані на максимальне використання цифрових та інноваційних засобів для точного надання інформації та пропозицій кожній цільовій аудиторії, підсилюючи ефективність комунікації та побудову довгострокових відносин з клієнтами.

Таргетинг для сегменту “Активні споживачі середнього віку” включає в себе: використання цифрового маркетингу та соціальних мереж для просування соків ТМ "Премія", а також організацію спортивних подій та спонсорство фітнес-заходів, впровадження програм лояльності для активних клієнтів.

Таргетинг для сегмента «Діти та сімейне споживання» включає в себе: залучення батьків через цифрові платформи з розміщенням контенту, який орієнтований на сімейні цінності та дбайливе батьківство; реклама в інтернеті, спрямована на батьківські форуми та онлайн-спільноти; створення освітніх кампаній щодо важливості здорового харчування для дітей.

Таргетинг для сегмента «Любителі функціональних напоїв» складається з: використання контент-маркетингу для надання наукових обґрунтувань щодо користі функціональних компонентів у складі соків ТМ "Премія"; реклама в життєвому стилі на платформах, де споживачі цього сегмента активно шукають інформацію про здоров'я; участь у медичних та фітнес-заходах для підтримки образу бренду.

III. Позиціонування (Positioning):

Кожне позиціонування спрямоване на визначення унікальності та цінності бренду «Премія» для конкретного сегменту споживачів, вирізняючи його серед інших варіантів на ринку соків. Запропоновані слогани відображають ключові ідеї та цінності кожного сегменту, надаючи бренду «Премія» виразний та привабливий образ для споживачів.

Для сегмента "Активні споживачі середнього віку":

- *Унікальна пропозиція:* ТМ "Премія" пропонує соки для тих, хто обирає здоровий та активний спосіб життя, поєднуючи природну свіжість та функціональні властивості для підтримки енергії та життєвого тону.
- *Слоган:* "Для тих, хто живе на повну! Енергія та свіжість кожного дня".

Для сегмента "Діти та сімейне споживання":

- *Унікальна пропозиція:* ТМ "Премія" пропонує смачні та безпечні соки для малюків, забезпечуючи не лише чудовий смак, але й здоров'я вашої родини.
- *Слоган:* "Смачно та корисно, як для малят, так і для батьківського спокою".

Для сегмента "Любителі функціональних напоїв":

- *Унікальна пропозиція:* ТМ "Премія" пропонує соки, що сприяють здоров'ю та добробуту, з вмістом вітамінів та інших корисних елементів для досягнення максимального потенціалу кожен день.
- *Слоган:* "Завжди на хвилі вашого здоров'я. Витягніть найкраще з кожної краплі".

Таким чином, після стратегічного сегментування для сокової продукції ТОВ "Сільпо-Фуд" (ТМ "Премія") визначено чітку стратегію, що враховує потреби та особливості різних груп споживачів. Виділено три основні сегменти - "Активні споживачі середнього віку", "Діти та сімейне споживання" та "Любителі функціональних напоїв", що вважаються ключовими ринковими категоріями. Застосовані стратегії таргетингу спрямовані на ефективне залучення кожного сегменту шляхом вивчення їхніх особливостей та вподобань. Позиціонування бренду "Премія" в кожному сегменті підкреслює його унікальність та вигоди для споживачів, а слогани надають виразності та емоційного звучання, підкреслюючи ключові переваги продукції.

Література:

1. Офіційний сайт ТОВ «Сільпо-Фуд». URL: <https://silpo.ua/>
2. Кохана Т. Стратегічний підхід до сегментації ринку / Т. Кохана // Аграрна економіка. 2013. Т. 6, № 3-4. С.27-33

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Павліченко О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Інтернет стає все більш важливим для комунікації та спілкування, як в сфері бізнесу, так і в побуті, і його роль постійно зростає. Створення корпоративного веб-сайту для компаній вже стало стандартом. Крім того, Інтернет стає важливим каналом для маркетингових заходів та реклами. Ця область наукових досліджень є відносно новою і динамічно розвивається, особливо в контексті електронної комерції. Таким чином, важливо досліджувати проблеми впровадження різних методів та інструментів Інтернет-маркетингу в умовах сучасного ринку електронної комерції в Україні.

Мета тез - проаналізувати та узагальнити підходи до визначення термінології, методів та засобів Інтернет-маркетингу і дослідити їхнє застосування у маркетинговій діяльності малих та середніх підприємств. Інтернет-маркетинг - це технологія використання комп'ютерних мереж і систем для маркетингових цілей, що є складовою загальної маркетингової стратегії фірми. Ця технологія має переваги: охоплення великої аудиторії користувачів Інтернету, цільовий вплив на споживачів, швидке створення рекламного контенту, економія витрат на маркетингові кампанії та оперативний аналіз досліджень.

Проведення маркетингових кампаній в Інтернеті дозволяє фірмам значно зменшити витрати, зберігаючи при цьому потрібний ефект. Маркетинг в Інтернеті не обмежується лише рекламою; він пропонує різноманітні можливості на різних етапах виробничого циклу підприємства. Інтернет надає додаткові засоби для інформаційного маркетингу та вивчення ринку, дозволяючи підприємствам поліпшити бізнес, отримати перевагу над конкурентами та швидше реагувати на зміни ринку. Пошукові системи та інші ресурси в Інтернеті допомагають збирати інформацію про ціни, нові технології, конкурентів та інші фактори, що впливають на ринок, що дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані рішення та знаходити нові можливості для розвитку бізнесу.

Інтернет відкриває нові можливості для підприємств на різних етапах їхнього виробничого циклу. За допомогою віртуальних колективів, підприємства можуть співпрацювати з фахівцями з усього світу, знижуючи витрати на робочу силу. Маркетологи використовують різноманітні онлайн-ресурси для отримання інформації про ринок, споживачів та конкурентів, а також для проведення рекламних кампаній та аналізу їхньої ефективності. Інтернет також надає можливість відстежувати поведінку відвідувачів сайту і адаптувати маркетингові стратегії відповідно до їхніх потреб. Завдяки Інтернету підприємства можуть проводити таргетовану рекламу, аналізувати ринок і взаємодіяти зі споживачами, що дозволяє їм отримувати переваги перед конкурентами.

Розвиток електронного бізнесу відкрив нові перспективи для маркетингової взаємодії, відомої як Інтернет-маркетинг. Використання Інтернету дозволяє отримувати актуальну маркетингову інформацію, здійснювати рекламу та взаємодіяти з клієнтами у більш ефективний спосіб, що робить його незамінним інструментом для сучасного бізнесу.

Ринок в Інтернеті надає безперервну можливість спілкування для споживачів і стає масовим засобом взаємодії з підприємствами. Інтернет-маркетинг дозволяє компаніям знижувати витрати, скорочувати час на пошук партнерів та роботу з клієнтами. Завдяки Інтернету інформація доступна цілодобово, а гнучкість комунікаційних характеристик дозволяє оперативно реагувати на потреби ринку та підвищувати прибуток.

Для успішного розвитку в Інтернеті потрібно розробити маркетингову та рекламну стратегію, спрямовану на ефективну взаємодію з онлайн-середовищем. Стратегічне планування включає в себе використання різних інструментів, таких як пошукові системи, опитування, вивчення діяльності конкурентів та аналіз відвідувачів сервера..

Основні стратегії ефективного використання електронного маркетингу включають:

1. Моніторинг: Аналіз потреб у бренді в Інтернеті.
2. Управління репутацією: Створення позитивного враження про бренд.
3. Клієнтська підтримка: Надання консультацій та взаємодія з клієнтами.
4. Просування: Збільшення привабливості бренду для аудиторії.

Одним з перспективних напрямків є утворення стратегічних альянсів між підприємствами для збільшення доступу до нових ринків та посилення конкурентних позицій. Розвиток Інтернет-маркетингу має великий потенціал, а правильне використання його інструментів може стати основою комерційного успіху. Важливо проводити маркетинговий аналіз, який допоможе вибрати потрібні інструменти та розробити стратегію для досягнення мети.

Пошуковий маркетинг, включаючи пошукову оптимізацію (SEO) і пошукову рекламу, дозволяє привертати увагу користувачів до веб-сайту шляхом високого розташування в результатах пошукових систем. SEO спрямований на привертання цільової аудиторії через оптимізацію контенту сайту для кращого індексування його пошуковими системами.

Інтернет-реклама, така як банерна і контекстна реклама, надає можливість залучати цільову аудиторію, маючи високу точність охоплення та гнучке керування бюджетом. Банерна реклама сприяє швидкому охопленню аудиторії та підвищенню іміджу, тоді як контекстна реклама показується відповідно до змісту інтернет-ресурсів.

E-mail маркетинг дає змогу індивідуально поширювати інформацію серед потенційних клієнтів за допомогою електронної пошти, відстежуючи їх реакцію. Маркетинг соціальних мереж використовує відносини між людьми для просування продуктів і послуг.

Соціальні мережі, форуми, чати та інші онлайн-платформи створюють спільноти за інтересами, де користувачі можуть обмінюватися інформацією,

спілкуватися в реальному часі та знаходити рекламні оголошення. Ці ресурси широко використовуються в інтернет-маркетингу.

Блоги є популярним засобом для публікації корпоративних новин, корисної інформації та для внутрішньої комунікації в підприємствах.

Сайти оглядів та рейтингів публікують незалежні огляди і рейтинги від експертів та споживачів, що привертає увагу відвідувачів, які шукають надійну інформацію.

Онлайн-конференції та семінари дозволяють обмінюватися ідеями на певну тему, а електронні дошки оголошень служать для спеціалізованої інформації.

Вірусний маркетинг — це стратегія, яка передбачає створення цікавого для користувачів контенту, який вони самі поширюють, розглядаючи його не як рекламу, а як розвагу.

Онлайн-ігри з вбудованою рекламою стають дедалі популярнішими, надаючи широкі можливості для привернення уваги потенційних клієнтів.

Мобільний маркетинг отримує нові можливості завдяки поширенню мобільних пристроїв з доступом в Інтернет, що робить його ефективним інструментом для залучення аудиторії.

Формування громадської думки через PR-технології — це стратегія, спрямована на позитивне сприйняття підприємства шляхом розповсюдження інформації на різних платформах та ресурсах.

Прикладом ефективного використання інструментів Інтернет-маркетингу є компанія "Комбінат харчових концентратів". Її веб-сайт, сторінки у соцмережах та відеоконтент на YouTube сприяють популяризації продукції та взаємодії з клієнтами.

Узагальнюючи досвід використання Інтернет-маркетингу на підприємствах малого та середнього бізнесу регіонів України, було виявлено основні напрями та інструменти цієї стратегії. Серед них - моніторинг, управління репутацією, підтримка клієнтів та просування продукції. Важливою висновком стало те, що розвиток Інтернет-маркетингу потребує постійного підвищення кваліфікації фахівців та розробки стратегій для підвищення ефективності бізнесу в цифровій сфері.

Література:

- 1.Маркетингове середовище підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cutt.ly/4hkfl1m> – 15.06.2020
2. Маркетингова політика комунікації [Електронний ресурс] : Википедія – свободная энциклопедия –Режим доступу: <https://bitly.su/FIMqpEc0> – 18.11.2020

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

**Пастух Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушок О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Сучасний маркетинг перетворюється на більш широку філософію та стратегічну складову бізнесу, виходячи за рамки простої функції окремого відділу підприємства. Він суттєво відрізняється від класичних концепцій, сформульованих Філіпом Котлером у середині ХХ століття. Навіть сам Котлер визнає, що більшість його колишніх порад вже не відповідають сучасним потребам інформаційного суспільства. [1].

У сучасному світі, який можна охарактеризувати аббревіатурою VUCA (волатильність, невизначеність, складність, неоднозначність), усі підприємства працюють в умовах активної участі та взаємодії. Традиційні моделі маркетингу, які були орієнтовані лише на односторонню комунікацію, застаріли, оскільки сучасні споживачі виявляють бажання брати активну участь у процесах, обмінюватися ідеями, думками та емоціями. Ми переходимо з епохи інформації до епохи натхнення. Сучасний маркетинг повинен надихати людей на дію та ефективно керувати цим процесом, особливо враховуючи постійне зростання популярності маркетингових стратегій, інструментів та методів у глобальному бізнес-середовищі.

Метою цих тез є розкриття сучасних реалій маркетингу та їх відмінностей від класичних принципів і філософії маркетингу. Дослідження базується на аналізі ключових концепцій теорії маркетингу, що є основою для визначення сутності сучасного підходу до маркетингу.

Сучасний маркетинг - це складна концепція, що охоплює господарське управління, професійну діяльність, стратегічний аналіз ринку та споживчих потреб. В умовах зростаючої конкуренції, глобалізації та швидких змін у споживчому поведінці, маркетинг потребує більшої гнучкості і динамічності для досягнення конкурентних переваг.

Для забезпечення довгострокових конкурентних переваг через інноваційні товари підприємства повинні ефективно використовувати сучасні теоретичні моделі та бізнес-технології маркетингу. Однак, існують проблеми, такі як збільшення кількості брендів, швидке виникнення нових марок та технологій, а також зниження тривалості життя товарів на ринку. Інновації стають ключовим фактором для перемоги на ринку для сильних підприємств та для завоювання своєї ніші для підприємств-челенджерів.

Швидкість введення нових брендів та технологій зросла, але життєвий цикл товарів на ринку скорочується через високі витрати на ремонт. Цифрові технології сприяють інноваціям та новим можливостям у маркетингу.

Дистриб'ютори реагують на ці трансформації, зосереджуючи свій бізнес і концентруючи канали розподілу та просування в руках обмеженої кількості впливових підприємств.

Інтернет-маркетинг використовує як традиційні, так і новаторські інструменти у мережі Інтернет для визначення та задоволення потреб споживачів з метою прибутку. Він забезпечує інтерактивність, точне таргетування та можливість аналізу результатів. Інтернет-маркетинг охоплює всі аспекти традиційного маркетингу та спрямований на підвищення ефективності продажів серед потенційних клієнтів. Його застосування дозволяє економити кошти та розширювати діяльність підприємств, дозволяючи їм конкурувати на рівних умовах на різних ринках. Інтернет-маркетинг також надає точну статистику щодо ефективності маркетингових стратегій, що робить його важливою складовою сучасної маркетингової стратегії.

Сучасна глобалізація економіки привела до того, що Інтернет став ключовим інструментом у бізнесі. Це відображається в зростанні числа спеціалістів, найманих для вирішення маркетингових завдань через Інтернет. Із швидким розвитком інтернет-технологій, важливо детально вивчити можливості їх використання у маркетингу. З цієї причини зростає значення маркетингу персоналу, оскільки правильний відбір та розвиток кадрів може вирішити багато бізнес-завдань.

Роль споживача значно змінилася через еру інформатизації. Із зростанням ринкової грамотності споживачів, традиційні маркетингові комунікації втрачають ефективність. Виробники тепер працюють не лише над новими товарами, але й над новими вигодами для споживачів. Інновації важливі для вирішення проблем задоволення споживачів, але їх впровадження повинно бути збалансованим та зрозумілим для цільової аудиторії. Партнерські відносини з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами є ключем до ефективного задоволення потреб. Концепція клієнтоорієнтованості в бізнесі стає все більш актуальною і стимулює підприємства активізувати свою діяльність у цьому напрямку.

Сьогодні виробникам ускладнено диференціювати свої продукти, тому основний акцент робиться на їх емоційній привабливості. Сучасний маркетинг повинен ґрунтуватися на швидкому впровадженні інновацій з фокусом на споживачі. Інноваційні товари відкривають нові ринки і допомагають боротися з конкурентами на існуючих. При цьому, акцент зсувається з мінімізації ризику на більш швидкий вихід на ринок з метою лідерства. Витрати від затримки на ринку можуть перевищувати витрати від неефективності нових товарів.

Маркетологи підприємств підкреслюють значення отримання точної інформації про потреби споживачів. Маркетинг передбачає використання різних каналів взаємодії, таких як CRM, PRM, HRM, SRM. Ефективність маркетингу оцінюється не лише результатами поточної діяльності, але й стратегічним плануванням та увагою до проблем зростання бізнесу. [2].

Сьогодні підприємства акцентують увагу на створенні та передачі цінностей споживачам, переходячи на маркетинг взаємодії, спонуканого

споживачем. У разі продуктів для великої аудиторії використовується стратегія масового маркетингу, спрямована на залучення нових споживачів. Однак привернути увагу вже лояльних споживачів легше, ніж залучити нових. Головним принципом у такому маркетингу є сегментація споживачів. У практиці українських підприємств часто спостерігаються негативні тенденції, такі як хаотичне використання маркетингових елементів, асоціація маркетингу лише з рекламою, недбале застосування західних методів та інструментів, відсутність клієнтоорієнтованих програм, низький рівень сервісу та інші.

Загалом, перелік цих недоліків свідчить про те, що багато підприємств фокусуються лише на досягненні максимального прибутку без врахування задоволення споживачів та їхньої подальшої зацікавленості в продуктах. Тому потрібно активно працювати над усуненням цих проблем, залучаючи молодих спеціалістів з творчим підходом та свіжими ідеями, активно досліджуючи потреби споживачів, підтримуючи розширення дослідницької роботи та посилюючи контроль за маркетинговою діяльністю.

Висновки з проведеного дослідження. З урахуванням розвитку сучасного маркетингу можна зазначити, що він має багатоаспектну сутність, що вимагає дослідження різних аспектів для успішного застосування. Більшість експертів вважають, що система маркетингу повинна стати більш гнучкою та динамічною.

Використання інтернет-маркетингу, зазвичай, означає використання стратегій маркетингу прямого впливу на існуючий бізнес-простір та надає чітку статистичну картину ефективності маркетингових кампаній.

Важливо підкреслити, що ера інформатизації призвела до зміни ролі споживача на ринку. Підприємства тепер працюють над створенням нових задоволень для споживачів, а не лише над новими товарами, що відображається у так званому "олюдненні товарів".

Значення маркетингу персоналу або персонал-маркетингу зростає, оскільки він відіграє ключову роль у впровадженні нових підходів до привернення та розвитку персоналу. Сучасний персонал має мати навички розробки та впровадження інновацій, а також ефективного спілкування зі споживачами.

Література:

1. Котлер Ф. Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Науковий світ. 2023. 880 с.
2. Фісун Ю.В. Борисенко О.С. Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2022. № 2 (125). С. 100-103. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-16>.

БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЇ У БІЗНЕСІ

Петрова Х., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – д.е.н., доцент Савченко Т.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Людина, як елемент комунікації – складний і чутливий одержувач інформації, зі своїми бажаннями і почуттями, життєвим досвідом [1].

Спілкування – це процес взаємодії принаймні двох осіб, спрямований на взаємне пізнання, встановлення і розвиток стосунків, взаємовплив на стани, погляди і поведінку [1]. Під час спілкування багато людей відчують певні бар'єри, які впливають на ефективність обміну інформацією.

Бар'єри спілкування пов'язані з характерами людей, їх прагненнями, поглядами, манерами спілкування, релігійними поглядами.

В такому випадку потрібно бути лояльним та вміти розуміти інших. Спробувати знайти спільну тему, задля хорошого початку співвідношень. Мати повагу до поглядів інших людей.

Труднощі у професійному спілкуванні виникають через:

- різну вікову категорію;
- відмінність життєвого досвіду;
- неоднаковий рівень розвитку особистості;

Тут важливо не виділяти та не принижувати людину недостатнім досвідом, а згадати, що колись були також без досвіду і допомогти.

Ще одним важливим аспектом комунікацій у бізнесі є іноземні партнери. Тут вже бар'єром слугує різний рівень англійської мови і труднощі перекладу.

Вирішенням цієї проблеми може бути найняти професійного перекладача, котрий вільно володіє двома мовами співрозмовників. Або спростити мову, замінити слова на більш легші, підбирати синоніми, пояснення. Або спростити мову, замінити слова на більш легші, підбирати синоніми, пояснення.

Вихід із складної ситуації, викликаній труднощами спілкування, можливий за умови дотримання принципів рівності, усвідомлення себе та оточення через своє уявлення про інших.

Щоб не викликати у співрозмовника образу, показуючи свою незацікавленість, почніть розмову з позитивної ноти, підтримуйте її, зберігайте зоровий контакт.

Таким чином, при налагодженні комунікацій у бізнесі потрібно враховувати роль комунікативних бар'єрів – психологічних перешкод на шляху поширення та прийняття інформації, які виникають з різних причин: упередженість, соціальні, політичні, моральні, професійні та інші відмінності між людьми.

Література:

1. Савченко, Т., Ніколюк, О., & Нікітчина, Т. (2021). Ефективність системи бізнес-комунікацій закладів гостинності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (10), 84-91. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.10.12>

РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Подуст Г.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Наукові керівники – к.т.н., доц. Донець Л.Я., к.с-н.н., доц. Мунтян І.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Життя сучасного суспільства та бізнесу неможливо уявити без реклами. Реклама – динамічна сфера людської діяльності, що швидко трансформується. Вона є однією з основних складових маркетингових комунікацій. Її роль визначається маркетинговою стратегією підприємства.

Реклама – це особливий вид комунікаційної діяльності, який супроводжує людство протягом всієї історії його розвитку. Історично склалося, що тривалий час поняття реклами мало на увазі все, пов'язане з поширенням у суспільстві інформації про товари і послуги з використанням всіх наявних на той момент засобів комунікації [1].

Знайомство з рекламою – це ознайомлення з усіма сторонами і процесами її створення та впливу на споживачів і суспільство в цілому. Як і маркетинг, реклама є мистецтвом і наукою одночасно. У ній задіяні наукові підходи і творчий процес. Так, на основі наукових підходів розробляються рекламні кампанії, оцінюються їх ефективність, розглядаються психологічні аспекти впливу на споживачів. Творчий підхід необхідний для створення креативу в рекламі, розробленні нестандартних рішень.

Реклама являє собою інструмент бізнесу і сама є окремим напрямком бізнесу. Тому знайомство з нею передбачає розгляд не тільки використання реклами для вирішення маркетингових стратегій підприємства, а й вивчення рекламного менеджменту, організації рекламної справи.

Для створення реклами та реалізації рекламної кампанії необхідні дослідження, які допоможуть виявити цільову аудиторію, її характеристики і переваги, можливі місця контактів з рекламою і реакцію на рекламні звернення. Важливим моментом в організації рекламної кампанії є медіабаїнг (закупівля рекламного часу і площі), копірайтинг (написання рекламних текстів), створення рекламних звернень, медіапланування, оцінка ефективності реклами. Це складна і багатогранна робота, яка вимагає спеціальних знань, навичок, можливостей [2].

Розглянемо поняття та значення реклами. Слово «реклама» латинського походження (від лат. Reclamare) і спочатку означало «кричати, вигукувати». Потім до нього приєдналися такі значення, як «відгукуватися», «вимагати».

Таким чином, вже в самому тлумаченні цього слова закладена головна характеристика сучасної реклами: повідомляти, поширювати відомості про щось (когось) для залучення споживачів або створення популярності товару, бренду або підприємства.

Так, за визначенням американської Асоціації маркетингу, реклама (advertising) являє собою «будь-яку форму неособистого представлення і просування ідей, товарів і послуг, оплачувану точно встановленим замовником».

З визначення Ф. Котлера, реклама – це неособиста форма комунікації, що здійснюється через посередництво платних засобів поширення інформації з чітким зазначенням джерела фінансування [1].

У Законі України «Про рекламу» реклама визначається як інформація про особу чи товар, яка розповсюджується в будь-якій формі і будь-яким способом і призначена формувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товарів [3].

У Законі України «Про рекламу» представлені наступні принципи реклами:

- законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди;
- реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції;
- реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, правила пристойності;
- реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди [3].

Комунікативна роль реклами полягає у формуванні взаємозв'язку, налагодженні каналів спілкування між рекламодавцем та цільовою аудиторією з метою активного впливу на неї на основі інформації, що передається різними способами. Вона має відправника, одержувача, повідомлення; використовує систему кодування і декодування, канали комунікації та характеризується бар'єрами сприйняття [4].

Рекламодавці використовують рекламу як канал комунікації з цільовою аудиторією, щоб просувати свої товари та послуги, тим самим отримуючи прибуток. У цьому полягає економічна функція реклами у вузькому розумінні. У широкому розумінні реклама забезпечує налагодження зв'язків між суб'єктами господарювання, між виробниками або продавцями і споживачами товарів.

Таким чином, реклама сприяє зростанню ділової активності, підвищенню обсягів капіталовкладень і збільшенню кількості робочих місць. Наслідком цього є загальне розширення суспільного виробництва.

Література:

1. Котлер Ф. Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Науковий світ. 2023. 880 с.
2. Ромат Е. В. Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. – СПб. : Питер, 2017. 496 с
3. [Закон України від 30 травня 2023 року № 3136-IX](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3136-20#Text), яким вносяться зміни до [Закону про рекламу](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3136-20#Text) : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3136-20#Text>
4. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ І ЦІЛЬОВОГО РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА З ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ ДЛЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

**Рибіна К.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Успішне функціонування будь-якого підприємства на сучасному ринку неможливе без глибокого розуміння потреб та поведінки споживачів цільової аудиторії. Це твердження особливо є актуальним для підприємств, що працюють у сфері аграрного виробництва в умовах становлення ринку та еволюціонування ринкового механізму. В таких умовах маркетингові дослідження споживачів і цільового ринку відіграють ключову роль у розробці та реалізації ефективної маркетингової стратегії для аграрного підприємства, що функціонує на ринку торгівельних послуг з реалізації товарів для аграрного виробництва.

Однією з найактуальніших проблем, яка за останні три роки сформувалась у сфері торгівлі засобами виробництва для аграрного виробництва є зниження рівня рентабельності. Це пов'язано з низкою факторів, таких як:

- зростання конкуренції: на ринку з'являється все більше нових гравців, що пропонують аналогічні товари та послуги;
- зміна потреб споживачів: аграрії стають все більш вибагливими до якості засобів виробництва, їх ціни та сервісного обслуговування;
- зниження купівельної спроможності: внаслідок економічних труднощів в умовах воєнного стану аграрії змушені економити на витратах, що веде до зменшення попиту на засоби виробництва для аграрного виробництва.

Маркетингові дослідження сприятимуть підприємствам з торгівлі товарами для аграрного виробництва у вирішенні проблеми зниження рентабельності шляхом:

- чіткої сегментації ринку: дослідження дозволяють поділити ринок на групи споживачів зі схожими потребами та характеристиками, що дає можливість більш точно та ефективно адресувати маркетингові повідомлення кожній групі;
- урізноманітнення продукції, яка відповідає потребам споживачів: дослідження допомагають зрозуміти, які саме продукти та послуги потрібні аграріям, а також які характеристики та властивості вони вважають найважливішими;
- обґрунтування ефективної маркетингової стратегії: дослідження дають можливість визначити найефективніші канали та методи просування продукції, а також розробити рекламні кампанії, які максимально відповідають потребам та очікуванням аграріїв [1].

Маркетингові дослідження ринку та споживачів сприятимуть вирішенню наступних проблем торговельних підприємств сфери торгівлі засобами виробництва для аграрного сектора:

- у сегменті насіння підприємство може визначити, які сорти овочевих культур користуються найбільшою популярністю у фермерів певного регіону. На основі результатів дослідження підприємство може сформувати асортимент насіння, який максимально відповідає потребам споживачів;

- у сегменті сільськогосподарської техніки підприємство може з'ясувати, які фактори впливають на прийняття рішення про покупку, наприклад, трактора чи посівного агрегату чи іншого інвентарю та розробити маркетингову стратегію, яка буде акцентувати увагу на найважливіших для аграріїв факторах;

- у сегменті послуг з агроконсультування підприємство може визначити, які саме проблеми та труднощі відчують аграрії у своїй роботі та розробити пакети послуг, що допоможуть аграріям вирішити їх технологічні чи технічні проблеми.

Завдяки проведенню маркетингових досліджень, як зазначають члени асоціації маркетингу, підприємства можуть отримати цінну інформацію про своїх споживачів, конкурентів та ринок в цілому, що дає можливість розробити та реалізувати ефективну маркетингову стратегію, а також досягти ключових результатів маркетингової діяльності: збільшення продажів, підвищення рентабельності інвестицій, зниження ризиків, підвищення лояльності клієнтів [2].

Важливо зазначити, що маркетингові дослідження – це не одноразова дія, а постійний процес. Ринок аграрного виробництва постійно еволюціонує, тому підприємствам рекомендується використовувати комплексний підхід до маркетингових досліджень [3].

Маркетингові дослідження ринку та споживачів засобів виробництва – це актуальні заходи для підприємств ринкового типу, що надають послуги у сфері торгівлі товарами для аграрного сектора. Результат спостережень, який можна отримати завдяки комплексним маркетинговим дослідженням, має бути покладений в основу маркетингового управління зазначеними підприємствами. Подальші дослідження будуть спрямовані на обґрунтування методичних засад маркетингового дослідження та його практичних аспектів з урахуванням особливостей торгівлі засобами виробництва для аграрних товаровиробників.

Література:

1. Маркетинг: підручник. В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. 422 с.
2. Українська асоціація маркетингу URL: <https://uam.in.ua/>
3. Аграрний маркетинг: актуальність та перспективи. URL: <https://livingfo.com/ahraryj-marketynh-aktualnist-ta-perspektyvy/>

СТРАТЕГІЇ DIGITAL КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ПОСЛУГ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ТА ЇХ ОБГРУНТУВАННЯ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОТЕРЕМ»

**Сапуга А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Аграрний сектор відіграє сьогодні ключову роль у забезпеченні стабільності економіки, продовольчої безпеки країни та формуванні експортного потенціалу, який «...можна нарощувати, незважаючи на виклики і загрози воєнного стану» за умови «... створення сприятливого мікроклімату для бізнесу всередині країни» [1, с. 315]. Проте, для успішного розвитку підприємств аграрної галузі необхідно створити відповідні умови для забезпечення їх якісними засобами виробництва, що у свою чергу вимагає вдосконалення маркетингових стратегій підприємств – постачальників, що функціонують на ринку послуг та торгівлі знаряддями і предметами праці. Важливу роль в удосконаленні комунікаційної політики цих суб'єктів ринку в умовах цифрової економіки відіграють digital комунікації.

Підприємства сфери торгівлі засобами виробництва для аграрного сектора часто зіштовхуються з проблемою неефективного просування своїх послуг через відсутність адаптованих до цифрового середовища маркетингових стратегій. Одним із таких підприємств, для яких є актуальною зазначена проблема, є ТОВ "Агротерем", що спеціалізується на наданні послуг у сфері агротехнологій. Метою даного дослідження є обґрунтування ефективних стратегій digital комунікацій для підприємств сфери послуг для аграрного сектора та обґрунтування їх важливості для маркетингової діяльності ТОВ "Агротерем".

Щоб комунікаційні заходи підприємства були ефективними, спрямувати їх необхідно на цільову аудиторію. Цільова аудиторія ТОВ "Агротерем" може бути поділена на дві основні групи: професійні фермери або фахівці аграрних підприємств інших організаційно-правових форм і аматорські садівники. Для розробки стратегії digital комунікацій розроблено портрети цільової аудиторії двох вищезазначених груп, у яких враховані демографічні характеристики (вік, стать); географічні та поведінкові характеристики; інтереси та цінності; виклики та проблеми, з якими доводиться мати справу споживачам.

За наявності інформації про цільову аудиторію підприємство може обрати ефективну комунікаційну модель, наприклад, AIDA: привернення уваги, цікавість, бажання, дія. Це дозволяє створювати зв'язок та налагодити комунікації з клієнтами через текст, фото та відео, надихаючи їх на покупку.

Розроблені моделі можна використовувати для таргетованої реклами або для email-розсилки. Варто зазначити що дані моделі для комунікації з цільовими аудиторіями ТОВ «Агротерем» краще використовувати з середини лютого до квітня, коли відбувається посів або висадка саджанців в ґрунт.

Для ТОВ "Агротерем" та подібних аграрних магазинів рекомендується використовувати наступні цифрові інструменти для комунікації з клієнтами та цільовою аудиторією:

1. Instagram/Facebook: публікація різноманітного контенту, такого як розважальний матеріал, експертні поради, інформаційні пости та контент, спрямований на продажі.

2. YouTube: регулярне завантаження відеороликів з корисними порадами щодо вирощування овочевих культур.

3. СМС/Email-розсилка/Telegram-бот: надсилання персоналізованих повідомлень про акції та цікаву інформацію клієнтам через цифрові канали зв'язку.

4. Блог на веб-сайті: публікація корисного контенту та оглядів, які доповнюють матеріали з інших платформ.

Застосовуючи різноманітний контент на різних цифрових платформах, ТОВ «Агротерем» може ефективно взаємодіяти з аудиторією та розширити свій вплив на ринок сільського господарства. Результати аналізу та вивчення прикладів успішного досвіду однозначно підтверджують, що використання цифрових комунікацій стає необхідною складовою успішної маркетингової стратегії для сільськогосподарського сектора. Підприємства, які активно застосовують цифрові інструменти у своїй діяльності, отримують значні конкурентні переваги.

Продовження розвитку та вдосконалення цифрових стратегій маркетингу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності не лише ТОВ "Агротерем", але й інших підприємств, що діють у схожих сегментах ринку. Використання digital комунікацій дозволить підприємствам підвищити свою присутність та видимість в Інтернеті, залучити нових клієнтів, втримати вже існуючих та побудувати з ними довгострокові відносини.

Маркетингові тренди доводять, що digital комунікації набувають все більшої важливості в підвищенні ефективності маркетингової діяльності в аграрному секторі. Розробка та впровадження цільових та інтегрованих стратегій digital маркетингу стають ключовими факторами успіху для підприємств, які надають послуги для аграрного сектора. Подальші дослідження мають бути спрямовані на формування механізму інтегрованих комплексів маркетингових digital комунікацій в усіх сферах аграрного сектору.

Література:

1. Кропива Д. В., Крамар І. Ю. Експортний потенціал У країни в умовах воєнного стану. Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій». Тернопіль, 6-7 грудня 2023 року. с. 315-316 URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Zbirnyk_%D0%A1IIMT_2023.pdf

2. Сайт Інтернет – магазину ТОВ «Агротерем». URL: <https://agroterem.com.ua/ua/>

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ SMM НА СТРУКТУРУ ПРОДАЖІВ У БІЗНЕСІ

Слюсаренко Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – ст. викл. Голодонюк О.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

За 18 років існування соціальних мереж близько 60% всіх жителів планети стали їх постійними користувачами і проводять там до 2-х годин щодня. Технологія використання соціальних мереж для досягнення бізнес-цілей стала однією зі складових інтернет-маркетингу і отримала назву social media marketing (SMM). Цей вид маркетингу орієнтований виключно на соціальні мережі та розглядає їх як платформу для просування бізнес-продукту або бренду, а також для взаємодії з цільовою аудиторією. З цієї причини будь-яка сучасна компанія має власні акаунти в соціальних мережах і розглядає їх як необхідну частину бізнесу.

За даними консалтингового агентства "accenture" до 2025 року соціальні мережі принесуть транзакцій на суму 1,2 трильйона доларів [1]. Вже сьогодні 44% маркетологів вважають соціальні мережі основним маркетинговим каналом [2].

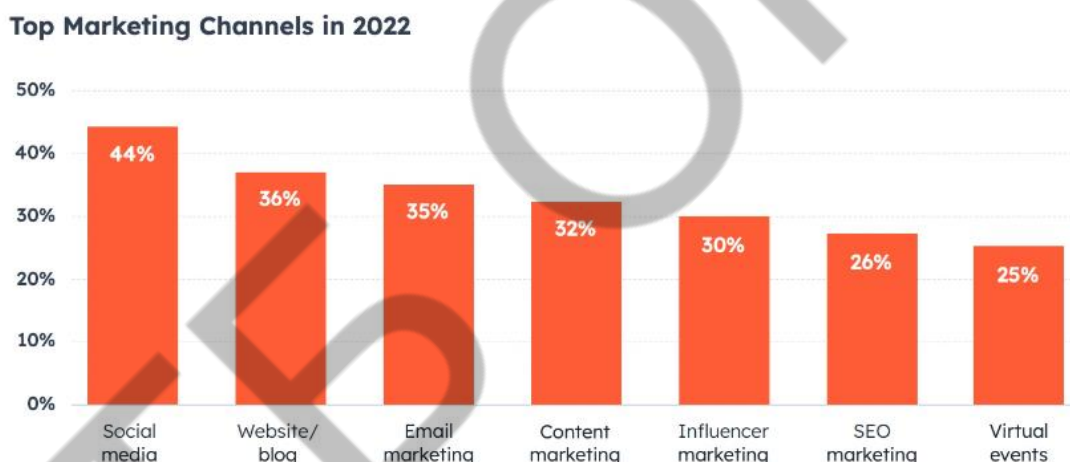


Рис. 1. Звіт hubspot про тенденції вхідного маркетингу за 2022 рік

До основних складових стратегії SMM у бізнесі можна віднести:

- створення профілів у найбільш популярних соціальних мережах;
- розробка контенту актуального для цільової аудиторії;
- планування і розміщення контенту;
- взаємодія з аудиторією;
- аналіз результатів за допомогою аналітичних інструментів.

Збільшення обсягів продажів - завжди показник того, що всі елементи стратегії SMM продумані і злагоджено працюють [3].

У міру свого розвитку соціальні мережі змінили комунікацію і сформували способи впливу на споживачів. Тепер просування контенту здійснюється з використанням географічних, демографічних та особистих даних.

Найважливішим тут є вибір правильної тактики. Найефективнішою вважається цілеспрямована SMM-стратегія, структуру якої можна представити у вигляді послідовних етапів, як показано на рис. 2.



Рис. 2 – Послідовність етапів розробки SMM-стратегій

SMM передбачає два основні аспекти взаємодії, що забезпечують ефективне управління взаємовідносинами з клієнтом.

1. C2C (клієнт-клієнт), коли користувачі соціальних мереж, взаємодіючи один з одним, обмінюються думками, рекомендаціями, відгуками про продукти і послуги. Такий формат взаємодії дає змогу компанії відстежувати думки клієнтів і посилювати їхню лояльність під час безпосереднього спілкування.

2. B2C (фірма-клієнт), коли компанія використовує соціальні мережі для налагодження більш дружніх стосунків із клієнтами, що дає змогу поліпшити

якість їхнього обслуговування та залучити нових клієнтів через рекламу і відповідний контент.

Таким чином, SMM забезпечує можливість відстеження цінностей клієнта як безпосередньо (покупки та інші конкретні дії), так і опосередковано (рекомендації та участь в обговореннях). Це і дає компанії можливість точного аналізу, управління клієнтськими відносинами та адаптації маркетингових стратегій під потреби та вподобання клієнтів [4].

Необхідною умовою реалізації успішної стратегії є відстеження показників SMM. До числа ключових показників належать:

- **залучення** (кількість передплатників) - базовий показник, що відображає зростання спільноти і свідчить про те, наскільки успішно розроблена SMM-стратегія. Формула найпростіша: кількість передплатників не збільшується = необхідний перегляд стратегії.

- **охоплення** - ця метрика присутня в кожній соцмережі, вимірює унікальні перегляди і показує кількість людей, які взаємодіяли з контентом.

Метрика націлена на збільшення прямих продажів. Поділяється на:

- *органічне / природне охоплення (organic reach)* - покази підписникам. На цей показник впливає алгоритм ранжування мереж і частота публікацій контенту;

- *платне / рекламне охоплення (paid reach)* - число показів за допомогою платного просування;

- *віральне охоплення (viral reach)* - покази, отримані завдяки репостам тим користувачам мережі, які не підписані на сторінку/спільноту. Цей тип охоплення безпосередньо залежить від інтересу до контенту, від бюджету на рекламу paid reach.

- **частка голосу** (share of voice, sov). Ця метрика показує позицію компанії в медіаполі щодо ринку та конкурентів. Формула розрахунку показника:

$sov (\%) = \frac{\text{загальна кількість згадок}}{\text{кількість згадок про бренд}}$

- **реферали** (реферальний трафік) - показник, що дає розуміння звідки приходять ліди (відвідувачі). Особливе значення має при розробці або коригуванні SMM-стратегії.

- **конверсії** - показник виконання користувачем заклику до дії. Коефіцієнт конверсії розраховується виходячи з того, яка кількість користувачів із загального числа здійснили цільову дію. Наприклад, 1000 відвідувачів зробили 10 замовлень. Конверсія складає 1%.

- **швидкість відповіді** (час відповіді на запит) - цей показник вимірюється в хвилинах, є індикатором якості роботи менеджменту. За даними різних досліджень вважається, що час відповіді клієнту не має перевищувати 5 хвилин, інакше конвертувати потенційного клієнта буде важко.

Структура продажів потребує періодичного аналізу і коригування. У цій статті ми виходимо з того, що аналіз структури продажів визначає відношення обсягу реалізації якогось продукту до загального обсягу реалізації.

Аналіз роботи в соціальних мережах свідчить про те, що, змінюючи способи взаємодії з клієнтами за допомогою SMM, бізнес значною мірою впливає на структуру продажів. При цьому, самі соціальні мережі створюють

нові канали для залучення й утримання споживачів того чи іншого продукту, дають змогу розуміти їхні бажання і надають можливість ефективного просування товарів за допомогою SMM.

Головним же є висновок про те, що SMM у структурі продажів виступає як алгоритм постійного розвитку, а отже, і підвищення ефективності бізнесу.

Література:

1. Дослідження компанії accenture. URL: <https://rau.ua/ru/news/issledovanie-accenture/>
2. Звіти маркетингової клієнтської платформи hubspot. URL: <http://surl.li/rzbol>
3. Максим Ільяхов, Людмила Саричева «Пиши скорочуй». 2-е вид. М. : Альпіна Паблішер, 2017. 440 стор.

ОСОБЛИВОСТІ СЛУЖБОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Чехова В.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – д.е.н., доц. Савченко Т.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Фахівці визначають особливості ділового спілкування такі як:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань;
- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать внутрішній світ [1].

Службовий етикет — це сукупність найдоцільніших правил поведінки людей на виробництві, у будь-якій організації. Дотримання правил і вимог етикету є обов'язковим для всіх, адже це сприяє створенню сприятливого клімату для людей, зайнятих процесом виробництва [2].

Правила і вимоги службового етикету мають сприяти створенню здорового морально-психічного клімату і піднесенню настрою, підвищенню продуктивності праці. Учені радять керівникам:

- намагатися робити зауваження підлеглим віч-на-віч;
- навчитися заохочувати підлеглих;
- визнавати свої помилки;
- уміти карати;
- не сперечатися через дрібниці;
- бути доброзичливим, делікатним;
- володіти загальною культурою;
- порядно ставитися до інших;
- поважати людську гідність колег;
- не лицемірити, не брехати;
- бути ввічливими;
- свої негаразди, прикрощі залишати за межами установи;
- бути доброзичливими, сумлінними, шанобливими, тактовними, делікатними;
- уміти висловлювати співчуття [3].

Службовий етикет має, з одного боку, забезпечувати нормативну регуляцію процесу спілкування нерівних за соціальним статусом партнерів шляхом вирівнювання їх позицій, але не в соціальному, а тільки в комунікативному плані.

З іншого — зберігати і підтримувати певну “нерівність” партнерів, що мають різний службовий статус, для забезпечення належної субординації і дисципліни [4].

Отже, службове спілкування є невід’ємною складовою професійного оточення та ефективної організаційної діяльності. Його особливості включають в себе використання відповідних комунікаційних засобів, збалансованість у виборі тону та стилю мовлення, а також здатність до точного висловлення думок та ідей. Врахування культурних та професійних особливостей співрозмовників є ключовим аспектом успішного службового спілкування. Крім того, взаєморозуміння та вміння ефективно спілкуватися з колегами, підлеглими та керівництвом впливають на результативність роботи та створюють позитивний робочий клімат. Таким чином, управління службовим спілкуванням є важливою компетенцією для будь-якого професіонала, що сприяє підвищенню продуктивності та успішності в професійній діяльності.

Література:

1. Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г. Етика ділових відносин: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2011. 309 с.
2. Какуріна І.І. Етика ділового спілкування: конспект лекцій. Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2015. 96 с.
3. Кубрак О. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. Суми, 2005. 222 с.
4. Калашник Г. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: навч. посіб. Київ, 2007. 143 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРВІСНОГО ЦЕНТРУ SPARKSERVICE

Чумаченко А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Актуальність вивчення впливу потреб споживачів цільової аудиторії на попит і обсяги реалізації у сфері сервісних послуг з ремонту засобів мобільного зв'язку в останні роки суттєво зростає, що обумовлено діджиталізацією всіх сфер суспільного життя та стрімким розвитком телекомунікаційних технологій. Потреба розробки механізмів стимулювання збуту і вдосконалення сервісного обслуговування обумовлює актуальність аналізу і вдосконалення маркетингової діяльності сервісних підприємств, від ефективності маркетингової діяльності яких залежить стратегічне майбутнє компанії в цілому. Актуальність теми дослідження обумовлена підвищенням значущості маркетингової діяльності як вагомого чинника в забезпеченні конкурентоспроможності сервісних підприємств в умовах ринкових відносин.

Маркетингова діяльність повинна сприяти розвитку підприємства в обраному напрямку, тому у сервісному центрі Sparkservice її цілі є прямим відображенням загальної місії компанії. Об'єктом дослідження є напрямки забезпечення ефективної маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання. Предметом дослідження є теоретичні та методичні положення щодо розробки шляхів забезпечення ефективної маркетингової діяльності сервісного центру Sparkservice, який в своїй діяльності керується нормами державного стандарту у сфері послуг [1].

Маркетингова діяльність сервісного центру Sparkservice охоплює наступні складові: вивчення кон'юнктури ринку, попиту та рекламу послуг.

В межах дослідження кон'юнктури ринку, попиту та реклами послуг у сервісному центрі здійснюється аналіз розподілу витрат та втрат часу щодо надання послуг. За цією ділянкою маркетингової діяльності здійснюються наступні операції: збирання та систематизація даних про затрати виробництва й ціни щодо надання послуг; визначаються питомі затрати як показника ефективної діяльності сервісного центру Sparkservice.

Сервісний центр забезпечує також реалізацією і розробку спеціалізованих програм щодо заміни дороговартісних послуг більш дешевими, що пов'язано із так званими «витратними компромісами», такими як компенсація високих транспортних затрат низькими інвестиціями у товарно-матеріальні затрати та невеликими затратами на матеріальне постачання. Але ця робота виконується таким чином, щоб такі компроміси не завадили якості ремонтних послуг.

Сервісний центр привертає увагу споживачів та формує їх лояльність завдяки сформованому комплексу заходів, де значна увага приділяється якості послуг, комфортному обслуговуванню клієнтів, гарантії, конфіденційності

персональних даних клієнта і тих, які містяться в пристрої, що ремонтується. Особливо при цьому виокремлюється такий прийом, як забезпечення клієнта підмінним гаджетом на час ремонту його техніки (табл. 1):

Таблиця 1. Комплекс маркетингових прийомів формування лояльності споживачів сервісного центру Sparkservice

Маркетингові прийоми	Характеристика за зміст маркетингового прийому обслуговування клієнтів
Безкоштовна діагностика	Навіть за умови відмови від ремонту діагностика проводиться безоплатно
Якісний ремонт	Демонструються приклади надійного ремонту на протязі понад 9 років (відремонтовано понад 32 тис. пристроїв Apple)
Реальна гарантія послуг	Надається реальна гарантія на 3 місяці на всі встановлені чи замінені запасні частини
Ремонт онлайн	Споживач може онлайн спостерігати як здійснюється ремонт його пристрою
Максимальний комфорт	Споживач послуги може перебувати у комфортних умовах центру під час отримання послуги, центр надає в користування підмінний телефон, гостьовий iPad та може пригоститись цукерками під час очікування обслуговування
Конфіденційність	Центр суворо дотримується законодавства України щодо використання персональних даних клієнта та гарантує конфіденційність даних.

Джерело: сформовано за даними власних спостережень та сайту сервісного центру [2]

Для оцінки стану ринку сервісних послуг здійснено розрахунок індексу Херфіндала-Хіршмана, що свідчить про помірно концентрований ринок з середнім рівнем конкуренції. Навіть за умов помірно концентрованого ринку центру «Sparkservice» слід вживати заходів для підтримки своєї конкурентоспроможності.

Проведення стратегічного сегментування дозволило визначити для сервісного центру Sparkservice три ключові сегменти цільової аудиторії: «Молоді та активні», «Сімейні люди» та «Бізнес-клієнти».

Для кожного сегменту розроблено детальний таргетинг, що допоможе Sparkservice охопити максимально зацікавлену аудиторію. Розроблені унікальні торгові пропозиції та чітке позиціонування дозволять центру Sparkservice виділятися на ринку, завоювати прихильність споживачів сервісних послуг та задовольнити потреби кожного сегменту.

Література:

1. ДСТУ 3279-95. Державний стандарт України. Стандартизація послуг. Основні положення. Від 27.12.95. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 9 с.
2. Sparkservice. URL: <https://sparkservice.od.ua/>

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кривоножко К.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА

Наукові керівники – к.е.н., доц. Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доц. Євтушок О.В.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Постановка проблеми. В умовах жорсткої конкуренції на аграрному ринку, бренд-менеджмент стає одним з ключових інструментів підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств, бо сильний бренд дозволяє компаніям диференціюватися від конкурентів, завойовувати лояльність споживачів і отримувати стійкі конкурентні переваги.

Метою даного виступу є розгляд питання бренд-менеджменту в контексті агропромислового сектору та виявлення стратегій побудови та розвитку бренду, які сприятимуть успішній діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. За даними Statista [1], у 2023 році світовий ринок агропромисловості оцінювався в \$3,9 трлн. Очікується, що з темпом розвитку 5,66% до 2028 року він зросте до \$4,86 трлн. Розвиток і швидкість темпу розвитку агропромисловості безпосередньо залежить від зростання населення (веде до збільшення попиту на продовольство, що стимулює агровиробників до розширення виробництва та впровадження нових технологій), збільшення доходів (зміни структури харчування, стимулюючи розвиток відповідних галузей агропромисловості), зміна харчових звичок (під впливом глобалізації, урбанізації та модних тенденцій створює нові можливості для агровиробників, які готові адаптуватися до цих змін) та урбанізації (збільшення попиту на зручну та доступну їжу, стимулюючи розвиток переробної промисловості та агрологістики).

Україна є одним з лідерів світового агропромислового ринку, прогнозується, що валовий обсяг продукції на ринку сільського господарства у 2024 році становитиме \$21,63 мільярдів, при цьому очікується, що з темпом розвитку 8,94% до 2028 року ця цифра сягне \$30,47 мільярдів. Портфель агропромислового ринку України 2023 складається з зернових культур (43%), олійних (23%), молочної продукції (10%), іншої тваринницької продукції (9%), овочевих культу (5%), фруктів (4%) тощо (6%). Україна є одним з найбільших експортерів пшениці, кукурудзи, соняшникової олії та ріпаку [2].

Війна з росією негативно вплинула на агропромисловий комплекс України, призвела до ускладнення логістики та експорту агропромислової продукції, що спричинило значні економічні втрати для українських аграріїв. Так у 2021 році частка аграрного сектору у ВВП України становила 10,89%, то вже у 2022 році — 8,22%, у 2023 році — порядка 8% [3].

Бренд-менеджмент — це комплексний процес, який включає в себе розробку, впровадження та підтримку бренду. Він охоплює такі аспекти, як: створення бренд-стратегії (визначення цінностей бренду, його позиціонування на ринку, цільової аудиторії), розробку бренд-ідентифікації (створення назви,

логотипу, слогану, візуального стилю бренду), управління комунікаціями бренду (реклама, PR, спонсорство, SMM); управління досвідом бренду (забезпечення відповідності всіх аспектів досвіду споживача цінностям бренду).

В системі маркетингового менеджменту бренд-менеджмент має місце у маркетингових дослідженнях, розробці продукції, ціноутворенні, збуті, підвищенні впізнаваності бренду, підвищенні лояльності споживачів, збільшення частки ринку та прибутку.

У розвитку бренду для агропромислового підприємства важливими є аналіз поточного стану (важливо з'ясувати, яка унікальність продукції, які його конкурентні переваги та слабкі місця), визначення цільової аудиторії (розуміння потреб і смаків споживачів допоможе агропромислового підприємству адаптувати свою стратегію бренду до вимог ринку), створення стратегії позиціонування та просування (може включати в себе створення унікального іміджу, підтримку якості продукції та розвиток репутації як надійного постачальника) та вибудування маркетингових комунікацій (агропромислове підприємство повинне використовувати різноманітні канали комунікації, такі як соціальні медіа, реклама, PR заходи тощо для просування свого бренду та створення позитивного іміджу).

Проведене дослідження щодо бренд-менеджменту агропромисловості у світі показало, що: 1. За даними досліджень Міжнародного фонду агрокультури та розвитку (IFAD), більшість агропромислових підприємств у світі оперують у сегментах з високим рівнем конкуренції. Це вимагає від підприємств активного підходу до бренд-менеджменту для виділення серед інших у конкурентному середовищі [4]; 2. Згідно з дослідженнями Nielsen, сучасні споживачі віддають перевагу продукції з екологічно чистих джерел та виробництва, тому агропромислові підприємства повинні спрямовувати свою стратегію бренду на підвищення середовища спроможності своєї продукції [5]; 3. Новаторським підходом у розвитку бренду є використання технологій блокчейну для забезпечення прозорості та відстеження кожного етапу виробництва продукції. Такий підхід може забезпечити споживачів відомостями щодо походження та якості продукту, що є важливим фактором для більшості сучасних споживачів [6]; 4. За даними Міжнародної асоціації маркетингових комунікацій, використання цифрових медіа для підтримки бренду стає все більш популярним у сфері агропромислового виробництва. Співпраця з впливовими блогерами та створення відео контенту може допомогти агропромисловим підприємствам залучити нових клієнтів та підвищити свій брендовий образ [7].

Висновки. Бренд-менеджмент є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств. Впровадження ефективного бренд-менеджменту може допомогти компаніям диференціюватися від конкурентів, завойовувати лояльність споживачів і отримувати стійкі конкурентні переваги.

Аналізуючи сучасні тенденції та дослідження, можна зробити висновок, що бренд-менеджмент є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств, бо впровадження

ефективного бренд-менеджменту може допомогти компаніям диференціюватися від конкурентів, завойовувати лояльність споживачів і отримувати стійкі конкурентні переваги.

Інноваційні підходи, такі як використання технологій блокчейну, цифрових медіа, а також екологічність та стійкість є ключовими факторами успіху для підприємств у цій галузі. Агропромислові підприємства, які не інвестують у бренд-менеджмент, ризикують втратити свою конкурентну перевагу. Для подальшого розвитку рекомендується проведення більш детального дослідження щодо впливу цих інноваційних підходів на ефективність бренд-менеджменту в агропромисловому секторі, а також активно розробляти нові інноваційні підходи, наприклад, на основі штучного інтелекту. Крім того, важливо постійно вдосконалювати стратегії бренду з урахуванням змін на ринку та вимог споживачів, щоб забезпечити стабільний розвиток підприємств. Україна має неабиякий потенціал у розвитку агропромисловості, тож після закінчення війни очікується значне зростання агропромислового комплексу, а впровадження інновацій може допомогти Україні стати лідером світового агропромислового ринку.

Література:

1. Statista: сільське господарство — у всьому світі. URL: <https://www.statista.com/outlook/io/agriculture/worldwide> (дата звернення: 31.03.2024);
2. Statista: сільське господарство — Україна. URL: <https://www.statista.com/outlook/io/agriculture/ukraine> (дата звернення: 31.03.2024);
3. Statista: частка доданої вартості аграрного сектору до валового внутрішнього продукту (ВВП) в Україні з 2010 по 2022 рр. URL: <https://www.statista.com/statistics/1326724/ukraine-agriculture-share-gdp/> (дата звернення: 31.03.2024);
4. Офіційний сайт IFAD. URL: <https://www.ifad.org/en/> (дата звернення: 31.03.2024);
5. Очікування споживачів щодо сталого розвитку прискорюються, незважаючи на інфляцію. URL: <https://www.capterra.com/resources/consumer-expectations-for-sustainability-are-accelerating-despite-inflation/> (дата звернення: 31.03.2024);
6. IBM Food Trust: модульне рішення, побудоване на блокчейні, яке приносить користь усім учасникам мережі завдяки безпечнішій, розумнішій і стійкішій харчовій екосистемі. URL: <https://www.ibm.com/products/supply-chain-intelligence-suite/food-trust> (дата звернення: 31.03.2024);
7. Культивування успіху в епоху цифрових технологій: маркетинг в агробізнесі. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/cultivating-success-digital-age-agribusiness-sunil-badhala/> (дата звернення: 31.03.2024).

СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ - МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА

Бригадир Г.С., Середюк В.Д. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту фінансів
Науковий керівник – к.е.н. Діченко А.Л.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
м. Київ

Незважаючи на складне економічне та соціальне становище в Україні, безпосередньо пов'язане з повномасштабною війною, підприємницька діяльність не зупинилась, а нові економічні реалії стали в деякій мірі поштовхом для виникнення та появи нових підприємств, котрі сприяють зростанню економіки, але разом із цим створюють жорстке конкурентне середовище фінансування, коли кожен новий учасник бореться за отримання капіталу від обмеженої кількості інвесторів. Інвестиційний маркетинг став актуальною темою для дослідження багатьох науковців, вчених, практиків, які звертали увагу на цей аспект як фактор конкурентоспроможності. Маркетинг інвестиційних проектів вивчали І. І. Мазур, В. Д. Шапіро. Такі автори як А. А. Браверман, В. В. Томілов, О. В. Пісоцька розглядають інвестиційний маркетинг як інструмент формування ринкового середовища; як комплексну програмну діяльність, спрямовану на формування виробничо-економічних рішень у сфері інвестицій. В. А. Зімін, В. Ф. Баумгернер використовують у своїх роботах поняття «інвестиційний маркетинг», який полягає у виборі інвестиційного проекту та узгодженні інтересів з інвесторами. В. А. Зімін підкреслює, що даний термін не є науково-обґрунтованим в достатній мірі [7]. Ф. Котлер, К. Асплунд, І. Рейн, Д. Хайдер – автори книги «Маркетинг місць», дослідили шляхи залучення інвестицій. Залучення інвестицій, створення сприятливого інвестиційного клімату (використовуючи внутрішні ресурси, іноземні кошти) є важливим аспектом розвитку країни, окремої галузі, підприємства. Це пояснюється тим, що інвестиції сприяють створенню й модернізації основних фондів (покращується процес обслуговування споживачів, підвищується якість наданих послуг), забезпечують появу нових технологій і осучаснення старих за рахунок НТП, дають можливість розвитку малого бізнесу (вирішення соціальних проблем), виступають головним інструментом реалізації інноваційної політики. Один із небагатьох інструментів, доступних для компаній, які хочуть знайти та залучити інвесторів, — вдала маркетингова стратегія [2].

У сучасному бізнес-середовищі стимулювання збуту є ключовим елементом досягнення успіху. Це процес, який включає в себе використання різноманітних маркетингових стратегій для створення попиту на продукт або послугу. Важливість надійної маркетингової стратегії для залучення інвестицій не підлягає сумнівам.

Розглядаючи суть маркетингового підходу до інвестування можна стверджувати що маркетинг відіграє важливу роль у залученні капіталу та формуванні довгострокових відносин з інвесторами.

Різноманіття маркетингових інструментів інтенсифікації капіталовкладень дозволяє охопити широку аудиторію та посилити інтерес до будь-якого проєкту, стартапу або компанії, що шукає нові джерела фінансування. Одним з ефективних маркетингових інструментів є рекламні кампанії в ЗМІ, таких як телебачення, радіо, друковані видання. Вони ефективно інформують про інвестиційні можливості широку аудиторію, серед якої можуть бути потенційні інвестори.

Для прикладу - у 2017 році інтернет-майданчик Wayfair витратив \$500 млн на рекламну кампанію на ТБ, радіо, пресі та інтернеті, а також змінив маркетингову політику в Instagram і Facebook. В результаті цього, за підсумками III кварталу 2017 року Wayfair повідомила про безпрецедентне зростання прибутку в 39% [5].

Професійний вебсайт слугує візитівкою компанії та надає детальну інформацію про інвестиційні можливості, збираючи контакти зацікавлених осіб. Крім того, використання соціальних мереж дозволяє фірмі взяти участь в повсякденному спілкуванні з аудиторією, ставши ключовим гравцем у їх цифровому житті.

Розсилки, телефонні дзвінки та інші методи прямого маркетингу дозволяють адресно звертатися до потенційних інвесторів. Заходи, у свою чергу, надають платформу для обміну ключовими знаннями та стимулюють створення важливих зв'язків. Особистий контакт з клієнтами, поєднаний з персоналізованим маркетингом по електронній пошті, дозволяє надавати контент, що відповідає їхнім потребам та інтересам.

Успіх у маркетингу для інвесторів — це не лише угоди, але й партнерські відносини, демонстрація досвіду та надання цінності поза балансовими звітами та поверненням інвестицій [3].

Для подальшого розвитку маркетингу та залучення капіталу важливо продовжувати використовувати інноваційні стратегії та технології, щоб ефективно привертати увагу інвесторів. Наприклад, активне використання аналітики даних та штучного інтелекту може допомогти компаніям створювати більш персоналізовані та цільові маркетингові кампанії.

Крім того, розвиток цифрових комунікаційних платформ та соціальних мереж надає нові можливості для взаємодії з потенційними інвесторами та побудови взаємовигідних відносин. Постійний моніторинг та аналіз ефективності маркетингових заходів дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни на ринку та оптимізувати свої стратегії для досягнення найкращих результатів.

Україна перебуває у складному економічному становищі. Розглядається питання розробки і втілення економічних реформ, одним із пріоритетних напрямів яких є проведення ефективної інвестиційної діяльності. Для реалізації цього процесу важливим є застосування відповідного інструментарію. Найбільш релевантним є використання і аналіз досвіду у сфері маркетингу як теорії і практики управління підприємством. Сьогодні це динамічна наука, що забезпечує реалізацію і просування ідей, концепцій, поглядів. Нова ера стала

періодом формування нового типу мислення – маркетингового, тому особливо активізується інтерес до цієї галузі, і як його складової – інвестиційного маркетингу. Уже зроблено перші успіхи в даній сфері – утворено Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку, який займається формуванням позитивного інвестиційного іміджу, просуванням інвестиційних можливостей регіону, бере участь у спеціалізованих заходах та місіях; організовано «Біржу інвестиційних проєктів», діяльність якої буде здійснюватися під загальним брендом Invest Ukraine (включає функцію «Єдиного інвестиційного вікна» та комплексну програму інвестиційного маркетингу України); функціонує Київський міський центр з інвестицій і розвитку, який сприяє підвищенню інвестиційної привабливості м. Києва [7].

Отже, маркетинг відіграє важливу роль як на етапі залучення капіталу, так і на стадії самого інвестиційного процесу. За допомогою маркетингу компанії можуть будувати персоналізований та впізнаваний бренд, що сприяє формуванню довіри серед інвесторів та відкриває двері до довгострокових партнерських зв'язків.

Література:

1. Market stimulation: spark of success: pump priming to stimulate markets. URL: <https://fastercapital.com/content/Market-stimulation--Spark-of-Success--Pump-Priming-to-Stimulate-Markets.html> (Дата звернення: 26.03.2024)
2. 4 marketing hacks to help you attract the right investors. URL: <https://www.business.com/articles/marketing-for-investors> (Дата звернення: 26.03.2024)
3. Investment marketing: a guide to attract potential clients. URL: <https://goldminemedia.co.uk/investment-marketing> (Дата звернення: 26.03.2024)
4. Інвестиційний маркетинг, що це? URL: <https://idmarketing.com.ua/slovnyk-marketyngu/investytsijnyj-marketyng> (Дата звернення: 26.03.2024)
5. Новий тренд: три бренди, яким соцмережі допомогли стати лідерами. URL: <https://rau.ua/novyni/try-brendy-sotsmerezhi> (Дата звернення: 26.03.2024)
6. What is the main example of investment marketing? <https://www.quora.com/What-is-the-main-example-of-investment-marketing> (Дата звернення: 26.03.2024)
7. Базь М. О., Домашева Є. А. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТ НА РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ. Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». 2015. № 12. URL:– <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/72c1c059-1077-48d1-bef8-f4b0e17c3d73/content> (Дата звернення: 29.03.2024)

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ: КРАУДФАНДИНГ, КРАУДІНВЕСТИНГ

**Бригадир Г.С., Середюк В.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту фінансів
Науковий керівник - к.е.н., доц. Красножон С.В.
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
м. Київ**

Україна має значний потенціал у сфері інновацій, який може бути реалізованим протягом наступних двох десятиліть. Для розробки чіткої стратегії інноваційного розвитку країни необхідно враховувати як фактори, що сприяють, так і існуючі обмеження [6].

Важливо активно залучати інвестиції як з внутрішніх, так і зовнішніх джерел, щоб стимулювати розвиток інноваційних проєктів та підтримувати підприємницьку активність. При цьому, сучасний світ стрімко змінюється, а разом з ним удосконалюються методи залучення інвестицій. На тлі традиційних інструментів, таких як гранти та кредити, все більшої популярності набуває краудфандинг. Цей інноваційний метод дає можливість підприємцям, творцям та організаціям збирати кошти на свої проєкти у широкому колі людей.

А однією з основних причин зростання ринку краудінвестування по всьому світу є зростаюча популярність альтернативних варіантів інвестування серед клієнтів.

Незважаючи на те, що у людей постійно виникають захоплюючі бізнес-ідеї, лише дуже обмежена кількість людей має необхідні ресурси для їх втілення у реальність. Багато з цих ідей мають великий потенціал, але нерідко людям не вистачає фінансування для повного їх розвитку або навичок презентації для того, щоб продемонструвати їх інвесторам. Тут краудфандинг може виявитися надзвичайно корисним, допомагаючи покрити витрати та прямо залучити увагу аудиторії [4].

Хоча однією з найпоширеніших проблем є те, що деякі платформи краудфандингу не надають жодної додаткової підтримки, окрім етапу збору коштів. Це створює певні труднощі для розробників проєктів у вирішенні проблем, пов'язаних з розробкою, виведенням на ринок та масштабуванням. Відсутність підтримки є важливою для творців, які тільки починають працювати або не мають достатнього досвіду в сфері бізнесу[4].

Незважаючи на проблеми, інтернет-платформи значно розширили можливості краудфандингу, у порівнянні з традиційними методами фінансування. Завдяки їм, не лише інвестори, а й цілі спільноти можуть об'єднати зусилля та спільно втілювати перспективні проєкти. Дана форма фінансування значно спростила реалізацію та розвиток інноваційних ідей [3].

ArtistShare, з свого боку, стоїть серед перших краудфандингових ресурсів у світі, надаючи підтримку музикантам у записі альбомів [5].

Багато компаній використовують платформи краудфандингу для створення абсолютно нових продуктів, і є численні успішні приклади цього. Збір значного

фонду від зацікавлених клієнтів перед запуском є ефективним методом переконатися, що продукт має комерційний потенціал.

Pebble Time часто вважають найкращим прикладом успішного краудфандингу. Pebble Time, всвітньо відомий розумний годинник, що був представлений на платформі Kickstarter. Цей проект став найбільшим за фінансуванням у історії Kickstarter, зібравши понад 20 мільйонів доларів США на етапі концепції та розвитку продукту.

Gloomhaven — настільна гра, що отримала фінансування на Kickstarter. Ісаак Чайлдрес, її дизайнер, втілює свої власні пристрасті та уподобання в настільних іграх, створюючи унікальний світ гри. На момент написання цієї статті проект зібрав трохи менше 4 мільйонів доларів фінансування, а його випуск у 2017 році виявився успішним. За межами кампанії на Kickstarter, Gloomhaven став популярним продуктом завдяки успішності першої кампанії [4].

Краудінвестинг, відмінно від краудфандингу, є методом залучення фінансування для невеликих чи нових підприємств, де інвестиції, спрямовані на отримання прибутку. Цей нетрадиційний метод інвестування відкриває можливість індивідуальним особам приєднуватися до цікавих проектів і стартапів, а також можливість потенційного отримання прибутку від вкладених коштів [1].

Глобальна економіка внесла свій вклад у формування ринку краудінвестування. Низькі процентні ставки та повільний економічний зріст у багатьох країнах підштовхнули інвесторів до пошуку вищих доходів через альтернативні інвестиції. Крім того, прогрес в галузі технологій та широкий доступ до Інтернету сприяли поширенню платформ краудінвестування для привертання глобальної аудиторії.

Проте краудінвестинг є інноваційним та привабливим методом залучення інвестицій, він також пов'язаний з ризиками та проблемами.

Загалом, ринок краудінвестування відзначає великий ріст по всьому світу, завдяки вибору клієнтів на користь альтернативних інвестицій, сприятливим змінам у регулюванні та базовим макроекономічним факторам. З ростом інтересу індивідів до диверсифікації своїх портфелів та підтримки інноваційних проектів очікується подальший розвиток ринку краудінвестування [1].

Поглянемо на деякі успішні краудінвестингові проекти з періоду між 2022 та 2023 роками. Наприклад, компанія Mercury, яка спеціалізується на наданні фінансових послуг для стартапів, привернула майже 5 мільйонів доларів у 2022 році через платформу Wefunder. До цього, компанія успішно залучила фінансування понад 120 мільйонів доларів у серії В від провідних інституційних інвесторів, таких як Coatue, Andreessen Horowitz та інші. Зацікавленість поважних клієнтів, великий інтерес з боку інвесторів венчурного капіталу та значні досягнення з моменту створення компанії підтверджують успішність Mercury як краудінвестингового проекту.

Ще одним прикладом є Levels, платформа для здоров'я, що виробляє біоносії для збору відгуків про стан здоров'я користувачів, що у 2022 році привернула майже 5 мільйонів доларів від понад 1 440 інвесторів на

Wefunder. Компанія має понад 15 000 користувачів бета-версії та понад 155 000 осіб у білому списку. Після залучення майже 5 мільйонів доларів на Wefunder, Levels отримав ще 38 мільйонів доларів фінансування від Andreessen Horowitz і Shrug Capital [2].

Отже, у сучасному світі краудфандинг стає все важливішим інструментом для залучення інвестицій, надаючи можливість підприємцям та творцям збирати кошти на свої проекти від широкого кола людей. Він допомагає покрити витрати та привернути увагу до проекту. Краудінвестування виступає як додаткова можливість для інвесторів диверсифікувати свої портфелі та здійснювати альтернативні інвестиції, шукаючи нові джерела прибутку. З ростом інтересу до цих методів фінансування та підтримки інноваційних проектів очікується подальший розвиток ринку краудфандингу та краудінвестування.

Однак, на тлі позитивних тенденцій, існують деякі проблеми та ризики, які потрібно враховувати. Деякі з них включають недостатність фінансування, ризики невдачі у приверненні інвесторів, а також складнощі у керуванні процесом краудінвестингу через нестабільність регуляторного середовища та необхідність великої експертизи у команді. Такі проблеми можуть ускладнити реалізацію проектів та призвести до недосягнення очікуваних результатів.

Незважаючи на ці ризики, зростаючий інтерес до краудфандингу та краудінвестингу свідчить про їхню значущість як ефективного інструменту фінансування та розвитку інноваційних проектів. Подальший розвиток цих ринків може сприяти не лише залученню фінансування для перспективних ідей, а й стимулювати інноваційну активність та розвиток економіки в цілому.

Література:

1. Crowdinvesting – Worldwide. URL: <https://fr.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/digital-capital-raising/crowdinvesting/worldwide#analyst-opinion> (Дата звернення: 19.03.2024)
2. 8 most successful equity crowdfunding projects. URL: <https://thecrowdspace.com/blog/most-successful-equity-crowdfunding-campaigns/> (Дата звернення: 19.03.2024)
3. Краудфандинг як сучасний інструмент інвестування інноваційних підприємств. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/aa9128c6-891e-47b5-ae05-c50f98d5af06/content> (Дата звернення: 19.03.2024)
4. 6 examples of crowdfunding successes and why they worked. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/examples-of-crowdfunding>
5. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884/68378> (Дата звернення: 19.03.2024)
6. Проблеми розвитку інновацій в Україні. Спадок та культурний аспект. URL: <https://www.linkedin.com/pulse> (Дата звернення: 23.03.2024)

FEATURES OF MARKETING DEVELOPMENT AT ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR

Yevtushok O.V., Doctor of Economics, Associate Professor
Nemchyninov E.V., graduate student,
Demyanchyk Yu.V., graduate student
Odesa National University of Technology

Modern market conditions of the functioning of business entities of the agri-food sector and the food industry objectively require the consolidation and unification of producers into single agri-food value chains. One of the most responsible areas of agricultural product chains is the process of ensuring the conformity of the manufactured product with the purpose of professional development and implementation of an advertising campaign aimed at presenting the advantages of own products in comparison with a large number of other products that fill the market. Solving the long-standing task requires the formation of a complete and operational informational and analytical basis for similar product developments both on the national market and on foreign markets. The results of such a comprehensive marketing audit create effective motivators and incentives that will encourage the transition from the traditional, generally accepted “marketing concept” to the concept of “implementation of marketing relations”. Varieties and modern formats of the concept of “attracting marketing connections” provide for the creation of favorable conditions for the organization of communication processes in agri-food companies, strategically focused on improving the overall effect, creating effective feed back channels, and improving the position of the company and its products on the market.

Research shows that under current market conditions and in the near future, marketing in social networks will play an important role in marketing strategies. This is closely related to content marketing activities, which also require improvement in the management practices of domestic agri-food business entities. Growing consumer interest in using social media can also help improve the effectiveness of food messaging among the public. Over time, social channels and websites have become important channels for disseminating information about the quality and characteristics of food products [1]. Marketing social networks can be an effective marketing tool in the promotion of organic food products and as a way of influencing the responsible consumer behavior of buyers.

Improving the marketing strategy of business entities in the agro-food sector is a complex and important task of modern management. The improvement process should include specific steps, actions and tools that will increase the reality, adequacy and possibilities of achieving the goals of the marketing strategy. It is advisable to start this process by searching for new creative ideas and combining various points of view and practical experience of performers. Finding a balance between inclusiveness and practicality of employees' ideas is a necessary condition for improving the company's marketing strategy [2]. The process of improvement is impossible without identifying weak points” in the current strategic plan, which will help marketing audit measures, evaluation of competitors; analysis of the inverse communication between customers

and buyers; resource allocation estimates.

The system of control indicators and the creation of an appropriate internal reporting system for their monitoring and control are of crucial importance for the improvement of the marketing strategy. An important step in improving the marketing strategy of agri-food companies is the creation of a client (buyer/consumer) portrait, which forms and accumulates information about the motives, incentives and consumer behavior of clients. Google Analytics, Meta's Audience Insights, and SparkToro digital platforms can be an effective tool for this, which allow you to create behavioral and demographic models of behavior and interaction with consumers based on data from social networks and content.

Literature

1. Sadchenko O., Lagodiienko V., Novykova I., Feshchenko O., Ruzhynska N., Bogdanov O. Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. International Journal of Management. 2020. №11 (6). pp. 241-251. https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_023.pdf DOI: 10.34218/IJM.11.6.2020.023
2. Podvalna O. G., Kolesnyk T. V. Implementation of innovations in the marketing of agro-industrial enterprises. Priazovsky economic bulletin. 2022. No. 2 (31). P. 66–73.

DEVELOPMENT OF MARKETING INTERNET TECHNOLOGIES AT ENTERPRISES

Milcheva V.V., PhD, associate professor

Panasiuk V.P., graduate student

Odesa National University of Technology, Odessa

Internet gradually becomes one of the main means of communication and communication between people both in business and in everyday life. Moreover, the intensity of this phenomenon is constantly increasing. The norm has become the existence of a corporate website for enterprises. The role of the Internet also becomes significant as one of the new marketing channels events and advertising.

In modern realities, the Internet has become not only a global tool communications without territorial and national borders, but also effective a tool for conducting business, research, influencing the audience. Thanks to there are many applications of network information technologies manufacturers managed not only to reduce promotion costs and sales of products, but also to expand existing and develop new sales markets, to increase the effectiveness and targeting of interaction with consumers and others economic counterparties.

Internet communications flow virtually between the user and the company's website. Such communications include all the advantages of the Internet as a distribution channel - mass, speed, low costs. At the moment when a specialist enters into communication with the user, the communication turns into a real personal dialogue - by phone, Viber or Skype. Transferring part of communications to the Internet is a means to achieve the company's goals [1].

There are several Internet strategies in the enterprise:

- 1) Internet marketing strategy "Collection of information"
- 2) Internet marketing strategy "Minimizing costs"
- 3) Internet marketing strategy "Personal selling"
- 4) Internet marketing strategy "Repeat sales" [2].

Thus, the absolute majority of the company's Internet marketing strategies are aimed at: increasing targeted traffic to the site; increase in customer conversions from the site and related site pages. Internet marketing design begins with identifying those communications that can be transferred to the Internet. For each enterprise, the Internet marketing strategy depends on the reach of target groups and communication capabilities. The basic element of Internet marketing of the enterprise is the website.

Internet marketing presents an opportunity the use of many mechanisms to influence potential and real consumers by the advertiser. Among them, you can highlight: banner networks, e-mail marketing, promotion using search engines systems and catalogs, placement (indexing) of the site in search engines, catalogs and ratings, advertising on thematic and visited sites, exchange of links, ratings, partner and sponsor programs.

When carrying out strategic planning of Internet marketing, Internet resources allow: introduction and use of search tools and Internet directories, conducting

questionnaires, conducting surveys of server visitors, studying results of teleconferences, use of data surveys conducted on various sites.

The development of Internet marketing in the activities of enterprises has great prospects. Every day, companies make bets on online marketing, analyzing what can be expected in the online environment the most effective embodiment of modern conceptual approaches and ideas. For many businesses medium and small business Internet marketing will serve as the foundation for true commercial success while creating the conditions for growth Internet advertising agencies that provide practical means and tools.

Literature

1. Boguslavskaya M.V. The latest technologies of Internet marketing. International scientific journal "Internauka". 2017. No. 5. P. 108-110.
2. Garafonova O. I. Modern development of Internet marketing [Electronic resource]. Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Series: Economic Sciences. 2016. No. 2. P. 96-102. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2016_2_12

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ТВОРЧОГО ЕВРИСТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В СУЧАСНІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бабкова В.О., студ.

**Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Сучасна підприємницька діяльність, зазнаючи впливу швидкої зміни у технологічному, економічному та соціокультурному середовищі, потребує нових підходів та інструментів для досягнення успіху та стійкості. Одним із ключових чинників, що впливає на ефективність підприємницької діяльності, є здатність підприємців до творчого евристичного мислення. У цьому есе розглянемо важливість використання методів творчого мислення у підприємницькій діяльності, особливості їх застосування та їх зв'язок з метафізикою тотальності.

Творче евристичне мислення - це процес генерації нових ідей, рішень та стратегій шляхом застосування нетрадиційних підходів та методів. Деякі з найпоширеніших методів творчого евристичного мислення включають мозковий штурм, аналогії, обернене мислення, рольові ігри, а також використання інтуїції та вільного асоціативного мислення. Ці методи дозволяють підприємцям дивитися на проблеми та завдання з різних ракурсів, відкриваючи нові можливості та сприяючи розвитку креативності [1].

У сучасному бізнесі підприємці стикаються зі складними викликами та конкурентним середовищем, де інновації та швидкість реакції можуть виявитися критичними для успіху. Використання методів творчого мислення дозволяє підприємцям розробляти нові продукти та послуги, знаходити інноваційні рішення для проблемних ситуацій, а також прогнозувати майбутні тренди та ринкові можливості. Наприклад, застосування мозкового штурму може допомогти збільшити кількість ідей для розвитку бізнесу, а аналогії можуть надихнути на нові підходи до вирішення проблем. Метафізика тотальності визнає взаємозв'язок та взаємодію всіх аспектів буття, розглядаючи їх як єдине ціле. У контексті підприємницької діяльності, це означає усвідомлення підприємцем всієї складності та взаємозалежності різних аспектів бізнесу, включаючи людей, процеси, технології, ресурси та вплив на середовище [1]. Використання методів творчого мислення у підприємницькій діяльності сприяє усвідомленню цілісності та взаємозв'язку всіх цих аспектів. Підприємець, який має глибоке розуміння цілісності свого бізнесу, може краще адаптуватися до змін у середовищі, виявляти нові можливості та виробляти більш ефективні стратегії [2].

Використання методів творчого евристичного мислення у сучасній підприємницькій діяльності є важливим чинником успіху та стійкості. Ці методи дозволяють підприємцям генерувати нові ідеї, розвивати інноваційні рішення та краще розуміти складність та цілісність своєї діяльності. У контексті метафізики тотальності, творче мислення допомагає розглядати бізнес як єдине ціле, де всі його складові взаємодіють та впливають один на одного [1]. Такий підхід сприяє

створенню більш стійкого та ефективного бізнесу, який може успішно функціонувати в умовах невизначеності та зміни.

Література:

1. Теліженко Л. В. Постнекласична модель цілісної людини: тоталогічний вимір. *Наука. Релігія. Суспільство*. Донецьк: ІППІ, 2008. № 2. С. 185–191.
2. Теліженко Л. В. Цілісність повсякдення як цілісність людини // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. Дніпропетровськ: ДНУ ім. Олеся Гончара, 2012. Випуск 4 (3). С. 245–249.

ACHIEVING BUSINESS SUSTAINABILITY IN A RAPIDLY CHANGING ENVIRONMENT

Putrenok Yelyzaveta, "Bachelor" degree of education, Faculty of Expertise, Biotechnology, Food Engineering, Business and Trade

**Scientific advisors – Doctor of Economic Sciences, prof. Nataliya Basiurkina
Odessa National Technological University, Odessa;**

**Volunteer, Methodologist, Lecturer of Economic disciplines
Olena Korobkina, Odessa**

The company that was chosen to be evaluated as part of the PESTLE analysis is Cazoo. Cazoo is a British online car retailer based in London, England, founded in 2018 by Alex Chesterman. Cazoo was founded in 2018 by British internet entrepreneur Alex Chesterman. In December 2019, he launched an online used car marketplace, which became his main business [1].

It is based in the UK but listed on the New York Stock Exchange after merging with an acquisition target led by hedge fund manager Dan Oh in August 2021. At the time of listing, the company was valued at \$8 billion. The company has since lost more than 97 % of its market value, prompting Alex Chesterman to step down as CEO [2]. In 2021, Cazoo went international with the launch of used car markets in Germany and France, and briefly expanded into Italy and Spain in early 2022 [3].

After announcing redundancies in the UK in June 2022, in September 2022, Cazoo announced it would abandon its business in the European Union, closing its operations in France, Germany, Italy and Spain and making all 750 of its EU employees redundant, leaving only its UK operation in business [4].

PESTLE analysis (see Fig. 1) examines key external factors (political, economic, sociological, technological, legal, and environmental) that affect an organization. In order to consider the factors that most affect this company, in our opinion, it is most appropriate to study the economic and social aspects of PESTLE as the most influential [5].



Figure 1. PESTLE analysis [5]

Of all the economic aspects, the most relevant is the NET Zero policy point, which essentially means that by 2050 the amount of greenhouse gases (such as carbon dioxide) that the UK adds to the atmosphere no longer exceeds what it they withdraw. This could – on the face of it – make the UK's overall contribution to climate change zero.

In practice, this means that in the years up to 2050 (a.k.a. now), enterprises and companies in all areas of the economy need to take measures to get as close as possible to zero emissions. This means moving away from fossil fuels and moving to clean technologies such as renewable energy sources [6].

The importance of the NET Zero policy is not only because of its ambitious and rather complex plan, but mainly because of the overall percentage of used cars on the Cazoo market. As we can see in the chart, more than 89 % of all products are diesel or gasoline cars, which makes today's politics a mess and can lead to a sharp decline in demand [7]. As a result, the trading activity of the Cazoo market may face great difficulties. In December 2023, Cazoo said it could run out of capital by mid-2024. The crisis comes after years of heavy losses and a sharp decline in the used car market [8].

Consequently, ESG factors are becoming more important in reshaping a large company's business strategy as climate change and social issues dominate the public discourse. ESG – environmental, social and corporate governance refers to the three central factors in assessing the sustainability and social impact of investments in a company or business. These criteria help to better determine the future financial performance of companies. Companies need to prepare for a world that focuses more on green and sustainable standards. Or stay behind.

On February 11, 2024, Cazoo warned that it was at risk of exhausting its financial resources in the first half of 2024 without securing additional financing. It is projected to end the year with a cash reserve of between £100 and £115 million, along with a car inventory worth between £20 and £30 million [6]. But given that after its initial public offering, or IPO, in 2021, when Cazoo faced numerous challenges, including supply chain issues, rising inflation and interest rates, which caused their share price to fall by more than 99.5 percent since the IPO, the company still survived, and after 2 years, in 2023, soared to the top of the financial earnings, the company will still find a "lifeline" from investors to secure the business. Cazoo has already begun evaluating potential partnerships, synergies, mergers, acquisitions, joint ventures and sales.

Also, it is necessary to take into account social factors affecting the company, in particular, a decrease in the inflation rate to 4.5-4.9 % by the end of 2023, which is a good forecast (see Fig. 2) [9]. This gives hope that the expected demand for used cars will increase, as well as the purchasing power.

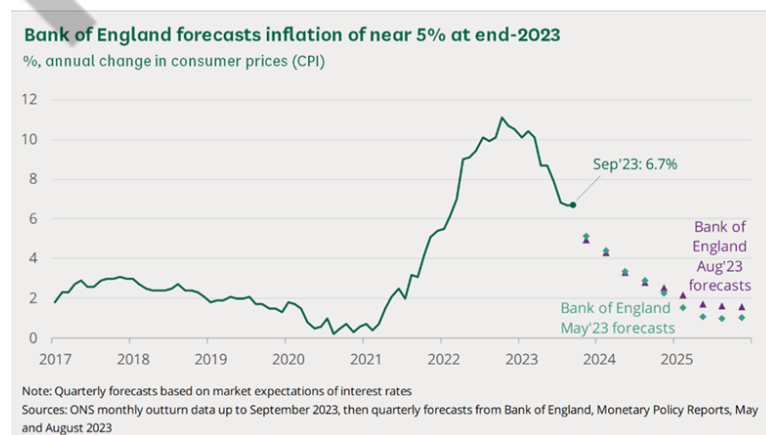


Figure 2. The forecast of a decrease in the level of inflation

until the end of 2023 [9]

At the same time, there is every reason to predict that the company's financial results will remain consistently high in the near future. Based on this factor, the most profitable solution to this threat is to maintain an active strategic business unit on electric and alternative fuels [10].

Cazoo's losses for the first half of 2023 were reduced from £241m to £151m thanks to cost-cutting measures, including the closure and sale of many customer centers and car-preparation plants, as well as the cancellation of expensive marketing and sports sponsorships.

Despite the latest negative report, Wall Street traders are quite positive about Cazoo Group shares. On average, analysts give CAZOO a “Hold” recommendation. With an average target price of \$242, analysts expect the stock to rise 5,277.78 % in the next twelve months [11].



Figure 3. Fuel and efficiency cars total quantity on 23.10.2023 [10]

Cazoo is widely known among the masses for its active policy of financing and supporting various sports and its active social stance against slavery, which has strengthened people's choice to buy from Cazoo [12; 13].

However, there are reports that Cazoo has laid off almost 30 % of all employees in 2022, which is likely to lead to misunderstandings between the company and customers. There is a proposal to use customer relationship management to increase customer loyalty by creating blogs, public chats, video calls with sound [14].

Also, the most influential external factor is the unstable political environment, which cannot be predicted, but which can have a significant impact on Cazoo's business deals (such as changes in UK legislation, US elections, armed conflicts), but must be constantly monitored.

References list

1. Browne, Ryan (2 October 2020). ["UK start-up Cazoo doubles valuation to \\$2.6 billion as car sales shift online amid pandemic"](#). CNBC. [Accessed 21 February 2024].

2. Mustoe, Howard (2023-01-18). "[Cazoo founder steps down after 97pc collapse in value](#)". *The Telegraph*. ISSN 0307-1235. Retrieved 2023-01-18. [Accessed 19 February 2024].
3. "[Cazoo Launches in Spain](#)". *Business Wire*. 12 May 2022. Retrieved 12 May 2022.
4. [Guardian, 9 September](#) [Accessed 19 February 2024].
5. Pestleanalysis. <https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/> [Accessed 19 February 2024].
6. What is 'net zero', and how can we get there? 12th June 2019. <https://www.greenpeace.org.uk/> [Accessed 21 February 2024].
7. Bagger, J. (2022). *What is Cazoo? Is it the future of used car sales?* *Car Dealer Magazine*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=yOeqjwHdoKE> [Accessed 19 October 2023].
8. Used car dealer Cazoo is searching for a financial rescue to avoid bankruptcy. February 11, 2024 .Casoo <https://www.share-talk.com/> [Accessed 19 February 2024].
9. Francis-Devine, B., Harari, D., Keep, M., Bolton, P., Barton, C. and Wilson, W. (2023). Rising cost of living in the UK. *House of Commons Library*, [online] 9428(1). Available at: <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-9428/>. [Accessed 19 February 2024].
10. Needle, D, and Burns, J., (2019). *Business in Context*. Cengage Learning (Chapter 8). Available at: <https://library.aru.ac.uk/> [Accessed 20 February 2024].
11. Cazoo responds to claims it faces mid-year insolvency. /13/02/2024 in *Car Dealer News* / <https://www.am-online.com/> [Accessed 13 February 2024].
12. Chesterman A., (2023). *Slavery and Human Trafficking Statement for the 2022 Financial Year* [online]. Available at: [Modern slavery statement | Cazoo](#). [Accessed 30 October 2023]
13. [Financial Information :: Cazoo Group Ltd \(CZOO\)](#), (2023) [Accessed 30 October 2023]
14. Boddy, D., 2019. *Management: using practice and theory to develop skill*. Eighth edition. Harlow, England: Pearson (Chapter 12). Available at: <https://library.aru.ac.uk/> [Accessed 20 February 2024].

ІНВЕСТИЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Беник М.М., аспірант

Хутак Артур Шир Ага, аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Термін “інвестиційний механізм підприємства” введено в економічну науку зовсім недавно. Так, О. Охріменко, І. Манаєнко інвестиційний механізм на рівні підприємства пропонують розглядати “... як сукупність комплексно взаємодіючих факторів, принципів, цілей, завдань, важелів впливу на соціально-економічний розвиток органічно взаємопов’язаних елементів системи функціонування підприємства” [1].

Інвестиційний механізм підприємства сформовано з двох елементів – інвестиційне забезпечення та система управління інвестиційною діяльністю підприємства. Інвестиційне забезпечення підприємства розглядаємо як процес акумулювання необхідного обсягу інвестиційних ресурсів шляхом реалізації відповідної інвестиційної політики. Джерелами формування інвестиційних ресурсів є [2]:

- власні фінансові ресурси інвестора (прибуток, амортизаційні відрахування, відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха, грошові нагромадження і заощадження громадян, юридичних осіб тощо);
- позичкові фінансові кошти інвестора (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- залучені фінансові кошти інвестора (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші внески громадян і юридичних осіб);
- бюджетні інвестиційні асигнування; – безоплатні та благодійні внески, пожертвування організацій, підприємств і громадян.

Перехід до ринкових відносин різко поширює кордони використання усіх механізмів, які використовуються у господарській сфері, і, перш за все економічного, оскільки він чинить безпосередній вплив на економіку. Тому всі негативні явища, які відбуваються в економіці держави залежать від функціонуючого економічного механізму у складі господарського [3].

Інвестиційний механізм також є складовою частиною господарського. І першими дослідженнями інвестування в економіці були праці В. Парето, який представив і описав прообраз економічного (господарського) механізму — «агрегат». В. Парето визначив «агрегат» як комбінацію елементів, з’єднаних в деяке ціле і що володіє ключовим властивістю, що відрізняє його від суми всіх складових елементів [4].

Ринок інноваційного інвестування – це сукупність економічних відносин між постачальниками інвестиційних ресурсів, інформаційними посередниками цих ресурсів, споживачами, підприємствами та інформаційними посередниками щодо акумулювання різних інвестиційних потоків та перетворення їх у продуктивний капітал шляхом взаємодії пропозиції та попиту. Управління

інноваційними інвестиціями підприємства здійснюється за рахунок участі технополісів, науково-технічних парків, бізнес-інкубаторів.

Політика управління інноваціями передбачає послідовне виконання таких етапів [5]: 1. Аналіз стану інноваційних активів підприємства, досягнень науково-технічного прогресу в галузі та суміжних галузях, патентний пошук; 2. Визначення потреби в інноваційних інвестиціях згідно з інноваційною стратегією підприємства; 3. Вибір та оцінка вартості окремих об'єктів інноваційного інвестування за результатами дослідження ринку нововведень та джерел надходження інвестицій. 4. Планування потреби в інвестиційних ресурсах та джерел їх надходження. 5. Оцінка ефективності інноваційних інвестицій. Вибір кращих інноваційних проєктів здійснюється з урахуванням галузі, особливостей і виду діяльності. Оцінка інноваційних проєктів відбувається за різними критеріями і методиками. Зокрема, оцінюють різні види ефективності: національну (інтегральну) (для оцінки результатів впровадження інновації у її розробників, виробників і споживачів); виробничу, фінансову та інвестиційну; бюджетну (на всіх рівнях формування бюджету).

Для забезпечення ефективності інвестування інновацій доцільно дотримуватися низки рекомендацій [6]: – чітко визначити і зрозуміти проблему, перш ніж ухвалити технологічне рішення. Подбати, які процеси виконуватимуться безпосередньо компанією, які буде передано на аутсорсинг; – сприйняття інновацій як ресурсу, що надає цінності бізнесу; – створення прогресивної культури, де розвиваються внутрішні навички та знання про технології. А також гарантії, що будь-які партнерські відносини із зовнішніми фірмами вітаються в дружньому середовищі для інновацій. Прищеплення культури інновацій відбувається шляхом постійної просвітницької діяльності для усіх категорій персоналу, у тому числі безпосередньо не пов'язаних з виробничою чи науково-технічною діяльністю. Це дозволяє активізувати інноваційну діяльність, мінімізувати опір змінам, у тому числі зменшити конфлікти при визначенні інноваційного бюджету.

Система управління підприємства має бути гнучкою і вчасно реагувати на зміни в сучасній економічній системі. Важливим аспектом при здійсненні інвестиційної діяльності має бути як процес залучення, так і використання інвестиційних ресурсів, що в майбутньому забезпечить зростання вартості підприємства [7]. Відповідно на підприємстві – реципієнті має бути сформований відповідний інвестиційний механізм – сукупність взаємопов'язаних елементів, етапів, процесів, розташованих у визначеній послідовності, що визначають порядок здійснення інвестиційної діяльності. Практична реалізація такого механізму можлива за рахунок узгодження інтересів всіх учасників інвестиційного процесу, шляхом використання адекватних інструментів управління. Перспективами подальших досліджень може стати пошук та обґрунтування шляхів збільшення обсягу іноземних інвестицій в загальній структурі інвестицій, шляхом модернізації системи управління на всіх рівнях .

Література:

1. Манаєнко І. М. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємств електроенергетики: монографія. Київ: НТУУ «КПІ», 2016. 157 с.
2. Закон України Про інвестиційну діяльність
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
3. Месель-Веселяк В. Я., Федоров М. М. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки України. Економіка АПК. 2016. № 6. С. 37-49
4. Власова К. В. Інституціональний механізм інноваційного розвитку підприємств АПК України. Молодий вчений. 2018. № 7. С. 224–232.
5. Лисяк Л.В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України: [монографія]. Київ. ДННУ АФУ, 2009. 600 с.
6. Фецович Т. Аналіз формування інноваційної стратегії розвитку підприємства. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2010. № 14-15. С. 296-303.
7. Painter, G. Innovation in Investment Management. The Investment Association. 04 April 2022. URL:
<https://www.theia.org/media/savingmatters/innovation-investment-managemen>

ЗМЕНШЕННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Кучугурний О.М., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Сільське господарство традиційно вважається ризиковою сферою діяльності, оскільки передбачити успішність результатів сільськогосподарського виробника майже неможливо. Дана галузь безпосередньо залежить від погодно-кліматичних умов, природних стихійних лих, у результаті яких підприємства аграрного сектору постійно перебувають під впливом різноманітних ризиків.

Кредитні ризики досить глибоко досліджено в економічній літературі, однак учені мають розбіжні погляди щодо трактування деяких позицій щодо вказаної проблематики. Недостатня визначеність поняття кредитного ризику негативно позначається як на самих сільськогосподарських підприємствах, так і на інших учасниках кредитного процесу, які взаємодіють між собою, тому означене питання потребує конкретизації, що й підтверджує актуальність зазначеної теми.

Сучасний стан кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств характеризується дефіцитом кредитних ресурсів у певні проміжки часу через сезонність виробництва даної галузі. Покрити такий розрив у роботі аграріїв може лише кредитування. Крім того, необхідні значні капітальні вкладення для осучаснення і тотального переобладнання виробничих процесів у сільському господарстві.

Але останнім часом у роботах, де досліджують окреслену проблему, кредитний ризик розглядається як ризик емітента, який випустив боргові цінні папери, тобто взяв на себе певні фінансові зобов'язання. Оскільки цінні папери можуть випускати як підприємства, так і держава, то є можливість виділити три типи кредитного ризику: кредитний ризик банку, підприємства та держави, які взяли на себе певні фінансові зобов'язання.

В аграрному секторі економіки України кредитні відносини характеризуються певними специфічними особливостями, врахування яких у процесі кредитного забезпечення банківськими та небанківськими фінансово-кредитними інституціями сільськогосподарських підприємств є суттєвою передумовою розв'язання проблеми кредитування.

Кредитні ризики досить глибоко досліджено в економічній літературі, однак учені мають розбіжні погляди щодо трактування деяких позицій щодо вказаної проблематики. Недостатня визначеність поняття кредитного ризику негативно позначається як на самих сільськогосподарських підприємствах, так і на інших учасниках кредитного процесу, які взаємодіють між собою, тому означене питання потребує конкретизації, що й підтверджує актуальність та мету зазначеної теми.

Під кредитним ризиком аграрних підприємств розуміють факт можливого невиконання зобов'язань за умовами кредитного договору в процесі взаємодії банку та агропідприємства. В першу чергу, кредитний ризик пов'язують з ймовірністю несплати позичальником повністю або частково основної суми

боргу та відсотків за ним у терміни, зазначені у кредитному договорі. Проте варто наголосити, що сюди слід також віднести і ймовірність неотримання або недоотримання кредитних ресурсів сільськогосподарськими підприємством, оскільки вірогідність зазнати збитків або втрат існує як в першому, так і в другому випадку.

Перспективи плідного функціонування кредитного процесу в галузі сільського господарства пов'язані з потребою вирішення низки проблем. Зокрема, дослідження потребують механізми коригування впливу кредитних ризиків із метою розширення доступу до кредитних ресурсів.

Із наведеного дослідження можливо зробити висновок про доцільність вивчення кредитних ризиків підприємств аграрної сфери за допомогою їх структурування, охопивши максимальний набір чинників, що впливають на сільськогосподарську галузь. Більше того, доцільно продовжити пошук можливостей корегування впливу кредитного ризику з міркувань поліпшення платоспроможності і разом із тим розширення доступу до кредитних ресурсів банків аграрними підприємствами.

З метою мінімізації кредитного ризику керівництво аграрних підприємств повинно здійснювати комплекс заходів, що включають: виявлення ризику та джерел його виникнення; визначення рівня ризику у відповідності із вибраною методикою; визначення способів управління ризиками та їх впровадження.

Література:

1. Дідківська Л. І. Потенційні ризики аграрної іпотеки. Економіка АПК. 2007. № 3. С. 53–57.
2. Коваль Л. М. Інвестиційне кредитування підприємств аграрного сектору. Економіка АПК. 2015. № 1. С. 35–40.

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЛІСОРЕСУРСНІЙ СФЕРІ

Гладкий І.В., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Лісовий комплекс України відіграє важливу роль в системі формування сталого соціально-економічного розвитку, що пов'язано з багатоцільовим та міжгалузевим значенням економічних, екологічних та соціальних функцій лісових ресурсів. Все це виводить лісоресурсну сферу з вузьких рамок лісогосподарського виробництва та лісокористування до управління лісами в рамках екосистем, що відбиває триєдину економічну, екологічну і соціальну сутність лісів.

Комплексне та багатоцільове значення лісових екосистем підводить ліс до рангу особливої екологічної цінності сталого розвитку окремих регіонів і країни в цілому. У зв'язку з поглибленням економічних, соціальних і екологічних проблем сучасного суспільного розвитку (які є наслідком господарської діяльності і безпосередньо пов'язані зі станом лісоресурсної сфери) у лісовій політиці і практиці лісовирощування відбувається зміщення акцентів до екологічної складової, що зумовило поглиблення принципів стійкого лісокористування, екосистемного лісівництва, а також формування системи сталого управління лісовим господарством та механізмів соціально-екологічної відповідальності.

Сьогодні потребує подальшого дослідження сутніснозмістовна основа розвитку екологічно спрямованого підприємництва з урахуванням галузевої специфіки, його інституціонально-регулююча основа, а також принципи та механізми формування інтегрованих підприємницьких структур та державноприватного партнерства у вирішенні еколого-економічних проблем лісогосподарювання.

У межах необхідності дослідження економічних засад розвитку підприємництва в лісоресурсній сфері нами в інтегральному вигляді сформовано функціональну схему лісового комплексу. Визначена дослідженням територіально-соціально-економічна система формує суб'єкти господарювання, які знаходяться в тісних взаємозв'язках та визначає структуру виробничих процесів на певній території.

Дослідження показують, що територіально-соціально-економічна система лісоресурсної сфери поділяється на ряд функціональних підсистем: регулюючу, виробничу та соціально-екологічну, які визначають сталий розвиток регіону. До такої структури входить природно-ресурсна підсистема, яка представляє собою сукупність природних ресурсів (земельних, лісових, водних, нерудних та корисних копалин), що використовуються в процесі суспільного виробництва [1].

Важливо, що еколого-економічні засади розвитку підприємництва в лісоресурсній сфері визначаються принципами сталого багатоцільового

використання та відтворення лісових ресурсів, особливостями підприємницького підходу до вирішення еколого-економічних проблем лісогосподарювання, а також ринковими трансформаціями з відповідним інституціонально-регулюючим забезпеченням [2]. Мова йде про те, що екологізація лісоресурсної сфери - це система технологічних, організаційно-економічних та інституціональних процесів інноваційного характеру, які забезпечують стале, екологічно збалансоване та соціально відповідальне використання та відтворення лісових ресурсів на підприємницьких засадах. Розуміння розвитку підприємництва в лісоресурсній сфері на еколого-економічних засадах певною мірою споріднено з лісогосподарюванням.

Отже, сутнісно-змістовна основа лісогосподарювання здебільшого адекватна розумінню щодо здійснення лісогосподарського виробництва або ведення лісового господарства суб'єктами господарювання, а також діяльністю у сфері використання та відтворення лісових ресурсів. На наш погляд, зміст лісогосподарювання має бути поглиблений згідно з існуючим у теорії господарського механізму поняттям «господарювання», яке пов'язується з продуктивною організацією виробництва та вибором із можливих варіантів оптимальних управлінських рішень щодо виробництва, розподілу, обміну та споживання певних благ.

Визначено, що сутнісно-змістовна основа сучасного підприємництва в лісоресурсній сфері пов'язується в основному з реалізацією особливих екологічних функцій в умовах дії екодеструктивних факторів техногенного характеру. Тому необхідно поглиблювати еколого-економічні засади розвитку підприємництва в галузі використання та відтворення лісових ресурсів.

Література:

1. Антоненко І. Я. Економічні пріоритети модернізації лісоресурсного комплексу України : макроекономічні важелі. За ред. д.е.н., проф., член-кор. НАН України Б.М. Данилишина. К. : КУТЕП Інформ, 2018. 359с.
2. Мішеніна Г. А. Механізми формування інтегрованих структур у сфері використання та відтворення лісових ресурсів. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. Львів, 2009. Вип. 19.10. С. 26-32.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Гріщенко А.В., аспірант

Одеський національний технологічний університет

Сучасне суспільство прагне до постійних покращень рівня та умов життя, які можуть забезпечити йому економічний розвиток. Вибір і обґрунтування механізмів, що обумовлюють соціально-економічний розвиток, опираються на зовнішні та внутрішні інтереси країни, які пов'язані з реалізацією пріоритетів розвитку та стратегій. Сучасний етап розвитку економіки вимагає від підприємств підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності товарів і послуг на основі впровадження сучасних інноваційних технологій, ведення ефективної соціальної політики та постійного вдосконалення систем господарювання та управління. Соціально-економічний розвиток будь-якого підприємства є невід'ємною умовою його успішного функціонування. Це питання є актуальним як для компанії, що тільки почали своє існування, так і для тих, що давно функціонують на ринку. Особливо важливим є соціально-економічний розвиток для підприємств харчової промисловості, оскільки їх діяльність спрямована виключно на забезпечення соціальних благ населення та бізнес-структур, які, своєю чергою, формують економічний добробут.

Розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці в усіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються[1; 2].

В сучасних реаліях розвиток та управління будь яким підприємством не можна розглядати тільки з економічної та організаційної сторони. Щоб досягти успіху у споживачів та замовників, необхідно вміти мотивувати робітників на стабільну та якісну працю, створювати усі необхідні умови для цього. Для проведення ефективної діяльності підприємства необхідно спочатку провести аналіз соціально-економічних факторів, що впливають на роботу підприємства. Розгляд проблеми з такого боку сприяє не лише економічному розвитку підприємства, а й розвитку економіки країни в цілому. Отже, фактори, що впливають на роботу підприємства та його сталий розвиток, діляться на організаційно-технічні та соціальні. Організаційно-технічні фактори мають на увазі використання сучасної техніки та обладнання, а також освоєння та застосування найновіших технологій праці. Але, враховуючи, що робота виконується людьми та для людей (в більшості випадків), необхідно враховувати ще й соціальні фактори: задоволення соціальних та матеріальних потреб робітників, можливість розвитку та отримання вищої кваліфікації та нових знань. Соціально-економічний розвиток підприємства є однією з головних цілей кожного підприємства. Таким чином, за рахунок підвищення кваліфікації

робочої сили, створення необхідних умов та стимулів можна значно підвищити попит на продукцію та нарощувати капітал [3].



Рисунок.1. Концептуальна модель визначення рівнів впливу та складових економічного розвитку підприємства

Що стосується підприємств харчової галузі, а саме хлібопекарської, яка є однією з провідних галузей харчової промисловості України, призначення якої безперебійне забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів у обсягах, які відповідають нормам державної продовольчої безпеки. Незважаючи на провідну роль дана галузь знаходиться в стані стагнації, обсяги виробництва хліба постійно знижуються, це пов'язано з низкою факторів, таких як: зміна структури харчування населення, зростання цін на хліб, зниження купівельної спроможності населення, конкуренція з боку імпортного хліба. Для подолання цих проблем варто здійснити модернізацію виробництва, покращити якість продукції, збільшити обсяги експорту хліба, переорієнтуватися на інноваційну модель розвитку, зокрема використання новітніх технологій у виробництві продуктів харчування, розширення асортименту інноваційних товарів, розроблення комплексних організаційно-управлінських рішень та впровадження передових маркетингових інструментів, спрямованих на оптимізацію збутових процесів.

Підводячи підсумок щодо сутності та важливості соціально-економічного розвитку підприємства, слід зазначити, що для підприємств хлібопекарської галузі є надзвичайно важливим взаємодія діяльності самого підприємства та

«життя суспільства». Існування компаній досліджуваної сфери тісно пов'язане з потребами суспільства та його платоспроможністю. Розвиток хлібопекарських підприємств найбільше залежить від соціального складника їх діяльності на відміну від підприємств інших галузей, тому головне завдання цих компаній полягає у забезпеченні суспільства необхідними доступними послугами відповідної якості, що, своєю чергою, сприятиме їх економічному зростанню.

Література:

1. Лесик І.М. Соціально-економічні аспекти розвитку суспільства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2018. №. 4. С. 11-17.
2. Лазоренко Л.В Концептуальні засади соціально-економічного розвитку підприємств зв'язку. *Економіка та управління підприємствами*. №. 1(57). С. 84-88. №. 1(57). С. 84-88.
3. Ковтуненко Ю.В. Умови забезпечення економічно безпечного інноваційного розвитку підприємств промислового сектору. *Економічний дискурс*. 2017. № 3. С. 138-146.
4. Зінченко Д. С. Економічний розвиток підприємства і економічна безпека підприємства: генеза, взаємний вплив та взаємозалежність. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2021. №. 18. С. 81-87.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Жигунов Д.Є., студ. СВО «Бакалавр»

Науковий керівник – д.е.н., проф. Басюркіна Н.Й.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Незважаючи на повномасштабну війну, український малий та середній бізнес з 2023 р. швидко розвивається, оговтавшись після шоку 2022 р. Промислові та сільськогосподарські підприємства, підприємства ІТ та сфери послуг продовжують розвиватись, виходять на нові ринки, диверсифікують продукти та інвестують в технології. Незважаючи на воєнний стан, 30 % компаній планують зростання, а 36 % – збільшення кількості персоналу [1].

Початок війни завдав нищівного удару по українському бізнесу. За загальними підрахунками втрати малого та середнього бізнесу склали понад 83 млрд доларів США. Близько 10 мільйонів українців переїхали, при чому частина з них стала внутрішньопереміщеними особами (ВПО), а більшість виїхала за кордон. За рік ситуація кардинально змінилась: велика кількість компаній повернулася на ринок, так саме і значна частина робочих кадрів. На протязі 2022 р. бізнес працював у режимі виживання, а зараз компанії прилаштувались до нових умов і складають повноцінні 2-3 річні плани розвитку. Восени 2023 р. в Україні працювало понад 2 мільйони фізичних осіб-підприємців (ФОПів), значну кількість яких було зареєстровано протягом року. В середньому протягом місяця реєструється близько 25000 нових бізнес-компаній, а закривається близько 17 тисяч [1].

Найкраще розвиваються в умовах війни підприємства ІТ-сфери, які ще й отримали додаткові інвестиції, наприклад, проекти Skyworker, Trinetix, RevMyWork та інші.

На підвищення економічного стану країни впливає розвиток бізнесу ветеранів та членів їх родин в агросфері, у харчуванні населення, в тому числі кав'ярні, та у виробництві різноманітної продукції. Прогнозується, що саме ветеранський бізнес стане рушійною силою для повноцінного відновлення українського підприємництва.

Дані опитування Американської торгівельної палати в Україні і Citi Україна показали головні проблеми розвитку бізнеса в Україні:

- ракетні атаки на бізнес-активи і об'єкти критичної інфраструктури;
- здоров'я і психічний стан робітників;
- зниження економічної і споживчої активності;
- доступ до електроенергії, водо- та теплопостачання, мобільного зв'язку та Інтернет-мережі;
- залучення і збереження топ-кадрів;
- проблеми із транспортом і логістикою;
- збільшення тиску з боку державних органів і регуляторні виклики;
- невисока платоспроможність клієнтів тощо [1].

Розвиток малого і середнього бізнесу відбувається завдяки стійкості і

винахідливості підприємців, які навіть у складні часи не готові закрити власну справу. Свої потреби переважна кількість підприємців вирішували самостійно, в основному, від початку війни було вжито таких заходів:

- релокація – сотні малих і середніх підприємств було перевезено до центральних і західних регіонів через проведення військових дій;
- адаптація продукції та послуг до сучасних потреб – компанії перекваліфікувались на товари та послуги, які мають великий попит саме зараз, наприклад, виробництво продукції тривалого зберігання, пошив одягу для воєнних, виробництво безпілотних літальних апаратів (БПЛА) тощо;
- збільшення обсягів товарів на імпорту;
- отримання кредитування на пільгових умовах та ін.

Без інвестицій бізнес не в змозе вижити за будь-яких умов, і нині існують державні грантові програми, які пропонують певні кошти на певних умовах для відкриття або підтримки існуючого бізнесу, а також приватні особи, який інвестує, наприклад, купуючи приватні ветеранські облігації. За допомогою грантів в Україні було реалізовано понад 7000 бізнес-проектів (пекарні, кав'ярні, малі виробництва тощо). Одними з найбільших грантових проектів стали «Власна справа» і «Варто», а ветерани та члени їх родин можуть отримати кошти на відкриття або розвиток бізнесу. До літа 2023 р. було видано понад 7500 грантів на загальну суму понад 1,8 млрд гривень [1]. Іноземні інвестори доки що обережно ставляться до інвестицій в український бізнес, проте мають масштабні плани на майбутнє, визнаючи великий інвестиційний потенціал країни. Європейська бізнес-асоціація (ЕБА) та асоціація Global Business for Ukraine (GB4U) спільно з компанією Ukraine Invest створили інвестиційну мапу країни для компаній, які планують інвестувати в Україну у майбутньому, а вже зараз важливо знаходити партнерів для роботи в Україні.

Нині проблемою є кредитування бізнесу в Україні, адже умови отримання коштів і відсоткові ставки залишаються високими. Кредитний попит бізнесу залишається дуже великим, бо 48 % підприємств малого і середнього бізнесу потребують для розвитку додаткового фінансування. Для поліпшення умов кредитування бізнесу було створено програму «Доступні кредити 5-7-9 %», яка дозволила більш ніж 50 тисячам підприємств отримати понад 154 млрд гривень. В ній взяли участь 45 із 65 українських банків. Найбільшими реципієнтами стали сільське господарство, торгівля та промисловість [1]. Однак отримати такий кредит вкрай важко через високі вимоги до підприємця, велику кількість документів та тривалі терміни розгляду заявки.

Велику роль у розвитку українського бізнесу відіграє і міжнародна підтримка у фінансуванні. Так, український бізнес отримав від міжнародних партнерів більш ніж 4 млрд євро [1]. Приватний бізнес отримав допомогу у вигляді прямого фінансування, у розподілі кредитних ризиків і гарантів, грантів, донорської допомоги, страхування воєнних ризиків. В процесі реалізації проекти на 2,7 млрд євро і підписані ліміти ще на 1,5 млрд євро. Найбільша допомога надійшла від:

- Європейського банку реконструкції і розвитку;

- Європейського інвестиційного банку;
- Міжнародної фінансової корпорації (IFS);
- KfW – державного банку Уряду Німеччини;
- USAID – Агентства США з міжнародного розвитку.

Власники малих та середніх підприємств здебільшого налаштовані досить оптимістично і бачать такі перспективи на найближче майбутнє:

- 56 % планує підтримувати бізнес;
- 30 % планують збільшувати бізнес;
- 8 % планує збільшити кількість партнерів;
- 4 % планує диверсифікувати послуги/товари;
- 2 % планує вийти на новий ринок [1].

Щомісяця кількість ветеранів у країні збільшується, понад 60 % з них планує відкрити власну справу після повернення з фронту. Нині в Україні успішно працює декілька сотень компаній, заснованих ветеранами.

В 2024 р. держава планує видати понад 12500 мікрогрантів ветеранам та членам їх родин за програмами «Варто», «єРобота» та ін., на що у бюджеті заплановано понад 3,5 млрд гривень.

Розвиток бізнесу ветеранів вирішує соціальне питання, бо допомагає створенню нових робочих місць, прискоренню соціальної адаптації та поверненню до стабільного життя ветеранів та членів їх родин. Такі гранти дають можливість реалізувати бізнес-ініціативи, однак мають певні вимоги до підприємця. Зокрема, отримувач повинен підготувати детальний бізнес-план, провадити діяльність мінімум 3 роки, створити встановлену кількість робочих місць, регулярно звітувати перед державою тощо.

Саме складанню бізнес-планів, відкриттю і веденню власної справи, фінансовому звітуванню бізнесу навчають на спеціальності “Підприємництво та торгівля” в Одеському національному технологічному університеті.

Отже, розвиток малого і середнього бізнесу в Україні відбувається, незважаючи навіть на повномасштабну війну. Після стрімкого падіння економіки в 2022 році, вже через рік бізнес почав зростати, відкриваються нові фірми, підприємства, повертаються до стабільної праці вже існуючі компанії.

Нові інвестиції, гранти і фінансування сприяють підтримці ініціатив бізнес-спільноти. Проте залишаються проблеми із нестабільною державною політикою, тиском з боку державних установ тощо.

Представники української бізнес-спільноти налаштовані оптимістично – 36 % планує збільшення бізнесу у 2024 р. [1], тому можна зробити висновок, що за сприятливих умов ці плани є цілком реальними.

Література:

1. Український бізнес під час війни: реальна аналітика та перспективи на майбутнє у 2024 році. URL: <https://finstream.ua/ukrayinskyj-biznes-pid-chas-vijny-analytika/>. Дата звернення 20.03.2024.

РЕІНЖИНІРИНГ ТРАНСПОРТНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Гуславський Л.К., аспірант

Іваніцький І.О., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Модернізація технологічної бази галузі сучасними та перспективними технологіями, розробка інноваційних продуктів, підвищення конкурентоспроможності підприємств транспортно-логістичної сфери в цілому та перехід на інноваційну модель економічного розвитку мають важливе значення в рамках модернізації національної економіки на засадах Industry 4.0. Транспортні та логістичні технології впродовж останньої декади зазнали значних перетворень. ІТ-технології широко використовуються в управлінських цілях, але багато компаній все ще покладаються на старі та традиційні принципи управління, як це зазвичай робилося. Внаслідок цього, інноваційні управлінські рішення мають повсюдно впроваджуватися, оскільки інновації в управлінні набагато дешевші, ніж у виробничих технологіях. Окрім того, в короткостроковій перспективі інновації в управлінні матимуть велике значення для підвищення конкурентоспроможності на макроекономічному рівні. Безпосередній пошук інноваційної продукції в цих умовах замінюється управлінськими інноваціями, і це має бути основним напрямком стратегічних перетворень для будь-якого підприємства [1].

Револьюційні процеси підвищення ефективності та продуктивності, автоматизації та оптимізації управління засновані на реінжинірингу бізнес-процесів, що дозволяє скоротити виробничі витрати, підвищити ефективність застосовуваних машин та обладнання, поліпшити якість продукції та зменшити кількість продукції, яка не відповідає конкретним вимогам, сприяють підвищенню рівня задоволеності споживачів та конкурентоспроможності підприємства в цілому. Незважаючи на низку перелічених вище переваг, світова практика демонструє, що цей метод, що передбачає сувору перестановку бізнесу, також має деякі недоліки [1].

Транспортну інфраструктуру інноваційної діяльності слід розглядати як самостійну сферу регіональної економіки, особливістю якої є виробництво не матеріальних продуктів, а надання послуг. З розвитком ринкової економіки, основою якої є самостійні та незалежні товаровиробники, які цілком відособлені і ведуть конкурентну боротьбу, стає проблематичною підтримка стійких господарських зв'язків в середині економічних систем різних рівнів, як на державному, регіональному так і, навіть, на місцевому. Тому головною функцією транспортної інфраструктури є формування зовнішніх умов господарювання економічних суб'єктів. Інфраструктура, як самостійна частина господарського механізму, повинна сприяти вільному обміну ринковими ресурсами та реалізувати функції саморегулювання та самонастроювання національної економіки на всіх її рівнях у тісному зв'язку із кон'юнктурними коливаннями регіонального ринку [2].

Транспортна інфраструктура регіонального масштабу швидко розбудовується і особливо ефективно функціонує при умові створення спеціальних або вільних економічних зон (СВЕЗ) та територій пріоритетного розвитку. Практика засвідчує, що найбільш позитивні результати у створенні СВЕЗ забезпечуються при створенні зовнішньоторговельних зон або науково-технічних зон у прикордонних областях. В практиці розбудови СВЕЗ вже існує певний досвід, накопичений науковцями Одеси та Одеського регіону, за допомогою яких були реалізовані програми створення та розвитку зовнішньоторговельних зон у формі "porto-franko", транспортних коридорів міжнародного рівня та технопаркових зон із використанням, в першу чергу, розвинутої транспортної інфраструктури [3].

Реалізація процесу реінжинірингу забезпечується завдяки змін коротко- і довгострокової поведінки підприємства у ринковому середовищі, а також шляхом зміни взаємодії у підсистемі "підприємство-зовнішнє середовище". Оптимізація логістичного процесу передбачає застосування підходу системної інтеграції, який найбільш доцільно реалізувати шляхом використання реінжинірингу, адже це дозволить одночасно удосконалити такі підсистеми, як постачання, виробництво, збут, складування та транспортування [4]

Отже, реінжиніринг — інноваційний інструмент перебудови управлінських рішень, який мають використовувати підприємства. Керівники і топ менеджери підприємств обов'язково мають змінити методику своєї роботи, а підприємства — замінити старі прийоми на докорінно нові. В кінцевому результаті, після здійснення реінжинірингу позитивний результат можливий лише для підприємств, все організували навколо процесів. Велика кількість ділових процедур, які виконуються в процесі здійснення реінжинірингу утворюють бізнес-процес, який в результаті застосування нових функцій та оптимізації старих моделей, сприяє оновленню бізнес-системи, покликаної підвищити конкурентоспроможність підприємства

Література:

1. Шилова Т.О. Модель впровадження процесу реінжинірингу бізнес процесів у транспортно-логістичній галузі. Економіка та суспільство. Випуск 22. 2020 рік. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-86>
2. Крупа К.В. Реінжиніринг – гідна відповідь на виклики оточення. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 10. С. 443-446.
3. Дідух В.В. Здійснення проекту з реінжинірингу бізнес-процесів підприємств: переваги та недоліки. Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: збірн. наук. Праць. Київ. НТУУ "КПІ", 2013. № 3. С. 77-82
4. Simon A.K. Towards a theoretical framework for business process reengineering. [Electronic resource]. Access mode: <http://instantscience.net>

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

Ткачук О.М., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Господарська діяльність підприємств зернопродуктового підкомплексу в умовах нестабільної економіки супроводжується великою кількістю ризиків. Джерела виникнення ризиків господарської діяльності мають свої особливості. Це пов'язано з тим, що на результати господарської діяльності таких підприємств поряд із факторами, які обумовлюють економічну ситуацію у країні, значний вплив здійснює природно-кліматичний фактор. Тому інструментарій управління ризиками на підприємствах зернопродуктового підкомплексу має враховувати особливості цієї галузі економіки.

Вибір методів управління ризиками господарської діяльності на підприємствах зернопродуктового підкомплексу є однією із ключових стадій процесу управління ризиками. У загальному розумінні, управління ризиками в економіці представляє собою сукупність процесів, пов'язаних з ідентифікацією, аналізом ризиків та прийняттям рішень, які передбачають максимізацію позитивних та мінімізацію негативних наслідків настання ризикових подій [1]. Методи управління ризиками господарської діяльності включають в себе прийоми та способи дій, спрямовані на досягнення основної мети з управління ризиком.

Вибір методів управління ризиками господарської діяльності в зернопродуктовому підкомплексі здійснюється з урахуванням сезонності агропромислового виробництва, впливом ризику, обумовленого дією погодних умов, та відносно повільним оборотом капіталу порівняно з іншими галузями економіки [2].

Процес управління ризиками господарської діяльності на підприємствах зернопродуктового підкомплексу та вибір методів їх мінімізації або нейтралізації залежить від багатьох факторів, починаючи зі специфіки діяльності окремо взятого підприємства і закінчуючи економічним середовищем функціонування сільського господарства України.

Проблемою розвитку ринку зерна в Україні є коливання закупівельних цін на пшеницю. Слід зазначити, що за сприятливих економічних умов ціна на будь-який товар має відшкодовувати товаровиробникові всі понесені ним витрати авансованого у виробництво капіталу. Стимулом для виробника є економічний ефект, отримуваний від виробництва – продажу, який залежить від собівартості. Нестабільність цін на продукцію обмежує відтворювальний потенціал сільськогосподарських підприємств та не дає можливості товаровиробникам сформувати достатні для відтворення обсяги накопичень у зв'язку із нестабільністю їхніх доходів [3]. Сільськогосподарські підприємства здебільшого змушені реалізувати зерно у період його обмолоту та в стислі строки

після збирання, що неминуче призводить до зменшення цін на внутрішньому ринку [4].

Невизначеність економічної ситуації, пов'язана з недостатністю необхідної інформації, часто, приводить до ухвалення нераціональних, невірних рішень, до втрати підприємством можливості використовувати засоби і ресурси для досягнення поставленої мети. В результаті асиметричності інформації виникають, так звані, "інтернальні ефекти" або інтерналії, під якими мають на увазі незаплановані, додаткові витрати або доходи. У будь-якому випадку, при необхідному об'ємі інформації, а тим більше, при її недоліку, існує вірогідність виникнення випадкових, непередбачених обставин, які підвищують ступінь невизначеності і ризик [5].

Враховуючи багатогалузеву структуру зернопродуктового підкомплексу, наявність у його складі як сільськогосподарських, так і переробних, промислових, транспортних підприємств, закладів ринкової інфраструктури тощо, доцільно використовувати диференційований підхід до оцінки ефективності управлінської діяльності на підприємствах, що входять до його складу, адже кожна галузь зернопродуктового підкомплексу має свої особливості, пов'язані зі специфікою діяльності.

Література:

1. Седікова І.О., Савенко І.І. Проблеми управління ризиками на підприємствах зернопродуктового комплексу. Економічні інновації. 2012. Вип. 51. С. 345-351.
2. Рейтинг конкурентоспроможності України піднявся. Кореспондент: інтернет-видання. 2017. 27 вересня. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/economics/3890421-reitynhkonkurentospromozhnosti-ukrainy-pidniavsia>
3. Месель-Веселяк В. Я., Федоров М. М. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки України. Економіка АПК. 2016. № 6. С. 37-49
Власова К. В. Інституціональний механізм інноваційного розвитку підприємств АПК України. Молодий вчений. 2018. № 7. С. 224-232.
4. Мартинова Л. В. Формування математичного інструментарію експертної оцінки ризику господарської діяльності зернопереробного підприємства АПК України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки. 2014. Вип. 5. С. 213-217.
5. Alcorn State University Cooperative extension program [Electron. resource]: <http://www.alcorn.edu>.

THE ROLE OF THE SERVICE COOPERATION IN THE FORMATION OF FOOD SECURITY

**I.I. Lazakovich, graduate student
Odesa National University of Technology**

Modern conditions of the development of market relations, various forms of management and the spread of global specialization of the countries of the world require a new consideration of the development of agricultural service cooperatives in the context of their impact on the economy of countries, ensuring food security and participation in international trade. Cooperation processes now concern all levels of business, from large enterprises to small businesses. And, looking at this, all enterprises perform one of the main tasks - ensuring the country's food security. Therefore, the topic under consideration is relevant.

Solving the problem of ensuring food security is an important priority of the state policy of any state and the object of scientific research. It is in providing the country with food that almost all the numerous modern problems and pain points of the functioning of the agro-industrial complex and its basis - agriculture - have become intertwined and concentrated into a complex knot.

The analysis of the latest researches and publications shows that in modern conditions the question of the revival of the agricultural service cooperative is quite acute. In particular, agricultural scientists devoted their works to this topic: V.V. Honcharenko, V.V. Zinovchuk, M.Y. Malik, L.V. Moldavan, A.O. Panteleimonenko and others. However, given their relevance, the problems and prospects for the development of agricultural service cooperatives still require further research, especially in terms of ensuring food security.

The integration of small personal peasant and farm households into cooperative organizations will contribute to ensuring the food security of the state, especially in the fields of horticulture, viticulture, fruit and vegetable growing, cultivation of decorative, medicinal, essential oil and other rare crops [1, p. 268].

Studies have shown that cooperation has a great potential for adaptation of producers to constantly changing economic conditions [2]. Thus, one can agree with the statement that forming and realizing the collective interest of the members of the association, the cooperation acts as a special socio-economic institution and as a system of socio-economic relations, significantly affects the development of the country [3, p. 102].

In Ukraine, the service cooperative also occupies its market niche. However, scientists see that the lack of standardized statistical reporting does not provide an opportunity to comprehensively cover and qualitatively evaluate this process, to analyze the scale of development. All data on the activity of service cooperatives are collected individually, and it is very difficult to assert about the results of work (sales volumes, sales channels and market geography).

Large enterprises, farms, private peasant farms and households work on the market of agricultural products of Ukraine. All of them provide the population with the necessary raw materials and food products. And, if we analyze the conditions of

functioning of these market entities, then the conditions are practically the same for all of them. These conditions allow large enterprises to defend their positions in the competition, while medium and small businesses are practically directly dependent on intermediary structures [4].

Creating conditions for the development of cooperation in Ukraine can simultaneously use the advantages of large commodity production, taking into account the interests of rural commodity producers, and contribute to the revival of rural areas. In the conditions of territorial reform, cooperation can contribute to the formation of reformed communities, and therefore to the improvement of the living standards of rural residents and the development of rural areas in the context of self-sufficiency, strengthening the potential of small and medium-sized producers. Cooperatives mostly produce labor-intensive "niche" products, their activities take place in rural areas, which ensure the socio-economic development of local communities.

Research shows that there are positive results in Ukraine in 2020-2022. 95 demonstrative agricultural service cooperatives were singled out, 8 of which are in the Zaporizhzhia region. All of them are mainly engaged in the sale of plant products (grain and sunflower) and the processing and sale of milk.

The legislative activities of agricultural cooperatives are regulated by the Laws of Ukraine "On Cooperation", "On Agricultural Cooperation", "On Consumer Cooperation", the Decree of the President of Ukraine "On Measures for the Development of the Cooperative Movement and Strengthening its Role in Reforming the Economy of Ukraine on a Market Basis", the Concept of the Development of Farming Cooperatives farms and agricultural cooperation for 2018-2020".

The development of service cooperation will play a significant role in the formation of food security of Ukraine, especially in the conditions of the administrative and territorial reform and decentralization of budget formation, as well as in the post-war period. This process will have a positive impact on the development of entrepreneurial initiative in the country's communities, increase the efficiency and pace of development of the main agricultural industries, contribute to the growth of the competitiveness of small and medium-sized economic entities, expand the volume of production of organic products, increase revenues to local budgets and revive the agrarian economy as a whole.

Literature:

1. Olena Sadchenko, Volodymyr Lagodiienko, Innola Novykova, Olha Feshchenko, Nataliia Ruzhynska, Oleksandr Bogdanov, Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. International Journal of Management, 11 (6), 2020, pp. 241-251. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>
DOI: 10.34218/IJM.11.6.2020.023.
2. Zinovchuk V.V. The economic essence of the concept of "cooperation". Ukrainian cooperation. 2010. No. 3. URL: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua>

3. Prilipko S.M. Innovative development of service cooperatives in rural areas: public-management aspect. State administration and local self-government: coll. of science pr. DRIDU 2018. Kyiv: NADU, 2018. Issue 2 (37). P. 102—108.

4. Pushak, Y., Lagodiienko, V., Basiurkina, N., Nemchenko, V., & Lagodiienko, N. (2021). Formation the system for assessing the economic security of enterprise in the agricultural sector. Business: Theory and Practice, 22(1), 80-90. DOI:<https://doi.org/10.3846/btp.2021.13013>.

ІНТЕГРАЦІЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ХАРЧОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ УКРАЇНИ

Ласкаєв О.М., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Вивчення кращих практик та інноваційних підходів до управління ризиками, які використовуються в інших країнах. Використання таких джерел інформації: Веб-сайти та публікації міжнародних організацій (ВООЗ, ФАО, ISO). Веб-сайти та публікації національних органів влади (FDA, EFSA, CFIA). Наукові журнали та публікації ("Journal of Food Safety", "Food Control", "Risk Analysis"). Аналіз досвіду країн з схожими умовами: Вибір країн, які мають схожі з Україною умови ведення бізнесу, структуру харчової промисловості та законодавство про безпечність харчових продуктів. Вивчення досвіду цих країн у застосуванні інноваційних підходів до управління ризиками. Визначення кращих практик, які можуть бути адаптовані до умов України. Узагальнення та систематизація інформації: Узагальнення та систематизація зібраної інформації про кращі практики та інноваційні підходи до управління ризиками. Створення каталогу кращих практик з детальним описом їх суті, переваг, недоліків та можливостей адаптації до умов України [1].

2. Адаптація іноземного досвіду до умов України: Врахування специфіки українського ринку: Аналіз структури українського ринку харчових продуктів. Визначення основних ризиків, з якими стикаються українські підприємства харчової промисловості. Вибір кращих практик, які можуть бути адаптовані до специфіки українського ринку. Врахування українського законодавства: Аналіз українського законодавства про безпечність харчових продуктів. Визначення кращих практик, які відповідають вимогам українського законодавства. Розробка рекомендацій щодо адаптації кращих практик до вимог українського законодавства. Розробка рекомендацій: Розробка рекомендацій щодо адаптації та впровадження іноземного досвіду застосування інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України. Ці рекомендації повинні враховувати: Специфіку українського ринку харчових продуктів. Вимоги українського законодавства. Можливості та ресурси українських підприємств харчової промисловості[2].

3. Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками: Розробка та впровадження систем управління ризиками: Надання методичної допомоги українським підприємствам харчової промисловості у розробці та впровадженні систем управління ризиками, що відповідають міжнародним стандартам. Сприяння впровадженню інноваційних інструментів та методів для оцінки, аналізу та реагування на ризики. Навчання персоналу підприємств харчової промисловості методам та інструментам управління ризиками. Підтримка та моніторинг: Надання технічної та консультативної підтримки підприємствам харчової промисловості в процесі впровадження інноваційних

підходів до управління ризиками. Моніторинг ефективності впровадження інноваційних підходів до управління ризиками. Оцінка впливу інноваційних підходів на безпечність, ефективність та конкурентоспроможність харчових продуктів. Розширення та вдосконалення: Розширення та вдосконалення системи управління ризиками на основі результатів моніторингу та оцінки.

4. Розвиток та популяризація інноваційних підходів до управління ризиками: Проведення наукових досліджень: Проведення наукових досліджень з метою розробки нових та вдосконалення існуючих інноваційних підходів до управління ризиками. Вивчення та впровадження кращих світових практик у сфері управління ризиками. Створення інформаційних ресурсів: Створення та підтримка інформаційних ресурсів (веб-сайтів, порталів, баз даних) з питань управління ризиками у харчовому виробництві. Надання доступу до інформації про кращі практики, інструменти та методи управління ризиками. Проведення навчальних заходів: Проведення семінарів, тренінгів та інших навчальних заходів для представників підприємств харчової промисловості, органів влади та наукової спільноти з питань управління ризиками. Підвищення кваліфікації фахівців у сфері управління ризиками. Співпраця з міжнародними організаціями: Співпраця з міжнародними організаціями (ВООЗ, ФАО, ISO) з метою обміну досвідом та кращими практиками у сфері управління ризиками. Участь у міжнародних проектах та програмах з питань безпечності харчових продуктів[2].

5. Оцінка результатів та вдосконалення системи: Моніторинг та оцінка: Моніторинг ефективності впровадження інноваційних підходів до управління ризиками. Оцінка впливу інноваційних підходів на безпечність, ефективність та конкурентоспроможність харчових продуктів. Вдосконалення системи: Розширення та вдосконалення системи управління ризиками на основі результатів моніторингу та оцінки. Розробка та впровадження нових інструментів та методів управління ризиками. Забезпечення постійного вдосконалення системи управління ризиками з урахуванням мінливих умов ведення бізнесу та нових викликів у сфері безпечності харчових продуктів. Впровадження методики інтеграції іноземного досвіду застосування інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України дозволить: Підвищити безпечність харчових продуктів. Знизити витрати. Підвищити ефективність. Підвищити конкурентоспроможність українських підприємств харчової промисловості на світовому ринку.

6. Виклики та перспективи:

Виклики: Фінансові ресурси: Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками може потребувати значних фінансових ресурсів. Кваліфікація кадрів: Необхідність у кваліфікованих фахівцях з управління ризиками. Інформаційне забезпечення: Необхідність у доступі до актуальної інформації про кращі практики та інноваційні підходи до управління ризиками. Законодавче забезпечення: Необхідність у вдосконаленні українського законодавства про безпечність харчових продуктів з урахуванням інноваційних підходів до управління ризиками. Перспективи: Підвищення безпечності харчових продуктів: Впровадження інноваційних підходів до управління

ризиками дозволить знизити ризики виникнення харчових отруєнь та інших захворювань, пов'язаних з неякісною їжею. Підвищення конкурентоспроможності: Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками дозволить українським підприємствам харчової промисловості стати більш конкурентоспроможними на світовому ринку. Створення нових робочих місць: Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками стимулюватиме розвиток інновацій у харчовій промисловості та створить нові робочі місця[4,5].

7. Рекомендації:

Створити державну програму підтримки впровадження інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві. Підвищити кваліфікацію фахівців у сфері управління ризиками. Створити інформаційний портал з питань управління ризиками у харчовому виробництві. Вдосконалити українське законодавство про безпечність харчових продуктів з урахуванням інноваційних підходів до управління ризиками. Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України є важливим кроком на шляху до забезпечення безпечності харчових продуктів, підвищення конкурентоспроможності українських підприємств харчової промисловості та створення нових робочих місць.

8. Приклади інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві: Використання систем НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points): Ці системи дозволяють ідентифікувати, аналізувати та контролювати критичні точки контролю у процесі виробництва харчових продуктів. Використання методів прогнозування ризиків: Ці методи дозволяють передбачити ймовірність виникнення ризиків та вжити заходів для їх запобігання. Використання систем моніторингу та раннього попередження: Ці системи дозволяють вчасно виявити ризики та вжити заходів для їхнього усунення. Використання систем простежування та відстеження: Ці системи дозволяють відстежувати джерело походження харчових продуктів та їх рух по ланцюжку поставок. Використання методів аналізу даних: Ці методи дозволяють ідентифікувати ризики, які неможливо виявити за допомогою традиційних методів. Впровадження цих інноваційних підходів дозволить українським підприємствам харчової промисловості: Підвищити безпечність харчових продуктів. Знизити витрати. Підвищити ефективність. Підвищити конкурентоспроможність на світовому ринку[6-8].

Інтеграція іноземного досвіду застосування інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України має значний потенціал для покращення безпечності харчових продуктів, підвищення ефективності та конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку. Для успішного впровадження інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України необхідні: Державна підтримка: Створення державної програми підтримки впровадження інноваційних підходів до управління ризиками, виділення бюджетних коштів на дослідження та розробки в цій сфері, надання податкових пільг підприємствам, які впроваджують

інноваційні підходи до управління ризиками. Підвищення кваліфікації фахівців: Розробка та проведення навчальних програм та курсів для фахівців харчової промисловості з питань управління ризиками, організація стажувань на підприємствах інших країн, які мають досвід впровадження інноваційних підходів до управління ризиками. Створення інформаційного порталу з питань управління ризиками: Створення веб-сайту, де будуть розміщені інформаційні матеріали про кращі практики та інноваційні підходи до управління ризиками, а також методичні рекомендації щодо їх адаптації до умов України. Вдосконалення українського законодавства про безпечність харчових продуктів: Приведення українського законодавства у відповідність до міжнародних стандартів, розробка та прийняття нових законів та нормативних актів, які регулюють питання управління ризиками у харчовому виробництві. Впровадження інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України дозволить:

Підвищити безпечність харчових продуктів: Зменшити ризики виникнення харчових отруєнь та інших захворювань, пов'язаних з неякісною їжею. Знизити витрати: За рахунок оптимізації виробничих процесів, зменшення втрат та відходів, а також підвищення ефективності використання ресурсів. Підвищити конкурентоспроможність: За рахунок покращення якості та безпечності харчових продуктів, а також підвищення довіри споживачів до української харчової промисловості. Створити нові робочі місця: За рахунок розвитку інновацій у харчовій промисловості та розширення ринків збуту. Інтеграція іноземного досвіду застосування інноваційних підходів до управління ризиками у харчовому виробництві України є важливим кроком на шляху до забезпечення продовольчої безпеки країни, підвищення конкурентоспроможності української харчової промисловості на світовому ринку та створення нових робочих місць.

Література:

1. О.А. Герасименко, В.В. Лагутіна, О.В. Малишенко. Інтеграція іноземного досвіду управління ризиками у харчовому виробництві України. Вісник Національного університету харчових технологій. 2022. № 3 (67). С. 12-17.
2. Н.М. Бондаренко, О.В. Коваленко, Л.М. Паламарчук. Інноваційні підходи до управління ризиками у харчовому виробництві. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2022. № 2 (82). С. 11-16.
3. О.І. Петренко, О.О. Сидоренко, І.В. Шевченко. Вплив інноваційних підходів до управління ризиками на безпечність харчових продуктів. Продовольча безпека: науковий журнал. 2022. № 1 (27). С. 18-23.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України: <https://minagro.gov.ua/>
5. Офіційний веб-сайт Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів: <https://dpss.gov.ua/>

6. Офіційний веб-сайт Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО): <https://www.fao.org/home/ar/>

7. ISO 22000:2018: Системи менеджменту безпечності харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в ланцюжку харчових продуктів.

8. CODEX Alimentarius: Збірник міжнародних стандартів, рекомендацій та кодексів практики, прийнятих Комісією Кодекс Аліментаріус.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Лизогуб А.О., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Важливою складовою економіки кожної країни є харчова промисловість, її ефективне функціонування є фактором економічного та соціального зростання. Харчова промисловість України задовольняє потреби споживачів у продовольчих товарах, формує потужний експортний потенціал та сприяє формуванню державного бюджету через надходження іноземних інвестицій, а також забезпечує робочими місцями населення країни. Харчова промисловість вважається провідною, бюджетоутворюючою галуззю, від якої залежить розвиток внутрішнього і зовнішнього аграрних ринків, рівень та якість життя населення. Загалом харчова промисловість споживає значну частку від світового обсягу видобутку прісної води та використовує всі землі сільськогосподарського призначення. Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств харчової промисловості нашої країни характеризується нестабільністю, фінансовою незбалансованістю, вимагає державного регулювання і потребує активізації та оптимізації напрямків її розвитку.

Метою даної роботи є дослідження проблем функціонування і визначення тенденцій інвестиційно-інноваційного розвитку харчових підприємств.

Проблеми ефективного функціонування розвитку підприємств харчової промисловості та чинники, які на це впливають, розглядалися в роботах українських вчених Л. Дейнеко, В. Ємцева, Г. Калетніка [1].

Розвиток харчової промисловості, задоволення потреб внутрішнього ринку в продовольчих товарах та формування експортного потенціалу, перманентно зростаючий світовий попит на продовольство є головними завданнями економічної політики України, що є стимулом до розвитку підприємств харчової промисловості. Харчова промисловість є важливою складовою агропромислового комплексу. У сучасних умовах харчова промисловість має надзвичайно сприятливі умови для ефективного розвитку. Водночас вона залежить від інших галузей: машинобудівної, нафтопереробної, енергетичної, хімічної. Значний вплив на її розвиток здійснює також фінансова забезпеченість населення, яке споживає продукцію.

Україна може бути продовольчо незалежною, має достатній природно-економічний потенціал для виробництва харчових продуктів, але існує низка проблем, які є нагальними для харчової промисловості:

- залежність від загально-економічної та політичної ситуації в країні, ресурсної бази підприємств та купівельної спроможності населення;
- недостатність фінансової підтримки підприємств та зміни в обсягах виробництва харчової продукції не сприяє належному відновленню, реконструкції та модернізації харчових підприємств;
- недостатнє використання потенціалу окремих видів діяльності в харчовій індустрії;

- значна зношеність виробничих потужностей підприємств харчової промисловості та висока вартість їх оновлення;
- відсутність досконалої нормативно-законодавчої бази регулювання харчової промисловості та належної державної підтримки;
- відсутність чіткої інвестиційно-інноваційної політики;
- низький рівень інвестиційного забезпечення інноваційних процесів підприємств харчової промисловості [2].

Харчова промисловість є однією з провідних галузей вітчизняної економіки. Вона гарантує продовольчу безпеку держави, формує її експортний потенціал, здатна позитивно впливати на динаміку економічного зростання України. В умовах сьогодення українська харчова промисловість переживає нелегкі часи. Водночас відбувається активізація діяльності з розширення ринків збуту та вирішення питань якості продукції, оснащеності підприємств, які виробляють продукти харчування тощо. Українська продукція стала більш вразливою до змін попиту на ринках країн Далекого Сходу, тому українській харчовій промисловості необхідно змінювати пріоритети своєї діяльності та модернізувати виробництво [3].

На основі аналізу основних показників розвитку підприємств харчової промисловості, її інвестиційно-інноваційної діяльності, можна відзначити, що харчова промисловість є достатньо перспективною та конкурентоздатною, формує потужний експортний потенціал. Тому розвиток харчової промисловості має бути комплексним, враховуючи підгалузеву диференційованість, трудовий потенціал, вагомість окремих товарних груп в експортній діяльності країни та інше. Для сприяння інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств харчової промисловості необхідно враховувати світові тенденції, внутрішній та зовнішній попит на окремі види інноваційної продукції, для чого потрібні:

- державна підтримка наукових інвестицій;
- податкове стимулювання інноваційної діяльності;
- створення сприятливих умов для вкладення іноземного капіталу;
- пільгове кредитування;
- модернізація існуючих та створення нових підприємств харчової промисловості.

Література:

2. Калетнік Г.М., Коваленко О.В., Брояка А.А. Сучасні тенденції розвитку харчової промисловості та її місце в економіці держави // *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 8 (24). С. 7-26.
3. Новойтенко І.В., Слободян Н.Я., Малиновський В.В. Перспективи розвитку харчової промисловості в Україні // *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 11. С. 454-460.
4. Семененко О.Г. Аналіз розвитку харчової промисловості України // *Економіка та управління. Економічний вісник університету ім. Г. Сковороди*. 2017. Випуск № 33/1. С. 168-182.

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ КОРИГУВАННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ

Момот В.Ю., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Згідно ст. 49 Митного кодексу України митною вартістю товарів, які переміщуються через митний кордон України, є вартість товарів, що використовується для митних цілей, яка базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари. Статтею 54 МКУ передбачено, що контроль правильності визначення митної вартості товарів здійснюється митним органом під час проведення митного контролю і митного оформлення шляхом перевірки числового значення заявленої митної вартості. Митний орган має право упевнюватися в достовірності або точності будь-якої заяви, документа чи розрахунку, поданих для цілей визначення митної вартості. У разі, якщо надані до митного оформлення документи містять розбіжності, митний орган може надіслати письмовий запит з вимогою надіслати додаткові документи, які підтверджують митну вартість. Такими документами, як правило, є[1]:

- виписка з бухгалтерської документації;
- каталоги, специфікації, прайс-листи виробника товару;
- копія митної декларації країни відправлення;
- висновок про якісні та вартісні характеристики товарів, підготовлені спеціалізованими експертними організаціями;
- розрахунок ціни (калькуляція).

Важливо розуміти які у митних органів є підстави вважати, що заявлено неповні та/або недостовірні відомості про митну вартість товарів, у тому числі невірно визначено митну вартість товарів[2].

Митні органи можуть не визнати заявлену митну вартість у разі[1]:

- 1) невірно проведеного декларантом розрахунку митної вартості;
- 2) неподання основних документів, які підтверджують відомості про заявлену митну вартість товарів;
- 3) невідповідності обраного декларантом або уповноваженою ним особою методу визначення митної вартості товару;
- 4) надходження до митного органу документально підтвердженої офіційної інформації митних органів інших країн щодо недостовірності заявленої митної вартості.

Частиною 7 ст. 54 МКУ встановлено, що у разі якщо під час проведення митного контролю митний орган не може аргументовано довести, що заявлено неповні та/або недостовірні відомості про митну вартість товарів, у тому числі невірно визначено митну вартість товарів, заявлена декларантом або уповноваженою ним особою митна вартість вважається визнаною автоматично[1].

На сьогоднішній день існує тенденція коли дедалі частіше митні органи безпідставно виносять рішення про коригування митної вартості, застосовуючи другорядні методи визначення митної вартості. Внаслідок цього більша частина

імпортерів під час провадження зовнішньоекономічної діяльності стикається із складнощами, пов'язаними із визначенням митної вартості товарів.

Ситуації, коли митні органи не визнають заявлену митну вартість, призводять або до судового оскарження відповідних рішень, або до відкликання митних декларацій для коригування вартості, що зумовлює необхідність доплати митних платежів [2].

Слід відзначити, що у понад 70% випадків в контексті коригування митної вартості, судові рішення ухвалюються не на користь митних органів. Це фактично призводить до збільшення фінансових втрат державного бюджету для покриття судових витрат, понесених імпортерами.

Доволі часто митні органи аргументують рішення про коригування митної вартості тим, що у наданих до митного оформлення документах (контрактах, інвойсах, пакувальних листах, тощо) недостатньо інформації для визначення такої складової митної вартості товарів як витрати на пакування. Не зупиняє митників і вказівка в зовнішньоекономічному договорі, що ціна на товар включає вартість пакування та маркування [2].

Іноді митні органи вказують на недоліки в певних первинних документах, наприклад, помилки або неточності в прайс-листах, комерційних пропозиціях, CMR тощо. Використовуючи ці аргументи, посадовці митниці протиправно виносять рішення про коригування митної вартості товарів[2]. Часто митники зауважують, що у наданому прайс-листі є посилання на конкретного імпортера, що не дає змогу визначити чи актуальна дана цінова пропозиція для інших учасників ринку. Насправді, жодним нормативно-правовим актом України не встановлено вимог до оформлення прайс-листів, видачу їх адресно чи необмеженому колу осіб. Фактично наданий до митного оформлення прайс-лист свідчить про вартість товару яку визначив продавець покупцеві з урахуванням ділових взаємовідносин та інших чинників.

Не рідкісним аргументом митних органів про наявність розбіжностей є те, що в банківських платіжних документах, що стосуються товару, наявне посилання лише на контракт, що не дає змогу ідентифікувати за якою саме поставкою здійснюється оплата [2]. Однак, надані до митного оформлення платіжні документи мають посилання на реквізити контракту укладеному між сторонами (граф 70 платіжної інструкції). Отримувачем сплачених грошових коштів є продавець за контрактом (граф 59 платіжної інструкції). Розмір перерахованих грошових коштів повністю співпадає з розміром коштів зазначених у інвойсі. Перелічені обставини дають змогу в повній мірі ідентифікувати платіжний документ з партією товарів, що підлягає митному оформленню.

Досить часто, коригуючи митну вартість товарів, митниця залишає поза увагою умови поставки товарів. Умови поставки визначають обов'язки продавця по доставці товару до вказаного місця та визначають момент переходу ризику випадкової втрати або ушкодження товару. Існують умови поставки, при яких складова «транспортні витрати» вже включена у вартість товарів, яка вказана в інвойсі. Аналогічні дії митниці були предметом розгляду у справі №825/2410/16,

в якій Верховний Суд у постанові від 16 червня 2023 року наголосив на тому, що в разі поставки товару на умовах CFR транспортні витрати вже є включеними до фактурної вартості товару, тому під час визначення митної вартості не додаються до ціни, що була фактично сплачена або підлягає сплаті [2].

Приписи чинного законодавства зобов'язують митницю зазначати конкретні обставини, які викликали відповідні сумніви. Імперативна умова невизнання митницею заявленої митної вартості - це наявність обґрунтованих сумнівів. Відсутність належного обґрунтування митним органом причин та суті запиту додаткових документів може стати однією із підстав для подальшого визнання рішення про коригування митної вартості незаконним [3].

Правові позиції Верховного Суду підтверджують, що у разі виходу митним органом за межі повноважень, платнику податків варто відстоювати свої права та оскаржувати незаконні рішення [3].

Література:

1. Інтернет ресурс <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> - Митний кодекс України – № 4495-VI від 13.03.2012.
2. Інтернет ресурс <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/11/8/706389/> - Коригування митної вартості. Як бізнесу відстояти свої інтереси. – 08.11.2023
3. Інтернет ресурс https://biz.ligazakon.net/analitics/207595_spori-shchodo-koriguvannya-mitno-vartost-tovaru-aktualna-sudova-praktika - Спори щодо коригування митної вартості товару: актуальна судова практика. – 18.11.2021.

FEATURES OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

**Maksymenko, M.O., graduate student
Odesa National University of Technology, Odesa**

Currently, the functioning of the domestic economic system is characterized by a high degree of risk and instability, which requires business leaders to develop and implement new management approaches in terms of analysis and evaluation of the company and its results and consequences. It should be noted that domestic enterprises engaged in the foreign economic activity feel the impact of these processes, and based on this fact, they need to consider the degree of competition there and its characteristics when entering new international markets.

The peculiarities of the functioning of the foreign economic activity of enterprises in the modern conditions of the transforming economy are manifested in various forms of ownership and the development of market relations in the Ukrainian economy, which are accompanied by increased competition, difficult conditions of economic activity, a decrease in the predictability of results, and an increase in the severity of economic consequences caused by management errors.

Strategic management of the enterprise's foreign economic activity can be defined as a set of processes aimed at the development and implementation of the strategy of foreign economic activity as part of the general strategy of the enterprise, taking into account existing opportunities and changes occurring in the external and internal environment [1].

The system of foreign economic activity includes such components as the subject and object of management, principles and functions of foreign economic activity, input and output parameters of the system, selected environmental factors, the specified feedback, which is the management of foreign economic activity and highlighted results of its functioning [2].

The nature and form of the enterprise's work on the market depends on the peculiarities of the management of foreign economic activity (hereinafter referred to as foreign economic activity). In this regard, there is now an urgent need for many enterprises to completely rebuild management approaches, which should be based on a strategic approach and management synergy, and the essence of the approach is to strengthen systemic or synergistic effects.

The internal sphere of the enterprise functioning as a subject of the foreign economic activity is largely determined by the nature of the economic system of the country in which the company operates and includes market infrastructure, institutional environment, business climate and more.

Enterprises in conducting the foreign economic activity form and implement their business strategy and financial, operational, pricing, marketing policy on the basis of self determined forms and methods of the foreign economic activity, as well as their organizational and legal status. This gives the company the ability to systematically and effectively use both its own benefits and regional, as well as external factors, such as new technologies and investments; to quickly and successfully solve issues of

economic, industrial, social, scientific and technical nature to get more benefits from the foreign economic activity.

To improve the efficiency of foreign economic activity, it is very important that the entire management system works as a single mechanism. That is why it is necessary to revise the traditional approaches to management by building innovative mechanisms of management systems that will be able to maintain and develop competitive positions in international markets. To achieve this goal, it is appropriate to develop, build and effectively operate an organizational and economic mechanism for managing foreign trade at the level of enterprises, as one of the competitive advantages in the conditions of international competition.

The study of the structure of the organizational and economic mechanism of the strategic management of foreign trade will allow to give an objective assessment of the effectiveness and significance of the structure of foreign economic activity in the general system of enterprise management, export potential, its structure and volumes, the level of technological rearmament, the development and introduction of new types of products, which is very important for successful functioning under the changing conditions of the modern world market.

Literature:

1. Pergat L.I. The essence of strategic management of the enterprise's foreign economic activity. Culture of the peoples of the Black Sea region. 2012. No. 244. P. 114–119.
2. Lagodiienko, V., Popelo, O., Zybareva, O., Samiilenko, H., Mykytyuk, Y., Alsawwafi, F.M.A.S. (2022). Peculiarities of the management of the foreign economic activity of enterprises in current conditions of sustainability. International Journal of Sustainable Development and Planning, Vol. 17, No. 4, pp. 1215-1223. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170420>

ТОТАЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Тодавчич В.П., студент

**Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Інновації є ключовим фактором для розвитку сучасного суспільства та економіки. Вони впливають на усі сфери життя, від технологій та науки до бізнесу та культури. Дослідження інноваційних процесів є актуальним завданням для вивчення їхнього впливу, механізмів розвитку та сприяння сталому зростанню. В цьому есе розглянемо тоталогічні аспекти дослідження сучасних інноваційних процесів та їх значення для розвитку суспільства.

Перш за все, тоталогічний підхід до дослідження інноваційних процесів передбачає розгляд їх у контексті загальної системи. Це означає, що інновації розглядаються як складова частина більшої системи взаємозв'язків та впливів[1]. Наприклад, вивчення інновацій у галузі технологій повинно враховувати їхній вплив на економіку, соціальні структури, культуру та навколишнє середовище. Друге, тоталогічний підхід передбачає аналіз інноваційних процесів на всіх рівнях їхнього виявлення. Це означає вивчення не лише технічних аспектів інновацій, але й їхніх соціальних, економічних та культурних наслідків. Наприклад, дослідження впровадження нових технологій повинно включати аналіз їхнього впливу на робочі місця, рівень життя населення та економічний зріст. Третє, тоталогічний підхід до дослідження інноваційних процесів передбачає вивчення їхнього еволюційного розвитку. Це означає аналіз появи, розповсюдження та впровадження інновацій з часом, а також їхніх взаємозв'язків з історичними, культурними та економічними умовами. Наприклад, дослідження розвитку інформаційних технологій може включати аналіз їхньої еволюції з моменту появи перших комп'ютерів до сучасних хмарних технологій та штучного інтелекту [2].

У підсумку, тоталогічні аспекти дослідження сучасних інноваційних процесів є ключовими для розуміння їхнього суттєвого впливу на сучасне суспільство та економіку. Цей підхід дозволяє розглядати інновації як частину більшої системи взаємодії та впливу, враховуючи їхній технічний, соціальний, економічний та культурний контекст. Дослідження інноваційних процесів за тоталогічним підходом допомагає розкрити їхню повноту та складність, а також розуміти їхні наслідки та перспективи розвитку [3].

Засновники та прихильники тоталогічного підходу відзначають, що такий метод дослідження є особливо ефективним у контексті інноваційних процесів. Це зумовлено тим, що інновації самі по собі є складними та мінливими явищами, які впливають на багато аспектів суспільства та економіки. Такий підхід дозволяє не лише аналізувати технічні аспекти інновацій, але й їхній соціокультурний вплив, взаємозв'язки з іншими галузями та процесами. Одним з ключових аспектів тоталогічного дослідження інновацій є врахування їхнього

еволюційного характеру. Це означає вивчення інновацій як процесу, що змінюється з часом та взаємодіє з історичними, культурними та технологічними умовами. Такий підхід дозволяє розуміти, як інновації виникають, розвиваються та впливають на суспільство, а також передбачати їхні майбутні наслідки.

Дослідження сучасних інноваційних процесів за тоталогічним підходом також включає аналіз їхньої системної природи. Це означає розгляд інновацій як складової частини більшої системи взаємозв'язків та взаємодії, що включає різні аспекти суспільства та економіки. Такий підхід допомагає зрозуміти, як інновації впливають на різні галузі та сфери діяльності, а також визначити найбільш ефективні стратегії їхнього впровадження та розвитку.

У світлі висловленого можна зробити висновок, що тоталогічні аспекти дослідження сучасних інноваційних процесів є важливим і перспективним напрямом в науці та дослідницькій практиці. Вони дозволяють отримати комплексне розуміння інновацій як складного та багатогранного явища, що впливає на різні аспекти сучасного життя.

Тотальність стосується розуміння всієї системи існування як єдиного цілого, де сизигія, або самогармонізація існування, відіграє ключову роль. Тотальність є концепцією, що стверджує, що всі аспекти існування пов'язані та взаємодіють один з одним, утворюючи єдине ціле. Механізм сизигії та міра сизигійності пояснюють, чому певні форми існування є стійкими, а інші - ні. Цей підхід також розглядає механізми метаморфоз існування, тобто процеси зміни та перетворення різних аспектів буття.

Література:

1. Ягодзінський С. М. Традиції та інновації в науковому дискурсі. Totallogy-XXI (десятий випуск). Постнекласичні дослідження. Київ: ЦГО НАН України, 2003. С. 150-163
2. Теліженко Л.В. Постнекласичний зміст гуманітарної інноватики: тоталогічний аспект. Totallogy-XXI. Постнекласичні дослідження. 2013. № 30. С. 96 - 111.
3. Карпенко В.С. Філософія техноінтелекту в XXI ст. Totallogy-XXI. Постнекласичні дослідження. 2013. № 30. С. 132-144.

ПРАКТИКИ ІРРАЦІОНАЛЬНОГО МИСЛЕННЯ У ПІЗНАННІ АМОДАЛЬНИХ СМИСЛІВ: ПОШУК БІЗНЕС-ІДЕЙ, ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ТА НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Блідар А.О., студ.

**Науковий керівник – ст. викладач Спаський І.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

У сучасному світі, де технологічні досягнення швидко розвиваються, а обсяги інформації безперервно зростають, здатність до раціонального аналізу та прийняття рішень стає ключовою. Однак, існують ситуації, коли ірраціональне мислення може виявитися корисним і навіть необхідним для досягнення успіху.

В сфері підприємництва іноді ірраціональне мислення може виявитися надзвичайно корисним у пошуку новаторських ідей. Креативність часто вимагає відкритості до нових концепцій і відмови від традиційного, раціонального мислення. В процесі прийняття рішень, ірраціональне мислення може допомогти збалансувати об'єктивні аспекти з емоційними та інтуїтивними факторами. У наукових дослідженнях також існують сфери, де ірраціональне мислення може мати своє місце. Наприклад, у галузі психології та соціології інтуїція та емоції можуть виявитися важливими при вивченні людської поведінки та реакції на зовнішні подразники. Деякі вчені навіть вважають, що інтуїтивне розуміння може виявитися важливішим у певних ситуаціях, ніж логічне мислення.

Одним з найважливіших прикладів практик ірраціонального пізнання є ідеація. Ідеація як ключова концепція феноменології, запропонована Е. Гусерлем, полягає у вивченні сутності об'єктів, незалежно від їх існування у реальному світі [1]. Гусерль стверджував, що ми можемо вивчити ці сутності через акт інтуїції, аналізуючи їх у чистому вигляді, відокремленому від будь-яких зовнішніх умов чи контекстів. Цей метод вимагає від нас відкинути передсуди та попередні знання про об'єкти і досліджувати їх так, ніби ми бачимо їх вперше [2]. Одним з ключових аспектів ідеації є пошук сутності пізнання, який Гусерль вважав фундаментальним для філософії. Він прагнув визначити те, що робить наше пізнання можливим, і як це відбувається. За допомогою ідеації, Гусерль намагався дослідити, як можливо формувати смислові уявлення про об'єкти, і які принципи керують нашим сприйняттям світу [3].

Ідеація Гусерля, хоча і складна, відкриває нові можливості для розуміння світу та нашого місця в ньому. Вона нагадує нам про необхідність піддавати сумніву наші попередні уявлення та підходити до пізнання з відкритим розумом. Ця концепція продовжує впливати на філософію та інші науки, надаючи нові шляхи для дослідження та розуміння світу, що нас оточує. Взагалі амодальний смисл - це вид переживаного людиною значення (смыслу), відмінний від "модальних смислів" (виражених у яких-небудь модальностях - візуальній, аудіальній, кінестетичній, вербальній) характером усвідомлення - амодальний смисл усвідомлюється як цілісне інтелектуальне переживання. Смысл, який міститься в активному пізнавальному контурі, не є самим пізнавальним

контуром свідомості, але поза формою свого існування (явлення у свідомості) він актуально не проявляється. Смысл проявляється у психічних продуктах. Навпаки, у пам'яті (безсвідомій психіці) смысл зберігається без означених носіїв. Ані відчуття, ані образи, ані думки, тим більше емоції або дії не зберігаються в пам'яті. І немає, отже, підстав для виділення зорової, слухової або моторної пам'яті. Людина запам'ятовує в зоровій модальності, на слух або за допомогою дотику, але це не означає, що спосіб запам'ятовування, форма визначають характер мнемічного сліду, а, отже, тип пам'яті. Іншими словами, пам'ять записує і зберігає лише значення, породжені в той чи інший момент часу у свідомості, а не самі продукти психічної активності, оскільки останні виявляються і існують лише в той момент, коли переживаються у свідомості. Пам'ять же, хоча і існує як актуальний безсвідомий зміст психіки, зберігає інформацію про минуле. У зв'язку з цим, семантична модель світу або картина світу є амодальною за своєю природою. Амодальний також і смысл як психічний субстрат пам'яті.

Ірраціональне мислення, хоча і часто розглядається як протилежне раціональному, може мати важливе значення в різних аспектах життя, включаючи бізнес, прийняття рішень та наукові дослідження. В контексті пошуку бізнес-ідей, ірраціональне мислення може стимулювати творчий процес та сприяти інноваціям. У прийнятті рішень ірраціональні елементи, такі як інтуїція, можуть допомогти збалансувати об'єктивність з емоціями та врахувати аспекти, які не піддаються чіткому логічному аналізу. У наукових дослідженнях ірраціональне мислення може допомогти вивчати та розуміти людський досвід та поведінку, що не завжди піддається раціональному поясненню.

Література:

1. Гусерль Е. Ідеї чистої феноменології і феноменологічної філософії: Книга перша. Загальний вступ до чистої феноменології. Харків: Фоліо, 2020. 348 с.
2. Гусерль Е. Картезіанські медитації. Вступ до феноменології. Київ: Темпора, 2021. 304 с.
3. Husserl E. Cartesianische Meditationen und Pariser Vorträge; [herausgegeben von Stefan Strasser]. Den Haag: Martinus Nijhoff Publishers, 1950. 183 S.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ У ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГАХ

Загора Р.В., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В умовах глобалізації економіки, визначальним проявом якої є посилення міжнародних економічних зв'язків, транспортні послуги є пріоритетною складовою національного продукту України. Транспортна система України відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку міжнародних економічних відносин і надає унікальну можливість для організації конкурентоздатних транзитних маршрутів, оскільки Україна має вигідне економіко-географічне і геополітичне положення.

Транспортна система України є важливою складовою національної економіки, тому що має потужний ресурс і впливає на рівень розвитку країни та визначає її місце в світовій економіці. Транспорт відіграє пріоритетну роль у забезпеченні розвитку міжнародних економічних відносин і надає унікальну можливість для організації конкурентоздатних транзитних маршрутів, оскільки Україна має вигідне економіко-географічне і геополітичне положення. Військові дії в наслідок неоголошеної війни зі сторони рф спричинили процес руйнування існуючих логістичних ланцюгів, що призводить до необхідності дослідження питань пов'язаних з підвищенням ефективності перевезень в нових невизначених умовах.

Для підвищення ефективності міжнародних автомобільних перевезень вантажів важливим є дослідження логістичних ланцюгів. Аналіз їх видів, структури, особливостей та вимог клієнтів дозволить проектувати логістичні ланцюги.

Логістичний ланцюг (logistical chain) — це лінійно впорядкована кількість фізичних та/чи юридичних осіб (виробників, перевізників, посередників, складів тощо), які виконують логістичні операції з доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої чи до кінцевого споживача [1]. У загальному випадку логістичний ланцюг об'єднує виробника та споживача, хоч часто має складну структуру. У логістичних ланцюгах виділяють такі основні компоненти: зовнішню (власне виробництво) і внутрішню (внутрішньовиробничу) логістику; збут продукції та сервісне обслуговування споживачів чи замовників. Ефективність логістичних зв'язків набагато залежить від таких чинників, як інфраструктура підприємства, управління персоналом та його кваліфікація, розвиток технології виробництва, раціональна організація матеріальних, енергетичних та інформаційних потоків.

Організаційна структура ланцюга постачання може бути різноманітною і залежить від вартості продукту, його габаритних та вагових параметрів, терміну зберігання, доступності, розміру підприємства, територіальних масштабів його діяльності, потрібного терміну доставки та наявної інфраструктури тощо. Масові вантажі (навальні, сипкі, наливні) мають велику вагу та обсяг поставок за

відносно низької вартості. Для доставки таких вантажів застосовується короткий ланцюг поставок з мінімальною кількістю посередників, а постачальники розміщуються якомога ближче до кінцевого споживача. Партійні вантажі мають вищу вартість і виготовляються на спеціалізованих підприємствах, тому в них ланцюг постачань довший [2, 3].

Отже, міжнародний автомобільний логістичний ланцюг - це інтегрована, лінійно впорядкована кількість фізичних та/чи юридичних осіб (виробників, перевізників, посередників, терміналів, митних органів тощо), які виконують логістичні операції з доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи, що знаходиться в країні відправлення до іншої чи до кінцевого споживача, що знаходиться в країні призначення.

Формування сучасної логістичної концепції автомобільних перевезень полягає у створенні дієвого механізму управління інформаційними потоками міжнародних перевезень.

Література:

1. Schulz, John D. 25th Annual State of Logistics: It's complicated. *Logistics Management*. July. 2014. Режим доступу: [www.URL: http://www.logisticsmgmt.com/article/25th_annual_state_of_logistics_its_complicated](http://www.logisticsmgmt.com/article/25th_annual_state_of_logistics_its_complicated)
2. Снегін О.В. Аналіз стану міжнародних автомобільних перевезень вантажів в Україні. *Вісник Національного транспортного університету*. 2016. №34 (1). С.554-560.
3. Лагодієнко В.В., Корнієцький О.В. Логістика по-японськи: підвищення ефективності діяльності підприємств. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. №275. С. 207-210.

COMPONENTS OF STRATEGIC REGULATION IN THE SPHERE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

**Popkova Svitlana, graduate student
Odesa National University of Technology**

The current socio-economic state of the country, the corruption of the government, the implementation of policies that harm national interests lead to the aggravation of the country's social problems, including: rising prices, low levels of salaries or pensions, unemployment, high utility tariffs, medical problems, and a reduction in the level of social security of the population. Solving the mentioned social problems, ensuring social stability without delaying economic development requires the formation of such a mechanism for the activation of society as social entrepreneurship.

The definition of social entrepreneurship is related to the leaders who create such enterprises, including the leaders of public organizations and movements. It is believed that social entrepreneurship is a leader aimed at changes in society. Social entrepreneurship (from other forms of entrepreneurship) is considered to be distinguished by: social importance and a high culture of innovation and openness; creation of social value and profit orientation to achieve self-sufficiency; reducing dependence on donations and government funding; increasing the potential and list of services and goods of social importance [1].

The social benefits received from such activities will never compensate for the social losses associated with it. Violation of the correspondence between goals and instruments of economic policy leads not only to direct losses in the form of funds not received to the budget or discrimination of business entities, but also creates negative externalities in all spheres of economic activity.

The difference between social enterprises is: ambition (social enterprises solve major social problems; they work in all forms of organizations: innovative non-profit organizations; hybrid organizations; social purpose organizations; mixed elements of non-profit and public organizations); social mission (this is the creation of: social value, not wealth, which is the central criterion of a successful social enterprise, as well as well-being as part of the process, not an end in itself; promoting systemic social change is a real task); strategic approach (since social entrepreneurship is intensive, purposeful in the direction of achieving a social goal and social vision, it is an opportunity to improve the system, create solutions and invent new approaches that create social value); resourcefulness (social enterprises work in a social context, not in the business world; they have limited access to capital and traditional market support systems and this requires high skills in mobilizing human, financial and political resources); orientation to the result (social enterprises must feel the return of invested funds in the aspect of transformations that open up new opportunities for marginal, disadvantaged citizens, must unlock society for the implementation of social changes) [2]. На думку експертів, ключем до успіху соціального підприємництва в Україні може стати розробка національної стратегії розвитку соціального

підприємництва, яка дозволила б скоординувати зусилля всіх зацікавлених сторін: підприємців, громадських організацій, донорських структур і держави. Важелем розвитку може стати і розробка концепцій стратегії розвитку соціального підприємництва у регіонах країни [2, 3].

Therefore, socially oriented entrepreneurship is used as one of the effective tools for solving urgent social and environmental problems. This applies especially to those problems that, for various reasons, are not solved or not fully solved by the state. And commercial business ignores them due to low profitability or no profit at all from such activities

The main role in the functioning of social entrepreneurship should be played by regional management bodies and the state, which should determine its development strategy and interaction with society through incentive mechanisms: the formation of an independent legislative and regulatory framework, identification of the status of "social enterprise", institutional support, tax and credit benefits, state order, product labeling, information support, popularization and explanatory policy regarding social entrepreneurship, etc.

The development of a socially oriented business strategy will help to revive the development of social enterprises, draw the attention of the state to existing problems in this area, and also provide a solution to the existing socio-economic challenges in the state.

Literature:

1. Development of social entrepreneurship in Ukraine. White book. Under the general editorship of Valery Kokotya. K., 2020. 98 p.
2. Osypova S. K. Social entrepreneurship as an object of state regulation. Bulletin of the National University of Civil Defense of Ukraine. Series: Public administration. Kharkiv. 2019. Issue 10. P. 48-56.
3. Kamenko I.S. Social entrepreneurship in Ukraine. Economic and legal analysis. 2020. 36 p. URL: https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf (Access date 03/10/2024)

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ

Зошук А.О., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Доцільність виділення пріоритетів розвитку соціально-відповідального бізнесу пов'язана з тим, що на сьогоднішній день концепція інклюзивної економіки стала одним з найкращих надбань сучасності. Стратегія розвитку вітчизняного АПК має реалізовуватись на засадах інклюзивності, під якими розуміється такий тип економічного розвитку, що згуртовує виробничий колектив на дотримання стандартів і засад прав людини, а також забезпечує впровадження програм КСВ, які здатні суттєво підсилювати вагомість соціальної складової не лише на рівні підприємств, а і для скорочення наявних диспропорцій у доробку до сфери освіти. У цьому контексті головними секторальними пріоритетами розвитку сфери АПК є подолання бідності за рахунок створення нових робочих місць і забезпечення додаткового доходу населення, відновлення та осучаснення стану об'єктів соціальної інфраструктури. В основі концепції лежить принцип, відповідно до якого економіка держави існує для розвитку людей, а не людина – для розвитку економіки [1].

Вчені вважають, що зростання значення людського фактору на етапі розбудови економіки знань, змінюють економічну основу і всі сфери суспільного буття. Нова роль людини та її якостей, що формують людський потенціал, зумовлюють потребу збільшення гуманізації та соціальної складової економіки і суспільства. Такий підхід обґрунтовує необхідність зміни державних пріоритетів. Багато зарубіжних країн, які успішно розбудовують «нову економіку» на основі «економіки знань» створюють передумови для розвитку людського капіталу [2].

Головною концептуальною інновацією у галузі по стратегії розвитку АПК є поняття інклюзивного зростання. Концепція інклюзивного зростання оснований на забезпеченні добробуту суспільства, що є багатовимірним поняттям, а рівень його зростання не повинен визначатись тільки темпами росту реального ВВП та матеріальних доходів населення. Емпірично доведено, що держави, які мають однаковий рівень середніх доходів населення суттєво відрізняються за показниками якості життя, тобто: наявність роботи, доступу до освіти, а також рівню соціального захисту і можливості участі особистості у житті суспільства [3].

Інноваційний розвиток підприємств АПК суттєво гальмується обмеженнями інвестиційних процесів, які виникають в результаті недостатніх обсягів фінансування, а також значними розбіжностями в системі демографічних процесів, що пов'язано з впливами внутрішнього і зовнішнього середовища [4]. Суттєвою проблемою наявності робочих місць та відтворенню кадрового потенціалу в селі, постає нерівномірний розподіл трудових ресурсів у

просторовому аспекті. Інвестиції, які повинні підтримувати соціальну сферу, створювати відповідні умови відтворення кадрового потенціалу, не досягають відповідного соціального ефекту. У сучасний період значно зменшується кількість робочих місць та суттєво знижується рівень зайнятості. Такі процеси продукують несприятливі умови праці, а також збільшується негативні тенденції, що пов'язані з міграційними процесами. Інституційні обмеження на регіональному рівні призводять до недосконалості існуючого господарського механізму і зниженню якості суспільного буття. Це особливо стосується сільського населення.

В наслідок зменшення робочої сили виникають процеси прихованого безробіття, а також суттєво знижується вартість робочої сили, тобто не вирішуються основні соціальні проблеми, зменшуються доходи населення, формується ринок низькопродуктивної праці [5]. Зниження споживчих показників є похідними від всіх перерахованих факторів і у сучасний період мають пріоритетне значення.

Сьогодні суб'єкти підприємницької діяльності працюють за одним принципом – збільшення прибутків в умовах розвинутої конкуренції. Соціальні проблеми, завдання залишаються за межами господарювання. Державне регулювання є основою для прийняття управлінських рішень з акцентом на потреби населення.

Література:

1. Гальчинський А. С., Гєєць В. М. та ін. Шляхом європейської інтеграції: Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки). Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. Київ. ІВЦ Держкомстату України, 2004. 416 с.
2. Кінаш І. А. Інформаційні технології в економічній освіті. Інформаційні технології в освіті. 2011. Вип. 10. С. 80–87.
3. Базилевич В. Д. Імперативи економічного розвитку в контексті відповідальності перед глобальним майбутнім. Парадигмальні зрушення в економічній теорії ХХІ ст.: матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2015. Т. 1. С. 7–11.
4. Власова К. В. Інституціональний механізм інноваційного розвитку підприємств АПК України. Молодий вчений. 2018. № 7. С. 224–232.
5. Економічний простір і динаміка розвитку продуктивних сил України: теоретико-методологічні основи дослідження. Київ: РВПС України НАН України, 2008. 220 с.

ПРО РОЗВИТОК АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Шевченко В.І. аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Альтернативна енергетика поступово розвивається і поступово стає однією з основних галузей в світовій економіці. Відновлювальні джерела енергії не лише дозволяють зменшити залежність від традиційних джерел енергії, але також надають значні конкурентні переваги для країн, які їх ефективно використовують. А розвиток сучасних технологій та їх подальше впровадження на виробництві робить енергію, вироблену з «зелених» джерел дешевшою ніж аналогічну отриману за допомогою теплових електростанцій.

Величезне значення має суспільна свідомість, місце і позиція України в області альтернативної енергетики як на національному, так і на світовому рівнях. Тому необхідно на рівні держави проводити PR новим енерготехнологіям, створювати доступне інформаційне середовище, міняти ментальність суспільства в контексті розуміння важливості альтернативної енергетики для майбутнього людства. Важливо відмітити необхідність порівняння вартості традиційної і альтернативної енергії. В принципі, в альтернативних джерелах енергії є тільки 2 ключові недоліки - витратний «вхід» в енергетичний бізнес і нестабільність енергоресурсів, які з кожним роком усе більш згладжуються, оскільки удосконалюються і здешевлюються технології генерації альтернативних джерел енергії (АДЕ).

Використання відновлювальних енергоресурсів має чимало переваг, серед яких основними вважають практичну невичерпність та екологічну чистоту, що позитивно впливає на екологічний стан на планеті та не спричиняє зміну енергетичного балансу в біосфері. У випадку використання відновлювальних джерел електроенергії також зменшуються негативний вплив від процесів видобування, переробки, транспортування традиційних видів палива та відпадає потреба в утилізації великої кількості шкідливих відходів, що виникають при традиційному енерговиробництві [1, с.11].

За прогнозами зростатиме частка сектору електроенергетичної галузі, який використовує тверду біомасу та біогаз як енергоресурс, що зумовлюватиметься як відносною сталістю виробництва (за наявності ресурсної бази), так і тенденцією до формування локальних генеруючих потужностей. Перевага віддаватиметься одночасному виробництву теплової та електричної енергії в когенераційних установках і заміщенню вуглеводневих видів палива [2].

Неможливо розвивати галузь без висококваліфікованих кадрів. Для цього треба як готувати молодих фахівців в області альтернативної енергетики, так і підвищувати кваліфікацію досвідчених співробітників і менеджерів. Необхідно ввести в програми ВНЗ предмети «альтернативна» енергетика, підвищувати дослідницьку компетентність кафедр альтернативної енергетики вищих навчальних закладів, відкривати факультети по випуску технічних фахівців в

області АДЕ, збільшити кількість курсів перепідготовки та підвищення кваліфікації керівників. Важливо налагодити взаємодію бізнесу, освіти і науки, створити деяку основу для об'єднання нових молодих ідей, досвіду і впровадження кращих з них [3].

Основною перевагою використання відновлюваних енергоресурсів є їх невичерпність та екологічна чистота, що сприяє поліпшенню екологічного стану і не призводить до зміни енергетичного балансу на планеті. При використанні відновлюваних джерел енергії відпадає необхідність у видобуванні, переробці, збагаченні та транспортуванні палива, знімається проблема утилізації або захоронення шкідливих відходів традиційних енергетичних виробництв [4, с.147].

Для розвитку альтернативної енергетики необхідно виробити інституціональні перетворення - впровадити механізми її реалізації, удосконалити нормативно-правову базу, підвищити економічні стимули для реалізації проєктів АДЕ-генерації. Ці трансформації сприятимуть дуже динамічному розвитку галузі, допоможуть вирішити багато міжгалузевих проблем, стимулюватимуть розвиток економіки країни в цілому.

При впровадженні альтернативної енергетики варто враховувати, що вона також при неправильному використанні може завдавати шкоди навколишньому середовищу. Це можна зменшити за допомогою використання стандартизованих норм, в яких визначено обмеження щодо використання тих чи інших видів альтернативної енергії за певних умов.

Література:

1. Кудря С.О. (2012). Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії. Київ: НТУУ «КПІ».
2. Енергетична стратегія України на період до 2035 року „Безпека, енергоефективність, конкурентноспроможність”: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2017 р. № 605-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80#n2>
3. Купчак В. Р., Павлова О. М., Павлов К. В., Лагодієнко В. В. Формування та регулювання регіональних енергетичних систем: теорія, методологія та практика : монографія / В. Р. Купчак, О. М. Павлова, К. В. Павлов, В. В. Лагодієнко. - Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2019. - 347 с.
4. Гайдаєнко І. Альтернативна енергетика в Україні: стан та перспективи розвитку. Нукові записки з української історії. Збірник наукових статей, (34). 146-151.

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Герасимчук О.В., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ефективність діяльності аграрного підприємства, як і будь-якої іншої організації, значною мірою визначається тим, наскільки результативно воно використовує наявні у своєму розпорядженні ресурси. У сучасних умовах господарювання, коли система централізованого планування втратила свою актуальність, підприємства одержали можливість самостійно управляти всіма наявними ресурсами, яких найчастіше недостатньо для отримання бажаного економічного результату. Обмеженість ресурсів часто збільшується неефективним, недостатнім використанням доступних підприємству засобів і можливостей.

Для результативного функціонування аграрного підприємства необхідна не тільки наявність певних видів ресурсів, але, перш за все, їх збалансована кількісна та якісна взаємодія в реальній операційній діяльності. У сучасних умовах розвитку економіки, що постійно змінюються, забезпечити стійке функціонування підприємства можна тільки на основі розробки і реалізації адекватної стратегії розвитку ресурсного потенціалу. Для визначення перспектив розвитку підприємства необхідно оцінити, перш за все, динаміку зміни і фактичний стан ресурсного потенціалу, а потім виявити можливості його раціонального використання з метою ефективного розвитку. У зв'язку з цим питання виміру рівня розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств на показники ефективності функціонування підприємства стають все більш актуальною науково-практичною задачею.

Ми розділяємо дану точку зору й вважаємо, що заслуговує на увагу підхід, який визначає сукупність ресурсів, як матеріально-технічну базу (довгострокові ресурси, обумовлені сутністю технологічного процесу), оборотні активи (активи, що забезпечують виконання технологічного процесу), трудові ресурси й фінансові ресурси.

Отже, підприємство повинне забезпечити високу ефективність функціонування за рахунок повного й раціонального використання всіх наявних у нього ресурсів.

Принциповою відмінністю між термінами «ресурси» і «потенціал» є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства, суспільства в цілому невіддільний від суб'єктів діяльності. Тобто «потенціал», крім матеріальних і нематеріальних коштів, включає здатності працівника, колективу, підприємства, суспільства в цілому до ефективного використання наявних коштів або ресурсів [1, 2].

Ріст обсягів діяльності залежить від величини накопичених ресурсів (основного й обігового капіталу, трудових ресурсів) і ефективності їх використання. Суспільству небайдуже, скільки ресурсів буде витрачено на

кожну грошову одиницю національного доходу й кінцевого продукту. Цим обумовлюється необхідність систематичного обліку, контролю й підтримки в оптимальних розмірах і пропорціях співвідношення темпів росту обсягів діяльності з темпами нарощування основного й обігового капіталу, робочої сили й інших ресурсів [3].

З цієї метою доцільно в системі оціночних показників ефективності ресурсів використовувати економічну категорію, через яку можна враховувати величину накопичених ресурсів, ступінь використання можливостей і величину створеного суспільного продукту. Такою категорією може служити «ресурсний потенціал».

Виходячи з визначення, робимо висновок, що ресурсний потенціал аграрного підприємства є складною системою, яка має певну внутрішню структуру і характеристики. Варто зазначити, що структурні компоненти ресурсного потенціалу для кожного аграрного підприємства при цьому є індивідуальною, виходячи із специфіки галузі, у якій він функціонує, рівня економічного розвитку, стану потенціалу розвитку, вибраної стратегії подальшого розвитку.

Запорукою успішного управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств є здійснення комплексу організаційно-економічних заходів, та узгодження взаємодії між ними, орієнтованих на забезпечення ефективного функціонування стратегії розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств в умовах мінливого економічного середовища.

Література:

1. Кушнір С.О., Батракова Т.І. Методологічні засади розвитку кредитних продуктів для аграрних підприємств України. *Вісник Сумського національного аграрного університету серія «Економіка та менеджмент»*. №12 (70). 2016. С.97-100.
2. Терещенко С.І. Ресурсне забезпечення аграрних формувань в умовах нестабільної економіки. *Економіка АПК*. 2013. №7. С. 82-86.
3. Uliana Andrusiv, Iryna Popadynets, Halyna Zelinska, Volodymyr Lagodiienko, Halyna Kupalova oraz Nataliia Goncharenko. Labor potential as a factor of ensuring competitive advantages of business entities in Ukraine. *Production Engineering Archives*. 2023, 29(3), 263-270. DOI: 10.30657/pea.2023.29.30.

РОЗВИТОК КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Літвінов Д.О., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Протягом останніх років економіка України зазнала значних випробувань, пов'язаних із пандемічною кризою та війною, що стали чинниками поточної кризової ситуації у багатьох секторах і сферах господарства, спричинили зниження підприємницької активності, згортання торговельних операцій тощо. Значних втрат зазнав аграрний бізнес, який постраждав від скорочення площ, руйнування логістичних шляхів, відтоку робочої сили тощо. Вихід з кризи та післявоєнне відновлення аграрної економіки повинно відбуватися на засадах стратегії фокусованого розвитку, ядром якої є формування опорних «вузлів», які повинні стати відправними точками росту і двигунами подальшого економічного прогресу. У таких «вузлах» мають бути сконцентровані фінансові, організаційно-управлінські, техніко-технологічні, кадрові та інші ресурси розвитку. З цієї точки зору, актуалізується кластерна модель територіальної інтеграції підприємницьких структур, потенціал якої в умовах України так і не був розкритий.

У агросекторі України та її регіонів існує суттєвий потенціал для формування і успішного функціонування кластерних об'єднань підприємницьких структур. Агросектор України відрізняється значним рівнем інвестиційної привабливості для внутрішніх та іноземних інвесторів, що було доведено під час війни. Він є значною мірою диверсифікованим і, водночас, характеризується спеціалізацією регіонів на певних видах аграрної продукції, що зумовлюється різними природно-кліматичними умовами регіонів країни. Враховуючи цю різноманітність, формування дієвої стратегії розвитку агробізнесу регіону на засадах кластеризації вимагає конкретизації та оцінювання функцій кластерних структур у складі регіональної та галузевої економічної системи.

В результаті дослідження визначено, що кластерна модель є системним підходом до формування і реалізації конкурентних переваг територіально-галузевих виробничих систем, який забезпечує оцінювання потенціалу, передумов й трендів подальшого розвитку, а також формування, нагромадження і реалізацію конкурентних переваг з урахуванням макро- та мікроекономічних тенденцій, викликів сучасності, політичних інтересів держави та суспільних цілей соціально-економічного розвитку.

Доведено, що реалізація кластерної моделі організації бізнесу у агросекторі дає можливість підвищити конкурентні позиції та залучити інвестиції у аграрне виробництво, сприятиме підвищенню якості та рівня життя мешканців села, на засадах поєднання потенціалу окремих товаровиробників. Аграрний (агропромисловий) кластер» визначено як добровільне територіально-локалізоване відособлене аграрно-промислове інтегроване мережеве об'єднання

на засадах партнерства, яке поєднує підприємства і організації аграрного, переробного та інфраструктурних секторів, метою якого є інноваційний розвиток, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості як учасників інтегрованої структури, так і території її розташування.

На засадах порівняння вітчизняного та іноземного досвіду та передумов кластеризації агросектору визначено низку проблемних питань, які стосуються інструментів стимулювання кластеризації в Україні і створюють бар'єри на цьому шляху: низька інноваційна активність підприємств; незавершеність багатьох технологічних циклів, сировинна орієнтація експорту; низький рівень обізнаності підприємців про переваги моделі кластеризації; недостатній рівень довіри між владою та бізнесом; соціально-культурна специфіка українського бізнесу; нерозвиненість інституційної підтримки кластерного розвитку; відсутність необхідної інфраструктури кластеризації; недостатнє розуміння органами влади та учасниками кластерних утворень своїх ролей та функцій у розвитку кластерів.

На наш погляд, підхід до організації інтегрованої кластерної структури повинен передбачати її багаторівневність, що дозволить забезпечити ефективне виконання спільних господарських процесів, налагодити стійкі соціально-економічні зв'язки між учасниками об'єднання та дієві зав'язки із оточуючим макро- та мікро- середовищем (державою, суспільством, організаціями інфраструктури, постачальниками й споживачами та ін.).

Література:

1. Авершин С.В., Міщенко В.А. *Організаційні аспекти інноваційних регіональних кластерів*. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на формування та розвиток економіки: збірник матеріалів науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 10 липня 2021 року). С. 84-87.
2. Olena Martyniuk, Olga Vitvitskaya, Volodymyr Lagodiienko, Iryna Krupitsa. Formation of an innovative concept of management on the basis of reconstruction of genetic algorithm of management technology. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. Vol.7, No.2, August 2019, pp.487-499. DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/pen.v7i2.560.g317>
3. Лагодієнко В. В., Літвінов Д. О. Важливі аспекти зарубіжного досвіду функціонування кластерних утворень. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 105-111. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-2-13>

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Печка С.С., аспірант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Диверсифікація діяльності аграрних підприємств стає стратегічним рушієм у досягненні цілей сталого розвитку, реалізацію яких визнано необхідною умовою забезпечення довгострокової життєздатності природних систем та економічних систем різного рівня абстрагування. Визнання найбільшими загрозами для людства проблем зміни клімату, адаптації до кліматичних змін, скорочення біорізноманіття підтверджує першочерговість імплементації у виробничу діяльність рішень, здатних забезпечити комплексне охоплення економічної, соціальної та екологічної сфер. В контексті аграрного сектору соціо-економіко-екологічний підхід реалізується через перехід до біоекономіки.

Дослідження показують, що підприємства з диверсифікованою організаційно-виробничою структурою переважно більше стійкі на ринку, ніж суб'єкти господарювання, що організували виробництво гранично вузької номенклатури продукції. У підприємств з диверсифікованою організаційно-виробничою структурою помітно нижче за ризики отримання збитків внаслідок коливань цінової кон'юнктури на ринку певних видів товарів, падіння платоспроможного попиту споживачів, циклічних змін в економіці та т. д. Таким чином, сучасне розуміння диверсифікації діяльності аграрних підприємств пов'язано із розширенням та вдосконаленням ведення сільського господарства в цілому, яке ґрунтується на впровадженні інновацій, тісно пов'язане із сталим розвитком, поштовхом для якого виступають негативні наслідки зміни клімату, де ключовим напрямом подальшого розвитку є продовольча безпека.

Диверсифікація діяльності особливо сьогодні, в умовах війни, дозволяє підприємствам аграрної сфери швидко перебудовуватись в залежності від умов господарювання знижувати ризики, гнучко реагувати на структуру попиту, що змінюється, зберігати і найбільш ефективно використовувати кадрові, матеріально-технічні та фінансові ресурси.

В цілому цей процес є включенням в господарську структуру підприємства нових видів діяльності, що володіють істотно різними якісними та кількісними характеристиками. Хаотичність диверсифікації, що складається в даний час вітчизняних підприємств пов'язана не тільки з їх низькою ринковою активністю, недостатністю державної політики, а й із недостатністю фахівців, здатних зробити процес усвідомленим та корисним для господарюючих суб'єктів.

Реалізація потенціалу диверсифікації господарської діяльності бізнес-суб'єктів аграрного сектору вимагає наявності відповідної якості та кількості ресурсів. Метою диверсифікації агроформувань є збільшення різноманіття агропродовольчих цінностей, які задовольнятимуть інтереси всіх учасників аграрного процесу: власників бізнесу, стейкхолдерів, мешканців сільських територій, суспільства у цілому. Сучасні диверсифікаційні процеси у сільському

господарстві – альтернативні традиційним бізнес-моделям способи виробництва, засновані на розумінні цінності природно-ресурсного і біологічного потенціалу агросфери, спрямовані на відтворення кількісних і якісних властивостей ресурсів та створенню екологічно стійких форм вартості.

Ефективно здійснена диверсифікація виробництва, сприяє поліпшенню економічних показників організації, зниження ризиків її функціонування, позитивно впливає на всі напрямки діяльності організації. Поряд з цим, неправильне проведення диверсифікації може призвести до вкрай негативних наслідків, таких як порушення техніко-технологічного балансу організації, погіршення фінансово-економічних показників і, в результаті, суттєве зниження конкурентоспроможності.

Основним призначенням стратегії диверсифікації є створення конкурентоспроможного бізнесу в умовах нестабільного економічного середовища. Успішно реалізована диверсифікація може відкрити нові ринки, забезпечити додаткові джерела прибутку та збільшити загальну вартість підприємства. Для реалізації стратегії диверсифікації агропідприємства можуть використовувати власні фінансові ресурси, залучати кредити або інвестиції, а також скористатися державною підтримкою сільського господарства: субсидії, гранти, пільгові кредити тощо. Важливо лише розробити оптимальні стратегії фінансування з метою забезпечення сталого розвитку.

Література:

1. Богуславський Є.І., Черниченко А.О. Вибір оптимального методу диверсифікації підприємств. Ефективна економіка. 2013. №10. С.14–18.
2. Olena Martyniuk, Olga Vitvitskaya, Volodymyr Lagodiienko, Iryna Krupitsa. Formation of an innovative concept of management on the basis of reconstruction of genetic algorithm of management technology. Periodicals of Engineering and Natural Sciences. Vol.7, No.2, August 2019, pp.487-499. - Scopus Indexed. DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/pen.v7i2.560.g317>
3. Малік М. Й. Актуальні питання диверсифікації виробництва в аграрній сфері. Ефективна економіка. 2012. №12. С.34-38.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ПУБЛІЧНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Мельник А.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПа
Науковий керівник – к. н. держ. упр., доц. Чумакова Г.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У сучасному світі діджиталізація стає ключовим інструментом для модернізації та підвищення ефективності публічного сектору. Україна не залишається осторонь цих трансформаційних процесів і активно впроваджує цифрові технології в управління та надання послуг громадянам [1].

До початку повномасштабної агресії, Україна була одним з європейських лідерів за рівнем розвитку сфери відкритих даних (6 місце в рейтингу European Open Data Maturity 2021). Сервісами на їх основі щомісяця користувалось близько 7 мільйонів українців. Частка ВВП, яка генерувалась сферою відкритих даних становила від 0.8 до 1.3 % [2].

У межах Плану відбудови України United 24 до 2025 року передбачено залучити та витратити на напрям диджиталізації (план “Діджиталізація”) 69,2 млрд грн.: підтримка стартапів (15 млрд грн.), залучення в Україну найамбітніших світових проєктів (15 млрд грн.), розвиток цифрової інфраструктури (10,4 млрд грн.), збільшення проникнення інтернету (4,5 млрд грн.), відновлення та розвиток мережі ЦНАП (4 млрд грн.). Особлива увага приділяється відновленню зруйнованої інфраструктури та забезпечення доступу до швидкісного інтернету [3].

З метою швидкого реагування на виклики війни за допомогою запровадження ефективних, доступних та безпечних державних послуг, ЄС спрямовано в Україну допомогу в розмірі 17,4 млн євро для реалізації проєкту «Цифрова трансформація для України» (DT4UA) [4]. Агенцією США з міжнародного розвитку (USAID) надано 60 млн дол. США на захист об'єктів критичної інфраструктури, зокрема енергетичної, телекомунікаційної та систем зберігання даних.

Значна увага приділяється розвитку електронних платформ, зокрема мобільного застосунку «Дія», який став важливим інструментом у наданні державних послуг громадянам. Він є також вебпорталом і брендом України як цифрової держави. За допомогою цієї платформи понад 20 млн громадян отримали доступ до широкого спектру (близько 100) публічних послуг, що значно спрощує взаємодію з державою та підвищує ефективність публічного управління.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 02 грудня 2020 року № 1556-р була схвалена Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні. Згідно з цим документом, передбачено впровадження штучного інтелекту до 9 ключових сфер державної політики: освіта і професійне навчання, наука, економіка, кібербезпека, інформаційна безпека, оборона, публічне управління, правове регулювання та етика, правосуддя. Ця концепція має на меті сприяти

розвитку штучного інтелекту в Україні та його інтеграції у різноманітні сфери життя країни з метою поліпшення якості та ефективності відповідних процесів [5].

Відбувається активний процес з підвищення компетентності у сфері цифрового розвитку через програми навчання для публічних службовців, що охоплюють інституційні, технологічні та функціональні аспекти цифровізації. Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 № 67-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей громадян України та затвердження плану заходів з її виконання» розроблено концептуально-референтну Рамку цифрової компетентності державних службовців, а також працівників сфери освіти, медицини та ін.

У лютому 2023 року Верховна Рада України уклала Угоду між Україною та Європейським Союзом про участь України у програмі "Цифрова Європа" (2021–2027), згідно з якою, основні напрямки проєктів, які отримують фінансування відповідно до програми, включають: створення продуктів на основі штучного інтелекту для полегшення роботи підприємств, державних органів або науково-дослідницьких установ; впровадження цифровізації у сферах бізнесу, електронного управління, освіти, культури, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища, технологій Smart City та інших. Вказаний документ спрямований на підтримку розвитку цифрових технологій та впровадження їх у різні сфери життя з метою сприяння розвитку та модернізації суспільства [6].

Враховуючи все вищезгадане, можна схематично окреслити ТОП-10 ключових тенденцій та напрямків розвитку діджиталізації в публічному секторі України (рис.1):



Рис.1. ТОП-10 ключових тенденцій та напрямків розвитку діджиталізації в публічному секторі України

Отже, діджиталізація в публічному секторі України є надзвичайно актуальним та швидкісним процесом, що відображає значний потенціал у поліпшенні якості та ефективності надання державних послуг. Розглянуті ключові тенденції та напрямки розвитку діджиталізації в публічному секторі відображають головні стратегічні кроки нашої держави, які вживаються на сьогодні для модернізації та вдосконалення системи управління, а також мають великий потенціал для поліпшення якості та доступності державних послуг, що сприятиме підвищенню рівня задоволеності громадян та ефективності управління країною.

Література:

1. Шляхтіна Г.В. Вплив цифровізації на професійний розвиток державних службовців. URL: <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-14.pdf#page=76>
2. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Матеріали робочої групи «Діджиталізація». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/digitization.pdf>
3. План «Діджиталізація». URL: <https://forbes.ua/innovations/plan-didzhitalizatsiya-na-vidnovlennya-ta-tsifroviy-rozvitok-do-2025-roku-khochut-zaluchiti-i-vitratiti-692-mlrd-grn-kudi-pidut-groshi-05072022-7000>
4. Напрямки діджиталізації країни та розвиток цифрових комунікацій в публічному управлінні. URL: <https://pdp.nacs.gov.ua/courses/napriamky-didzhytalizatsii-krainy-ta-rozvytok-tsyfrovykh-komunikatsii-v-publichnomu-upravlinni>
5. Чумакова Г.В. Нормативно-правові аспекти використання інструментів штучного інтелекту в освіті: перспективи та виклики для України. URL: <https://drive.google.com/file/d/1-rtpLVIPE0k9x5scqi0fq0Y93pS-C43P/view>
6. Угода між Україною та Європейським Союзом про участь України у програмі Європейського Союзу «Цифрова Європа» (2021-2027) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_005-22#Text

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

**Мінчев С.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.н. держ.упр., доц. Мануїлова К.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Державно-приватне партнерство (ДПП) в Україні може стати потужним каталізатором для розвитку різних секторів економіки та інфраструктури. Його суть полягає в тому, щоб повернути приватний капітал для виконання державних проєктів, особливо тих, які є складними або вимагають значних витрат із державного бюджету. Цей підхід передбачає розподіл фінансових та економічних ризиків між приватними інвесторами та державою, що сприяє зменшенню фінансового тягаря на державний бюджет у разі невдачі проєкту. Більш того, оскільки приватні компанії часто мають більш ефективний ресурсний підхід, це може призвести до значних економічних вигід у реалізації проєктів.

Залучення приватного капіталу у спільні проєкти сприяє впровадженню новітніх технологій та інноваційних підходів, що підвищує ефективність та результативність цих проєктів. Крім того, це дозволяє прискорити їх виконання завдяки більшій гнучкості та швидкості у прийнятті рішень в приватному секторі. Приватні інвестори також можуть надавати додаткові фінансові ресурси, що сприяє збільшенню масштабів та покращенню якості втілення проєктів. Ці переваги роблять державно-приватне партнерство ефективним інструментом для розвитку економіки та реалізації складних, витратних та об'ємних проєктів, які без участі приватних інвесторів були б важкодоступні для державного бюджету.

ДПП в Україні передбачає значні можливості, але також стикається з певними викликами та перешкодами. Розглянемо можливі перспективи цієї форми співпраці.

Державно-приватне партнерство може сприяти повертанню інвестицій з приватного сектору в різні галузі, що сприятиме збільшенню обсягів фінансування та прискорить розвиток економіки. Важливо зазначити, що ДПП може активізувати інвестиційні потоки в інфраструктурні проєкти [1, с. 15], що має велике значення в сучасних умовах економічної нестабільності України.

Міжнародний досвід підтверджує, що успішна реалізація державно-приватного партнерства часто відбувається в проєктах розвитку інфраструктури. Так, у Великій Британії переважними напрямками реалізації державно-приватного партнерства є соціальна інфраструктура (зокрема, школи, лікарні, в'язниці), оборонні об'єкти, автомобільні дороги та будівництво очисних споруд. У Франції основними напрямками є транспорт, автомобільні дороги та розвиток туризму. У Іспанії пріоритетом є платні автомобільні дороги та системи безпеки міст. В Канаді та США основними областями для реалізації державно-приватного партнерства є соціальна інфраструктура, автомобільні дороги, захист довкілля та водні ресурси. До перерахованих пріоритетів в Канаді додаються

оборонні об'єкти та очисні споруди, а в США - інформаційні технології, цифровізація та розвиток громадського житлового сектору [2, с. 63 - 64].

Україна також впроваджує проєкти державно-приватного партнерства в різних сферах. Деякі приклади успішних проєктів ДПП в Україні включають: модернізація портів [3; 4; 5]; будівництво автошляхів [6].

Загалом, станом на 1 січня 2024 року за даними центральних та місцевих органів виконавчої влади в Україні було укладено 198 договорів на умовах державно-приватного партнерства. З них 22 договори знаходились у процесі реалізації, що включало 10 концесійних договорів, 6 договорів про спільну діяльність та 6 інших договорів. Крім того, 166 договорів не були реалізовані, з них 115 не були виконані, а 51 були розірвані або завершилися терміни їх дії. Десять договорів було призупинено у зв'язку зі збройною агресією рф [7].

Отже, реалізація ДПП в Україні може стати «ключовими драйверами» для стійкого економічного зростання, створюючи робочі місця, залучаючи інвестиції та покращуючи життя громадян.

Втім, в Україні ДПП стикається з рядом викликів, ризиків та перешкод.

Передусім, це законодавчі перешкоди. Необхідно вдосконалити законодавство України, щоб забезпечити ефективне державне управління в галузі ДПП.

Законодавче регулювання є критичним для успішного розвитку державно-приватного партнерства в Україні. Для забезпечення ефективного управління в цій галузі потрібно вдосконалити законодавство, звертаючи увагу на деякі ключові аспекти: ЗУ «Про ДПП» потребує доповнень і уточнень, щоб забезпечити чітке розподілення ризиків, відповідальності та винагород між державними та приватними партнерами. Законодавство про концесії, інвестиції, земельне право та інші повинні бути узгоджені та сприяти розвитку ДПП. При деталізації процедур, правил та вимог у підзаконних актах допоможе уникнути невизначеності та забезпечити прозорість. Важливо підтримувати організації, що сприяють розвитку ДПП в Україні, такі як Міністерство економіки та інші зацікавлені сторони.

Отже, для нашої країни вельми важливо створення прозорого та стабільного середовища для ДПП, що сприятиме залученню інвестицій та розвитку інфраструктури в Україні.

Корупція є дуже серйозною загрозою для успішної реалізації державно-приватного партнерства і може вплинути на: процес відбору партнерів; виконання угод; чесність та прозорість в реалізації проєктів ДПП.

Так, корупція може:

- спотворити процес вибору приватних партнерів, що призведе до вибору неефективних або некомпетентних партнерів і загрожує успішності проєкту;
- призвести до порушення умов угоди між державою та приватним сектором, що може призвести до невиконання зобов'язань, втрати коштів та негативного впливу на проєкт;
- порушувати принципи чесності, прозорості та відкритості у ДПП. Це може призвести до втрати довіри між партнерами та загрози успішності проєкту.

Для забезпечення ефективного ДПП необхідно впроваджувати механізми контролю, зміцнювати антикорупційні заходи та підтримувати прозорість на всіх етапах взаємодії між державою та приватним сектором.

Нестабільна політична ситуація та воєнний стан в Україні можуть також серйозно ускладнити розвиток державно-приватного партнерства (ДПП). Адже, політична нестабільність може призвести до затримок у прийнятті рішень щодо ДПП. Невизначеність у законодавстві, зміни в уряді та непередбачуваність можуть ускладнити взаємодію між державою та приватним сектором. Воєнний стан може викликати обурення серед інвесторів, які можуть утримуватися від вкладання коштів у проєкти в умовах невизначеності та ризику. Нестабільна політична ситуація може підірвати довіру до уряду. Інвестори шукають стабільність та надійність, і відсутність цього може вплинути на їхні рішення щодо ДПП.

Для подолання цих перешкод важливо забезпечити стабільність, прозорість та відкритість у взаємодії між державою та приватним сектором. Антикорупційні заходи, чітке законодавство та підтримка інвесторів можуть сприяти успішному розвитку ДПП в Україні.

Соціальний вплив є важливим аспектом реалізації державно-приватного партнерства. ДПП може змінити умови праці для працівників, включаючи графіки роботи, безпеку на робочому місці та оплату праці. Важливо забезпечити, щоб такі зміни не призвели до погіршення умов праці. Реалізація ДПП може вплинути на доступ громади до різних послуг, таких як транспорт, освіта та охорона здоров'я. Важливо враховувати потреби громади та забезпечити доступ до необхідних послуг. ДПП може також впливати на зростання цін на товари та послуги, зокрема на проїзд та комунальні послуги. Важливо забезпечити, щоб ціни залишалися доступними для громади.

Тому, збалансований підхід до ДПП, який враховує соціальні аспекти та сприяє розвитку, не шкодячи громаді є необхідною передумовою.

Отже, державно-приватне партнерство в Україні є потужним інструментом, який дозволяє оптимізувати використання фінансових, економічних, матеріальних та інтелектуальних ресурсів шляхом залучення приватного капіталу для реалізації складних і дорогих проєктів, особливо в секторі економіки та інфраструктури.

ДПП передбачає розподіл фінансових та економічних ризиків між приватними інвесторами та державою, що зменшує фінансове навантаження на державний бюджет у випадку невдачі проєктів. Залучення приватного капіталу дозволяє внести новітні технології та інноваційні підходи, що підвищує ефективність та результативність проєктів, а також прискорює їх реалізацію завдяки більшій гнучкості та швидкості в прийнятті рішень у приватному секторі. ДПП сприяє збільшенню обсягів інвестицій з приватного сектору в різні галузі, що сприятиме розвитку економіки та інфраструктури. Попри потенційні переваги, ДПП також стикається з рядом перешкод, таких як правова несправність, корупція, а також відсутність довіри між державними та

приватними партнерами. Для ефективної реалізації потенціалу ДПП необхідні чіткі правила та механізми контролю.

Література:

1. Макуха С. М. Державно-приватне партнерство : проблеми та перспективи для України. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2022. № 1-2 (80-81). С. 9–23.
2. Біленко Д. В., Калязіна В. А. Галузева спрямованість державно-приватного партнерства в Україні: проблеми та перспективи. *БІЗНЕСІНФОРМ* № 12. 2021. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-12-61-65> (дата звернення: 01.03.2024).
3. Проект концесії залізнично-поромного комплексу ДП «Морський торговельний порт «Чорноморськ». *Міністерство інфраструктури України*. URL: <https://mtu.gov.ua/content/proekt-koncesii-zaliznichnoporomnogo-kompleksu-dp-morskiy-torgovelniiy-port-chornomorsk.html> (дата звернення: 02.03.2024).
4. Проект концесії ДП «Стивідорна компанія «Ольвія»». *Міністерство інфраструктури України*. URL: <https://mtu.gov.ua/content/proekt-koncesii-dp-stividorna-kompaniya-olviya.html> (дата звернення: 01.03.2024).
5. Проект концесії ДП «Херсонський морський торговельний порт». *Міністерство інфраструктури України*. URL: <https://mtu.gov.ua/content/proekt-koncesii-dp-hersonskiy-morskiy-torgovelniiy-port.html> (дата звернення: 02.03.2024).
6. Які компанії в якому обсязі та за які гроші відновлюють Харків. Портал *Sroyobzor.ua* URL: <https://stroyobzor.ua/ru/kharkov/news-city/yaki-kompanii-v-yakomu-obsyazi-ta-za-yaki-groshi-vidnovlyuyut-kharkov> (дата звернення: 01.03.2024).
7. Стан здійснення ДПП в Україні | Міністерство економіки України. *Міністерство економіки України*. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення: 02.03.2024).

РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ РІВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Кравцова О.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.н. держ.упр., доц. Мануїлова К.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Забезпечення рівноправної участі чоловіків і жінок в Україні у процесі ухвалення рішень є не лише ключовою умовою для будівництва правової держави, але й надійним засобом забезпечення її економічного та соціального прогресу. Врахування вищезазначеного підкреслює важливість глибокого та комплексного наукового підходу у рамках теорії державного управління до вивчення політики гендерної рівності на рівні публічного управління в умовах сучасної децентралізації влади, розвитку громадянського суспільства та євроінтеграції України. Це також підкреслює необхідність висунення конкретних пропозицій стосовно ефективних заходів, спрямованих на забезпечення дотримання принципів гендерної рівності у сферах публічного управління. [2]

Отже, зважаючи на необхідність подальшого дослідження аспекту подолання гендерних стереотипів у державному управлінні, ця проблематика виступає ключовою, яка спрямована на визначення чинників, що ускладнюють кар'єрне зростання жінок на керівних посадах у цій сфері.

Для здійснення стратегії забезпечення рівних можливостей в Україні необхідні такі методи:

1. Створення законодавчої бази, яка гарантує рівні права та можливості для всіх громадян незалежно від їхньої статі, віку, етнічної приналежності та інших характеристик.
2. Розробка та впровадження програм та проектів з підвищення освіченості населення щодо принципів рівних можливостей та боротьби з дискримінацією.
3. Проведення свідомої просвітницької роботи з метою вирішення гендерних стереотипів і усунення дискримінації.
4. Запровадження законодавчих механізмів, що гарантують рівні умови праці та оплату праці, для жінок і чоловіків.

Останнім часом Україна значно просунулася в розвитку гендерної політики, що стала ключовим напрямком її демократичного розвитку, відзначено цілком значними досягненнями в цій сфері. З'явилися нові законодавчі інструменти, прийнято низку важливих рішень, спрямованих на забезпечення гендерної рівності. Україна відзначається як одна з провідних країн, яка внесла окрему статтю до свого Основного закону, яка закріплює рівні права та можливості для жінок і чоловіків.

Основні принципи гендерного розвитку в Україні відображені у Конституції, де зазначено, що всі громадяни, незалежно від статі, мають рівні конституційні права і свободи, та є рівними перед законом. Це передбачає надання жінкам однакових прав і можливостей для самореалізації у всіх сферах життя, включаючи сім'ю, дитинство, материнство і батьківство, які охороняються

державою. Проте, для реалізації конституційних норм необхідний подальший розвиток всієї системи законодавства та практичне втілення за допомогою відповідних інституційних механізмів.

Принцип публічності управління означає пріоритетність демократичних цінностей, верховенство права, повагу до гідності людини, недискримінацію, рівність, справедливість та безпеку. Це означає, що публічне управління є необхідною складовою демократизації державного управління, яка на практиці реалізується шляхом спільної, колективної діяльності та співпраці представників різних суспільних секторів для досягнення визначених громадськістю цілей. Кожен громадянин має обов'язок невідступно дотримуватися вимог Конституції та законів України, утримуватися від порушення прав і свобод, а також гідності та честі інших осіб. Це автоматично підтримує принцип гендерної рівності.[3]

В сучасному світі гендерний підхід стає все більш впливовим у сферах публічного управління, і він являється реальною політичною силою, яка впливає на соціальний розвиток, рівність і мир у суспільстві. Належне представництво жінок в органах державного управління можна розглядати як важливий показник рівня демократизації суспільства.

Важливим кроком у розвитку політики гендерної рівності в публічному управлінні стало прийняття нового Закону України "Про місцеві вибори" від 14 липня 2015 року. Цей закон встановив обов'язковість забезпечення мінімум 30% представництва жінок у складі кандидатів. На сьогоднішній день, Виборчий кодекс України, прийнятий 19 грудня 2019 року, визначає правила щодо гендерного представництва, збільшуючи мінімальну кількість представників однієї статі до 40%. Ця інтеграція гендерних квот спрямована на зміцнення принципу рівності у громадсько-політичній сфері для жінок і чоловіків. Законодавча ініціатива з гендерного квотування сприяє відповідності внутрішньої публічної влади міжнародним стандартам та угодам, які Україна ратифікувала. [2]

Важливо узагальнити основні напрями гендерної політики в публічному управлінні на різних рівнях - національному, регіональному та місцевому. Серед них слід виділити такі аспекти, як:

- 1) підтримка професійної підготовки жінок-фахівчинь у сфері публічного управління,
- 2) зміна суспільних уявлень про розподіл ролей між статями,
- 3) створення мережі партнерських організацій для підтримки жінок у сферах управління та політики,
- 4) впровадження гендерного бюджетування як важливого політичного інструменту,
- 5) просування і пропаганда гендерної рівності,
- 6) проведення гендерних досліджень,
- 7) реформа виборчої і політичної систем,
- 8) посилення співпраці між державними та громадськими інституціями з питань гендерної рівності.

Отже, розширення участі жінок у політичному житті сучасного суспільства не лише сприятиме реальному досягненню гендерної рівності, зокрема у сфері політичної та управлінської діяльності, але й збагатить інструмент адміністрування за рахунок внесення унікальної специфіки, яку приносять саме жінки. Зокрема, це включає моделі консенсусної поведінки під час вирішення ключових питань, оскільки жінки, в цілому, менш схильні до конфліктів і сприймають гармонізацію відносин у колективі як бажану альтернативу.

Література:

1. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text> (дата звернення: 03.03.2024).
2. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ | Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. URL: <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/193> (дата звернення: 03.03.2024).
3. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ | Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. URL: <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/193> (дата звернення: 03.03.2024).

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОПТИМІЗАЦІЮ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

**Рябков В.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – к. н. держ. упр., доц. Чумакова Г.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

У сучасному світі, під час воєнного стану, ефективна комунікація є ключовим елементом успішного управління кризовими ситуаціями. З впровадженням інноваційних технологій у публічному управлінні, можна значно полегшити та оптимізувати комунікаційні процеси, забезпечуючи швидку та ефективну взаємодію між владними органами, військовими структурами, громадськістю та міжнародними партнерами.

Протистояння України у війні активізувало сильні сторони нашої держави та суспільства. Особливо важливими в цьому контексті є оперативна комунікація, злагодженість і єдність щодо демократичних цінностей та національних інтересів. Крім того, варто відзначити сформованість законодавчої бази, яка передбачає механізми управління державою як у звичайних умовах, так і в умовах надзвичайного та воєнного стану. Це в значній мірі гарантує безперервність урядування, що стає одним із ключових напрямів забезпечення національної безпеки і стійкості [1].

Концепція розвитку електронного урядування в Україні має великий потенціал для підвищення ефективності взаємодії між органами влади, зокрема, у кризових ситуаціях [2]. Трансформаційний шлях, який пропонується в рамках даного нормативно-правового акту, визначається революційним характером та акцентується на посиленні функціональних можливостей електронного урядування та зниженні витрат органів влади на виконання їхніх повноважень. Це досягається за допомогою впровадження сучасних інноваційних підходів, методологій та технологій. Серед них можна виокремити такі як Інтернет речей, хмарна інфраструктура, Blockchain, Mobile ID, sharing economy. Крім того, на сьогодні розвиваються методи обробки великих обсягів даних (Big Data) тощо. Шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій, можливо забезпечити оперативний обмін даними та інформацією між відповідальними структурами, координацію дій та швидке прийняття рішень.

Інноваційні технології, такі як мобільні додатки для надсилання сповіщень, соціальні медіа для розповсюдження інформації, веб-платформи для організації відеоконференцій та системи географічної інформації для візуалізації даних, виявляються для публічного управління надзвичайно корисними [3]. На рис. 1 наведені деякі з них, що полегшують та оптимізують комунікаційні процеси під час воєнного стану.



Рис.1. Інноваційні технології, що оптимізують комунікаційні процеси в публічному управлінні під час воєнного стану

**Джерело: розроблено авторами*

1. Електронні сповіщення та масові повідомлення: з використанням сучасних систем SMS-повідомлень та додатків для миттєвого сповіщення громадськості та працівників урядових органів про надзвичайні ситуації, такі як напади, небезпека або накази для захисту населення.

2. Соціальні медіа та веб-платформи: використання платформ соціальних мереж та офіційних веб-сайтів уряду для розповсюдження актуальної інформації, оновлень стосовно воєнного стану, порад та інструкцій для громадян.

3. Відеоконференції та вебінари: організація відкритих онлайн-конференцій для забезпечення взаємодії між владними органами, військовими командуваннями та громадськістю, а також для надання публічної інформації та відповіді на запитання.

4. Мобільні додатки для відстеження інформації: розробка спеціалізованих мобільних додатків, які дозволяють громадянам отримувати оперативну інформацію про ризики та безпеку в їхній місцевості, а також повідомляти про випадки загроз ("Блискавка", "Безпека та оборона", "Мапа загроз" та ін.).

5. Системи візуалізації даних та аналітика: Використання географічних інформаційних систем (ГІС) для візуалізації даних про поточну ситуацію, розташування військових об'єктів та інших важливих об'єктів, що може допомогти в управлінні кризовими ситуаціями.

Використання ГІС для візуалізації даних під час воєнного стану можуть включати [4]:

1. ArcGIS: ГІС платформа, яка використовується в управлінні кризовими ситуаціями та військових операціях для аналізу та візуалізації географічних даних, таких як розташування військових об'єктів, лінії фронту, транспортні маршрути та інші важливі об'єкти.

2. Google Earth Pro: Інтерактивний глобальний маповий сервіс, який дозволяє візуалізувати географічні дані, створювати тривимірні моделі місцевості, а також аналізувати та спільно працювати з географічною інформацією під час кризових ситуацій.

3. QGIS (Quantum GIS): Безкоштовний і відкритий для використання ГІС, який надає можливості візуалізації та аналізу географічних даних. Використовується для створення карт, розташування об'єктів, визначення географічних паттернів та забезпечення інформованості приймачів при управлінні кризовими ситуаціями.

4. MapInfo Professional: Програмне забезпечення для створення та аналізу географічних даних, яке дозволяє візуалізувати та обробляти інформацію про розташування військових об'єктів, стратегічних пунктів та інших ключових об'єктів управління кризовими ситуаціями.

5. OpenStreetMap (OSM): Вільна та відкрита база географічних даних, яка може бути використана для візуалізації географічної інформації під час воєнного стану. OSM надає можливість створювати та редагувати картографічні дані для подальшого аналізу та використання в управлінні кризовими ситуаціями.

Впровадження цих та інших інноваційних технологій дозволяє підвищити оперативність та може значно покращити ефективність комунікаційних процесів під час воєнного стану в публічному управлінні України. Зокрема, вони допомагають управлінцям забезпечити швидку реакцію на зміни в ситуації, розподілити ресурси ефективно та забезпечити інформованість громадян. Однак, важливо також забезпечити надійність і захищеність цих систем від потенційних кібератак та надати доступність інформації для всіх верств населення, включаючи тих, хто може бути обмежений у використанні сучасних технологій.

Література:

1. Шляхтіна Г.В. Воєнно-політичні загрози та виклики: застосування організаційно-правового механізму забезпечення національної безпеки України. URL: <http://perspectives.pp.ua/public/site/mono/mono-34.pdf>. С. 71-84.

2. Концепція розвитку електронного урядування в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 р. № 649-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text>

3. Smith, J. (2020). The Role of Technology in Crisis Communication Management. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 30(2), 289-302.

4. Smith, J. (2022). The Role of Geographic Information Systems in Crisis Management. *Journal of Emergency Management*, 10(2), 45-58.

УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Когут А.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.е.н., доц Колеснікова К.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В Україні комунальна власність формується шляхом безоплатної передачі загальнодержавної у комунальну власність. З 1996 р. комунальна власність існує як окрема форма управління фінансами, відокремлена від державної власності.

Спільні інтереси мешканців окремої територіальної громади реалізуються через діяльність об'єктів громади. Але для нормального функціонування майна громади, для забезпечення прав населення на сучасну медицину та освіту, доступні та якісні адміністративні, комунальні, соціальні послуги, нормальні дороги, чисті та освітлені дороги, органи місцевого самоврядування повинні мати широкі повноваження і достатні засоби, щоб мати можливість вирішувати всі місцеві проблеми та брати за це відповідальність.

І ось, починаючи з 1 квітня 2014 року Кабінет Міністрів України прийняв Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні.

Управління об'єктами загального користування здійснюється органами місцевого самоврядування у формі обласних і районних рад, а також уповноваженими ними органами. Діяльність органів управління спрямована на реалізацію права комунальної власності територіальних громад, що здійснюється в межах і порядку, встановлених законодавством України та актами органів місцевого самоврядування. Вони мають право передавати майно у тимчасове або постійне користування фізичним та юридичним особам, державним органам для забезпечення ефективного використання майна відповідно до своїх повноважень.

Виходячи з ресурсного та економічного потенціалу, потреб населення перед органами місцевого самоврядування постають такі проблеми:

- оптимізація структури спільної власності, шляхом зміни підходів до управління, з метою забезпечення економічного розвитку;
- забезпечення належного стану місцевої інфраструктури;
- служити інтересам комплексного розвитку територій як єдиної соціально-економічної організації;
- забезпечення комфортного життя мешканців міста;
- раціональне використання рухомого та нерухомого майна, земельних ділянок та інших ресурсів, що належать до комунальної власності;
- збільшення інвестицій у новітні технології, які допоможуть вам швидко управляти своїм майном для кращого та швидшого задоволення потреб населення, щодо можливості отримання соціальних послуг та оренди нерухомого майна за участю інвестицій та фінансування;
- надання комунальних послуг населенню, підприємствам та організаціям області;

- забезпечити здачу майна в оренду;
- організувати процес (приватизації) нерухомого майна;
- здійснення функціонального управління майном громади;
- координує та контролює діяльність інших власників щодо ефективного використання та утримання майна громади;
- веде облікову роботу спільного майна, організовує інвентаризацію;
- оприлюднення інформації про вільні об'єкти оренди або приватизації.

Від якості виконання вищезазначених робіт залежить рівень життя населення.

Виявляючи представлені проблеми, ми звертаємо увагу на функціонал, у якому знаходяться органи місцевого самоврядування.

Відповідно до статті 26 пункту 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», одним із виключних повноважень місцевої ради є вирішення на зборах питань про створення підприємств, установ і організацій, що належить до власності громади, що сплачується до місцевого бюджету.

Українські комунальні підприємства мають самостійний фінансовий баланс, їх рахунки не суміщені з рахунками бюджетів органів місцевого самоврядування. Деякі комунальні підприємства не мають самостійних банківських рахунків, а мають лише вторинні рахунки. Серед них можуть бути громадські навчальні заклади, школи, дитячі садки, лікарні тощо.

Функціями місцевого самоврядування, під якими розуміють основні напрями діяльності територіальних громад, органів місцевого самоврядування щодо вирішення завдань місцевого самоврядування (муніципальної діяльності), є:

- залучення населення до участі у вирішенні проблем місцевого та демократичного значення;
- володіння, користування та управління майном громади;
- забезпечення комплексного соціально-економічного та культурного розвитку відповідної території;
- надання соціальних послуг населенню;
- забезпечення законності, громадської безпеки, правопорядку, захисту прав, свобод і законних інтересів громадян;
- соціальний захист населення, сприяння зайнятості громадян.
- захист прав місцевого самоврядування.

Аналіз зарубіжного досвіду сприяння соціально-економічному розвитку територіальних одиниць показав, що в умовах децентралізації економіки стає можливим реалізація таких заходів:

- перерозподіл функцій та управлінських повноважень на користь органів місцевого самоврядування;
- надання права органам місцевого самоврядування та адміністраціям формувати бюджетні кошти шляхом регулювання ставок місцевих податків, а також розподіляти ці кошти;
- підвищення рівня диверсифікації податкової бази територіальних

громад, зокрема за рахунок розширення дохідної бази місцевих бюджетів.

Співробітництво України з іншими державами є одним із важливих кроків у напрямку ефективних змін механізму управління розвитком території. Дійсно, переважна більшість громад України не може забезпечити створення та підтримання сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, її самореалізації, захисту її прав та забезпечення населення органами місцевого самоврядування, установами та організаціями, створені ними для надання якісних і доступних адміністративних, соціальних та інших. Основною метою управління майном громади є як найякісніше задоволення як соціальних, так і економічних потреб для повноцінного життя громадян.

Комунальні підприємства повинні надавати якісні послуги: з утримання та ремонту житлових будинків і споруд, прибудинкових територій. водопостачання та водовідведення; тепlopостачання; електропостачання; газопостачання; прибирання відходів, благоустрій міста (раціональне використання міського простору, озеленення, санітарний стан тощо); дорожнє господарство - утримання та ремонт доріг, мостів та автотранспортних споруд, зовнішнє освітлення тощо.

У сучасних умовах до ефективного управління комунальною власністю територіальних громад необхідно залучати міжнародні організації, міста-побратими та міжнародні неурядові організації.

Співпраця країн між містами є результатом свідомого рішення, об'єктивність якого визначається суспільним розвитком. Співпраця сприяє не лише подоланню наслідків нераціонального здійснення функцій самоврядування та неефективного використання наявних у територіальних громадах ресурсів, а й недосконалої організації територіальної влади та управління. Останніми роками Україна впроваджує проектні технології в систему управління процесами регіонального розвитку, і комунальний сектор не є винятком.

Для забезпечення ефективного управління майном громади існуючі підходи до управління майном громади необхідно замінити на більш сучасні механізми взаємодії з громадськістю, використовуючи досвід міжнародного співробітництва.

Присутність проблем у сфері комунального господарства вимагає пошуку і впровадження нових концептуальних підходів до реформування комунального сектору. Досвід розвинених країн світу, особливо постіндустріального та інформаційного суспільства, свідчить, що структурна перебудова економіки можлива лише за умови широкого використання наукового та технологічного потенціалу.

Література:

1. Про власність: Закон від 07.02.1991 р. № 697-XII. База даних «Законодавство України». [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/697-12#Text>.
2. Закон України «Про передачу об'єктів права державної та комунальної власності». [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/147/98-%D0%B2%D1%80#Text>.

3. Закон «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>.
4. Закон України «Про комунальну власність в Україні» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>.
5. Конституція України (чинна з 1996 р. зі змінами), Офіційний портал Верховної Ради України, [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
6. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>.
7. Батанов О.В. Муніципальна влада в Україні: проблеми теорії та практики: Монографія / Відп. Ред. М.О. Баймуратов. К.: Видавництво «Юридична думка» Одеса. 2018. С. 121-129
8. Жулин О.В., Зеленюк-Джунь Л.В. Управління фінансовими ресурсами комунальних підприємств і перспективи їх розвитку. Вісник «Регіональна економіка» №6 (4) 2018. С. 59-65

НЕОБХІДНІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Афанасьєва В.П., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.е.н., доц. Брюшкова Н.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Сутність регіональної конкурентоспроможності полягає у здатності певного регіону (наприклад, країни, міста, області) ефективно конкурувати на світовому ринку з іншими регіонами. Це включає в себе ряд факторів:

-економічна продуктивність - включає в себе рівень розвитку промисловості, сфери послуг, а також наявність високоякісних інфраструктурних проектів.

-інновації та дослідження - регіони з високим рівнем конкурентоспроможності зазвичай мають сильні науково-дослідницькі інститути, що сприяють створенню нових технологій та інноваційних продуктів.

-людський капітал - конкурентоспроможність регіону також залежить від рівня освіти та кваліфікації його населення.

-доступність ресурсів - регіони з легким доступом до природних ресурсів або дешевою робочою силою можуть мати конкурентну перевагу.

-підприємництво та бізнес-середовище - сприятливе для бізнесу середовище, яке включає в себе простий процес реєстрації бізнесу, низькі податки, мінімальну бюрократію та ефективне правоохоронне та судове відомство, також є ключовим чинником регіональної конкурентоспроможності.

-соціокультурні аспекти - фактори, такі як якість життя, доступ до медичної допомоги, безпека та інші, також можуть впливати на привабливість регіону для бізнесу та інвестицій.

Загалом, регіональна конкурентоспроможність визначається комплексним підходом, який об'єднує економічні, соціальні, культурні та інші аспекти.

Конкурентоспроможність територіальної громади - це здатність підприємств територіальних громад, виробляти якісну продукцію та реалізовувати її на міжрегіональному та міжнародному ринках і вирішувати соціально- економічні та інші питання громади завдяки податкам, рівень яких визначається показником доданої вартості зазваної продукції [1].

Інструменти підвищення ефективності об'єднаних територіальних громад можна поділити на декілька груп в залежності від їхньої спрямованості та функцій:

1. Адміністративно-організаційні інструменти:

- Оптимізація структури управління та адміністрування.
- Створення спільних служб та інфраструктури.
- Впровадження інноваційних методів управління.

2. Економічні інструменти:

- Розвиток спільних економічних проектів та інвестиційних програм.
- Фінансова підтримка спільних ініціатив та проектів.
- Створення спільних інвестиційних фондів.

3. Стратегічне планування і розвиток:

- Розробка спільних стратегій розвитку.
- Проведення аналізу місцевих потреб та можливостей.
- Реалізація проектів з розвитку місцевої інфраструктури.

4. Участь громадян та комунікації:

- Залучення громадян до прийняття рішень та формування стратегій.
- Забезпечення відкритої та прозорої комунікації між місцевими органами влади та громадянами.
- Створення механізмів обговорення та обміну інформацією між громадами.

5. Міжгромадські партнерства та співпраця:

- Розвиток мережі міжгромадських партнерств.
- Спільні проекти та ініціативи з іншими громадами.
- Обмін досвідом та кращими практиками між громадами [2].

Ці групи інструментів можуть допомогти об'єднаним територіальним громадам ефективно вирішувати різноманітні завдання та досягати спільних цілей розвитку.

Отже, конкурентоспроможність територіальної громади полягає в її здатності створювати сприятливе середовище для розвитку економіки, приваблення інвестицій та поліпшення якості життя мешканців. Це включає в себе розвиток місцевих підприємств, створення нових робочих місць, підтримку освіти та кваліфікації робочої сили, розвиток інфраструктури, підтримку підприємництва, розвиток туризму та культурних ініціатив, а також забезпечення соціальної та екологічної стабільності. Успішна територіальна громада здатна поєднувати ці аспекти, щоб забезпечити стійкий та збалансований розвиток, збільшення привабливості для інвесторів та підвищення задоволення мешканців від якості життя.

Варто зазначити, що децентралізація впливає на конкурентоспроможність громад у багатьох аспектах. Перш за все, вона передбачає перехід частини владних повноважень з центрального уряду на місцеві органи самоврядування. Це дозволяє місцевим громадам більш ефективно реагувати на конкретні місцеві потреби та можливості, оскільки вони мають більшу владу та контроль над розподілом ресурсів.

Збільшення влади місцевих органів також стимулює розвиток ініціатив та інновацій. Місцеві лідери краще знають потреби своєї громади та можуть швидше приймати рішення, що відповідають цим потребам. Це сприяє розвитку місцевих інфраструктурних та економічних проектів, що, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність громади.

Децентралізація також може підвищити ефективність використання ресурсів. Оскільки місцеві органи самоврядування краще розуміють потреби та пріоритети своїх громад, вони можуть спрямовувати ресурси туди, де вони найбільш потрібні та ефективні.

Крім того, децентралізація стимулює конкуренцію між громадами. Коли громади мають більше влади та повноважень, вони змушені конкурувати між

собою за інвестиції, бізнес-проекти та таланти. Це може призвести до зростання ефективності та інноваційності на місцевому рівні.

Отже, підвищення конкурентоспроможності територіальних громад важливе для економічного розвитку, покращення якості життя мешканців, привабливості для бізнесу та інвесторів, збільшення участі громадян у прийнятті рішень та забезпечення стійкості у змінних умовах.

Література:

1. Білик Р.Р. Конкурентоспроможність регіонів України в системі зміцнення їх економічної безпеки. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Львів: Національна академія наук України ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України, 2017. 499 с.

2. Розвиток соціальної сфери територіальних громад в умовах адміністративно-фінансової децентралізації / Шульц С.Л., Сторонянська І.З., Максимчук М.В та ін. Львів. 2018. 140 с.

ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Долінська М.Р. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.е.н., доц. Брюшкова Н.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Сталий розвиток територіальної громади - це процес, що забезпечує задоволення поточних потреб громади, не підірвавши можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Це означає розвиток, який забезпечує баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами, сприяє підвищенню якості життя мешканців, збереженню природних ресурсів та збереженню екологічної стійкості громади на довгострокову перспективу.

На сьогоднішній день в Україні не існує окремого закону, який би специфічно визначав поняття сталого розвитку територіальних громад. Проте, питання сталого розвитку, включаючи його аспекти в контексті територіальних громад, може бути врегульоване різними законодавчими актами, такими як закони про місцеве самоврядування, екологію, економіку, регіональний розвиток тощо. Таким чином, поняття сталого розвитку територіальних громад може бути визначено через комплексний підхід до законодавчого регулювання різних сфер життєдіяльності громад та їх взаємодії з навколишнім середовищем.

Для забезпечення високого рівня стабільності та конкурентоспроможності територіальної громади можна використовувати різні інструменти стимулювання сталого розвитку.

Найприйнятнішими інструментами стимулювання сталого розвитку, що забезпечать високий рівень стабільності та конкурентоспроможності сталого розвитку є інвестиційно-інноваційні інструменти, оскільки вони направлені на забезпечення сталого розвитку у соціальній, економічній та екологічній сфері регіону через розвиток нових технологій та втілення наукових пропозицій [1].

1. Стратегічне планування – передбачає розробку та імплементацію стратегій розвитку, які враховують економічні, соціальні та екологічні аспекти, допоможе визначити пріоритетні напрямки розвитку та встановити цілі для досягнення сталості та конкурентоспроможності.

2. Економічні стимули - надання фінансових пільг, грантів, кредитів або інших інвестиційних засобів для проектів, спрямованих на збереження ресурсів, використання відновлюваних джерел енергії та підтримку сталого бізнесу.

3. Податкові стимули - запровадження податкових пільг для підприємств, які використовують екологічно чисті технології, енергоефективність та інші практики, спрямовані на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

4. Освіта та інформаційна кампанія - забезпечення освіти та інформаційних кампаній про сталий розвиток, екологічні проблеми та можливості участі громадян у створенні сталої територіальної громади.

5. Розвиток інфраструктури - інвестиції в розвиток місцевої

інфраструктури, такої як ефективна система водопостачання та водовідведення, електромережі, транспортні мережі та інші комунікації, що сприяють сталому розвитку.

6. Створення партнерств між громадами, громадськими організаціями, місцевими підприємствами та урядовими органами для спільної реалізації проектів та ініціатив, спрямованих на сталий розвиток.

Ці інструменти допоможуть забезпечити сталий розвиток територіальної громади, підвищуючи її стабільність та конкурентоспроможність.

Цікавим є досвід використання міжгромадського партнерства, яке може відбуватися через різноманітні форми співпраці та спільної реалізації проектів і ініціатив:

- громади можуть створювати асоціації або об'єднання, щоб спільно розробляти та реалізувати проекти сталого розвитку. Це може бути регіональними, міжмуніципальними або міжрегіональними об'єднаннями;

- громади можуть співпрацювати з неприбутковими організаціями та громадськими ініціативами для реалізації проектів сталого розвитку, що може включати спільні програми з охорони навколишнього середовища, освітні та культурні ініціативи тощо;

- громади можуть встановлювати партнерства з місцевими підприємствами для спільного розвитку економіки та впровадження зелених технологій через розробку спільних проектів з використання відновлюваних джерел енергії, енергоефективності тощо.

- громади можуть співпрацювати з урядовими органами на різних рівнях (місцеві, регіональні, центральні) для спільного розв'язання проблем та реалізації проектів сталого розвитку. Це може включати спільні програми з інфраструктури, охорони здоров'я, освіти тощо;

Ці форми співпраці дозволяють громадам об'єднувати зусилля та ресурси для досягнення спільних цілей сталого розвитку. Через спільну реалізацію проектів і ініціатив, вони можуть досягати більших успіхів у поліпшенні якості життя та збереженні навколишнього середовища.

Стимулювання сталого розвитку регіону є потрібним для громад з кількох причин:

1. Покращення якості життя мешканців, включаючи умови праці, доступ до освіти та охорони здоров'я.

2. Забезпечення економічного зростання, створення робочих місць та збільшення доходів.

3. Збереження природних ресурсів та їх використання з урахуванням потреб майбутніх поколінь.

4. Формування міцнішого та більш об'єднаного співтовариства.

5. Забезпечення соціальної справедливості та рівності можливостей для всіх громадян.

Використання інструментів стимулювання сталого розвитку територій є ключовим для забезпечення економічного, соціального та екологічного благополуччя регіонів та їх мешканців. Ці інструменти допомагають зробити

регіони більш конкурентоспроможними, стійкими та привабливими для життя та бізнесу.

Література:

1. Вахович І.М. Фінансова політика сталого розвитку регіону: методологія формування та механізми реалізації: Монографія / І.М. Вахович. Луцьк: 2007. 496 с.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Антипенко Д.А., студ. ф-ту ФСП

Науковий керівник – д. н. з держ. упр., проф, Ткачова Н. М.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Постановка проблеми. Розв'язана російською федерацією повномасштабна війна проти України у 2022 році порушила існуючі устої суспільного життя та ускладнила функціонування органів державної влади, які вже третій рік змушені працювати в особливому режимі. Сьогоденна реальність продемонструвала наскільки важливою залишається ефективна робота публічного адміністрування. Виявилось, що вкрай необхідна адаптація публічного управління до війни, яка вимагає гнучкості, твердості, оперативності ухвалення управлінських рішень, та налагодження щільної співпраці між державою і суспільством, яке теж повинно стрімко пристосовуватися до умов і потреб воєнного часу.

Метою статті є дослідження викликів та загроз, які визначають специфіку функціонування системи публічного управління в умовах воєнного стану; виокремлення факторів, що забезпечують сталість держави в умовах бойових дій.

Виклад основного матеріалу. Найважливішим завданням функціонування публічного управління, незалежно від будь-яких обставин, є регулювання та покращення механізму адміністративної діяльності. У воєнний час управлінські завдання були зосереджені насамперед на розв'язанні ключових проблем, які виникли у зв'язку з ситуацією, що склалася.

Система надання доступних і якісних послуг, що активно розвивалася в довоєнні роки на основі впровадження принципів і стандартів сервісної держави зазнала суттєвих змін через виклики війни, які були пов'язані із законодавчим обмеженням адміністративних та інших публічних послуг. Низкою законодавчих і нормативно-правових актів, ухвалених у перші місяці війни, було призупинено надання базових адміністративних послуг через закриття державних реєстрів (земельний кадастр, реєстрацію місця проживання фізичних осіб тощо), що спричинило значне навантаження на систему, бо саме в базових послугах зростає потреба громадян в умовах війни. Призвели до неможливості надання послуг також пошкодження, руйнування об'єктів надання адміністративних послуг, окупація територій на яких вони були розташовані.

Потрібно зауважити, що система надання адміністративних послуг в короткі терміни адаптувалася до умов воєнного стану. Саме завдяки швидкості прийняття урядових рішень щодо терміновості та екстериторіальності надання окремих послуг, впровадженню цифрових електронних сервісів. Оперативні урядові рішення сприяли забезпеченню стійкості системи надання адміністративних послуг з точки зору доступності, реагування на потреби громадян, безпеки. Більш того, система, пристосовуючись до військових потреб,

запропонувала громадянам нові можливості надання та нові види адміністративних послуг. Так, наприклад, єдиний портал державних послуг "Дія"[1] перетворився на унікальний майданчик для комунікації держави і громадян. У такий надскладний і вирішальний для долі країни момент, «Дія» стала корисним застосуном далеко за межами державних послуг онлайн.

Через війну дуже багато українців змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони України. Хтось втратив документи, бо їх було знищено разом із домівками, хтось їх загубив, хтось - просто забув. Тому в перші тижні було активовано єДокумент, який було створено на основі авторизаційних даних, без підключення до реєстрів і, що вкрай важливо, є можливість створити та перевірити документ без інтернету.

З'явилося телебачення і радіо у Дії, так як виникла необхідність надати людям доступ до правдивої інформації. Вже в перші дні повномасштабної війни росіяни атакувати телевежі та глушили зв'язок, телебачення та радіо більше не були 100% джерелом інформації.

Також новими послугами в умовах війни стали: надання статусу та допомоги внутрішньо переміщеним особам, подання заяв про пошкоджене майно у наслідок бойових дій; державна реєстрація шлюбу без особистої присутності особи (за визначених умов); реєстрація набуття статусу безробітного і т.д.

Попри ризики воєнного часу, Україна з 2022 року не припиняла реформу державної служби, зосередивши значну увагу на якості її кадрового складу, покращенні процесів добору та подальшому підвищенні кваліфікації службовців, реалізації механізмів щодо сприяння повернення у країну після війни, побудові моделі державної служби на основі застосування дистанційних технологій надання адміністративних послуг. Здійснення важливих кроків, необхідних для відновлення та розбудови України у майбутньому, залежить від здатності керівництва державного інституту розробляти та реалізовувати ефективні державні політики. У відповідь на виклики війни уряд України застосовував два типи політичних інструментів: адміністративне регулювання воєнного стану та підтримання стабільності економіки. Насамперед основні управлінські рішення, які ухвалював Кабінет Міністрів України [2], стосувалися оборонного комплексу, забезпечення військ усім необхідним, а також фінансово-економічних питань, встановлення соціальних пільг, гуманітарного постачання і т.д. У перші місяці війни Кабінет Міністрів України вів облік щодо військових збитків та відновлення інфраструктури, житлового фонду. Значна увага приділялася питанням санкцій проти Росії. З перших днів початку війни урядом було затверджено план дій та регулювання режиму воєнного стану, якими було визначено формування місцевих бюджетів і фінансування військових адміністрацій, налагодження співпраці та координації органів державної влади з військовим командуванням, впровадження заходів щодо охорони об'єктів критичної інфраструктури, облаштування бомбосховищ, заходи щодо евакуації громадян певних категорій і т.д.

Висновок: як ми бачимо, групи викликів, які стосуються обмежень щодо діяльності органів публічної влади, насамперед пов'язані з: безпековою ситуацією; обмеженням фінансових ресурсів; обмеженням координації дій державних, бізнесових, громадських інститутів; необхідністю стримувати рівень соціальної напруги; обмеженням щодо надання та отримання інформації. Зрозуміло, що система публічного управління відчуває тиск з боку, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, але попри всі виклики система публічного управління продовжує безперервно виконувати покладені на неї функції, незважаючи на воєнний стан у країні та демонструє сталість державних інститутів. Розглядаючи здатність системи публічного управління протистояти спричиненим загрозам, можна виділити три складові, що визначають її зміст: якісний та достатній кадровий склад, ефективність надання адміністративних послуг та гарантування формування і реалізації політик.

Література:

1. Офіційний сайт «Дія». URL: <https://diia.gov.ua/> (дата звернення 30.03.2024р.)
2. Єлисавета Доронцева. Аналітична платформа «Вокс Україна»: Державне регулювання під час війни: як Кабінет Міністрів України адаптував економіку до воєнного стану. 1.07.2022: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/derzhavne-regulyuvannya-pid-chas-vijny-yak-kabinet-ministriv-ukrayiny-adaptuvav-ekonomiku-do-voyennogo-stanu> (дата звернення 30.03.2024р.)

ЕКОНОМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Стребницька А.Г., студ. групи ЕК - Б4.01

Науковий керівник – к.е.н., доц. Толкачова Г.В.

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Одеса

Розуміння характеристик підсистем функціонального управління, основних функцій бізнесу та раціонального управління грошовими потоками відіграють важливу роль в ефективному управлінні підприємством. Перш ніж розпочати роботу, вам потрібно заздалегідь визначити, що отримати, як організувати свою роботу у бізнесі, мотивувати та контролювати свою роботу. Саме це є функціями управління.

Деякі теоретичні та методологічні аспекти економічного управління підприємством відображаються в роботі різних вчених, зокрема Річарда Дафта, М. Альберта, Й. С. Завадського, М. Х. Мескона, О. Лисенка, Л. Дядечка, А. Гончарова та інших. Серед цих людей кожний по-різному називає та визнає функції та поняття «економічного управління бізнесом».

Метою цих тез є узагальнення концепції «економічного управління підприємством» та вивчення категорії «функція» тієї ж концепції; визначення основних функцій корпоративного управління, розкриття їх змісту.

Перш ніж розглядати функції корпоративного управління, треба визначити зміст цього самого поняття.

Корпоративне управління – це економічна категорія, яка представляю особливу форму економічних відносин, яка впливає на процеси, об'єкти чи системи з метою збереження її стійкості або для досягнення своїх цілей в іншій сфері. «Економічне управління підприємством» вважається наукою управління підприємством, яка має на меті досягти своїх стратегічних та тактичних цілей, які визначаються потребами сучасної фази розвитку ринкової економіки. Л. Дядечко трактує економічне управління підприємством як перспективне (стратегічне), поточне та оперативне планування, а також організовуючи і контролюючи реалізацію планів. О. Лисенко зазначає, що економічне управління підприємством – це циклічно повторюваний процес системного, планомірно організованого впливу на елементи господарського механізму підприємства шляхом взаємопов'язаних прямих і зворотних зв'язків для досягнення еталонно-інтегрального стану підприємства.

Узагальнюючи концепцію економічного управління підприємством за сучасних умов можна стверджувати, що це ефективна система, яка може забезпечити швидку адаптацію бізнесу до змін його бізнес-середовища, залежно від максимально можливого врахування запитів і задоволення потреб потенційних споживачів. У такій системі отримання прибутку її не слід розглядати як основну мету підприємства, а виключно як результат ефективної роботи добре структурованої системи управління.

Для ефективного побудування управлінської системи застосовують функції, які сприяють досягненню цілей організації та збільшення прибутку.

Загалом у дослідженнях, що пов'язані з управлінням, немає певного визначення самої категорії «функції управління». Функція управління - це тип діяльності, при якому вплив на об'єкт управління виконується для досягнення бажаної мети та цілі.

Функція менеджменту - це діяльність щодо об'єкта, яка передбачається співпрацею та розподілом праці між виконавчим персоналом. Кожна функція складається з ряду взаємопов'язаних операцій, які виконують роль управління.

У сучасній літературі існує багато підходів до класифікації функцій управління, які пояснюються різними критеріями їх оцінки. Деякі автори вважають класифікацію функцій найпоширенішою з позиції підрозділу управління, а інші бачать найпоширенішу класифікацію з організаційної та технічної точки зору, яка розрізняє загальні та конкретні функції управління.

Деякі дослідники розрізняють функції управління: організаційні (наприклад, керівники виконавців), спеціалізовані (виконання завдань різних фахівців), обслуговування (у бухгалтерському обліку та звітах).

При аналізі та дослідженні наукових вчених доцільно звернутися до ключових функцій управління, таких як планування, організація, лідерство та контроль (таб.1).

Таблиця 1. Основні функції управління

Функції управління	Планування	Визначення цілей організації та шляхів їх досягнень
	Організація	Розподіл відповідальності та ефективного використання ресурсів
	Лідерство	Успішне керівництво підлеглими для підвищення їх ефективності
	Контроль	Контроль за управлінням та корегування планів

Функції планування лідерства, що визначають цілі організації та способи їх результатів, беручи на себе відповідальність та ефективне використання ресурсів, що управляють успішними підлеглими, з метою підвищення ефективності управління та адаптації планів шляхом планування. Керівництво компанії визначає основні напрямки та прийняття рішень, які забезпечують єдність цілей та цілей для тих, хто бере участь у процесі управління. Таким чином, бізнес має лише один напрямок для досягнення спільних цілей. Зміст дизайнерської функції включає реалізацію програми дій, створення та розповсюдження завдань працівникам або секціям компанії, їх відносини один з одним.

Організаційна діяльність є головним елементом систем управління. Функція організації – це процес систематичного коригування багатьох завдань і взаємовідносин між людьми, що їх виконують. Функція організації спрямована на реалізацію визначених на попередньому етапі планів. Метою організації є реалізація планів, визначених у попередньому розділі. Організацію слід трактувати як корпоративний колективний орієнтований вплив на встановлення механізму управління та взаємозв'язку.

Річард Дафт досліджує функцію керівництва (лідерства) і пояснює це як використання впливу для мотивації працівників. Керівництво - це явище, яке виникає в системі формальних (офіційних) відносин, а лідерство - явище з неформальної (неформальної) системи відносин. Лідерство визначається відповідно до цілей організації, а керівна роль є спонтанною.

Мотивація полягає в тому, щоб працівники працювали відповідно до своїх обов'язків та планів. З точки зору школи управління наукою, вважалося, що чим більше зусиль вони докладають для виконання певних завдань, тим більше грошей вони платять працівникам.

Мотивація передбачає розвиток людських ідей, реалізацію колективних потреб, підвищення задоволеності роботою, оцінку виконаної роботи та впровадження методів стимуляції для досягнення найвищої професійної відповідальності.

Вважаємо, що функція лідерства (керівництва) функціонально необхідна для процесу корпоративного управління підприємством.

Контроль управління визнається багатьма дослідниками. Це дозволяє виявити проблеми до того, як вони стануть кризовими ситуаціями. Існують стандарти, вимірювання порівняно з плануванням та коригуванням планів.

Контроль - це забезпечення цілей організації. Оскільки планування - це майбутнє, така функція, як контроль, повинна передбачати та запобігати змінам.

Однак контроль повинен бути об'єктивним, ефективним та систематичним. Ми також рекомендуємо створити організаційні та соціально-психологічні умови для зменшення потреб у контролі. Методами контролю можуть бути - аналіз, контроль, самоконтроль, опитування тощо.

Тому на практиці основні функції управління тісно пов'язані. Їх взаємодія забезпечує успішну діяльність бізнесу в ринкових умовах, незалежно від зовнішніх чи внутрішніх впливових факторів.

Висновки. Основними функціями управління є планування, організація, лідерство (керівництво) та контроль. Ми вважаємо, що функція лідерства (керівництво) функціонально необхідна для процесу корпоративного управління. На практиці функції управління тісно пов'язані. Їх взаємодія забезпечує успішну діяльність бізнесу в ринкових умовах, незважаючи на зовнішні чи внутрішні фактори впливу.

Література:

1. Гончаров А. Б. Економічне управління підприємством : конспект лекцій / А. Б. Гончаров, Н. М. Олейникова // Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 366 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко // К. : Центр навч л-ри, 2007. – 224 с.
3. Лисенко О. А. Функциональные аспекты управления текущими затратами пассажирских пригородных железнодорожных компаний : автореф. дис. на соискание ступени канд. экон. наук : 08.00.05. – М., 2006. – 23 с.

РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО МИСЛЕННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ

Швець Г.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту Соціології і права
Науковий керівник – д. держ. уп., проф. Іваницька О.М.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Актуальність теми. Сучасний світ диктує нові правила гри. Державна служба, орієнтована на задоволення потреб громадян, стає ключовим фактором розвитку країни. Професійні державні службовці – це не просто виконавці завдань, а рушійна сила змін, що ведуть до якісного впровадження реформ та ефективного функціонування органів влади. Публічне управління потребує стратегічного підходу, який би дозволяв службовцям органів публічної влади визначати та досягати своїх довгострокових цілей, а також адаптуватися до змін середовища. Стратегічний підхід передбачає наявність стратегічного мислення як важливої компетенції управлінців.

Постановка проблеми: Реформи у сфері державного управління, вимагають зміни методів планування та реалізації стратегій. Стратегічне мислення дозволяє державним службовцям виходити за рамки традиційного управління, інтегруючи інноваційні методи та технології для вирішення складних завдань. У контексті публічного управління, стратегічне мислення є вирішальним для формування довгострокової перспективи розвитку держави та ефективного реагування на швидкі соціально-економічні зміни. Проблема полягає в тому, що існуюча система підготовки та перепідготовки державних службовців в Україні не завжди забезпечує необхідний рівень стратегічної компетентності. Це створює розрив між потребами сучасного управління та фактичними можливостями службовців ефективно керувати змінами та розробляти стратегії, які відповідають довгостроковим національним інтересам. Додатково, брак стратегічного мислення може призвести до недостатньо обгрунтованого прийняття рішень, що може мати далекосяжні негативні наслідки для держави. Тому, існує нагальна потреба в розробці та впровадженні ефективних програм навчання, які б зосереджувались на розвитку стратегічного мислення та інших ключових компетенцій, необхідних для сучасного державного управління.

Аналіз досліджень: Дослідження процесів вироблення стратегічного мислення розпочалися ще в XX столітті як складова менеджменту. Різні науковці пропонували власні визначення та підходи до його розуміння. Дослідження та публікації, що аналізують процеси формування стратегічного мислення включають роботи відомих авторів, таких як І. Ансофф, Р. Рамелт, П. Джонсон, С. Тригоб'юк В., І. Вілсон, Дж.М. Лідка, Г. Мінцберг та інші. Ці дослідження розкривають сутність стратегічного мислення та аналізуються підходи до його розуміння. Незважаючи на велику кількість досліджень, все ще не вивчено достатньо характеристик та методів формування стратегічного мислення, що обумовило мету даної публікації.

Мета дослідження: Основною метою даного дослідження є визначення та аналіз ключових аспектів формування стратегічного мислення, які необхідні для державних службовців, що працюють в органах публічної влади України, з метою підвищення ефективності управлінських процесів та реалізації стратегічних ініціатив.

Виклад основного матеріалу. У контексті публічної служби, стратегічне мислення виступає як ключовий інструмент для досягнення професійного успіху. Публічні службовці, які прагнуть стати лідерами, повинні розвивати здатність до стратегічного планування та аналізу, що дозволить їм ефективно управляти складними трансформаційними процесами та відійти від застарілих моделей управління до відкритого людино-центричного суспільства.

Стратегічне управління та стратегічне мислення є двома поняттями, які тісно пов'язані між собою. Стратегічне управління – це процес, який включає визначення бажаних напрямків та траєкторію розвитку. Стратегія – за своїм змістом - це модель дій, це інструмент, який визначає довгострокові цілі організації, способи їх досягнення та ресурси, необхідні для цього. Стратегія базується на аналізі сильних та слабких сторін організації, можливостей та загроз зовнішнього середовища, а також на врахуванні місії та цінностей організації.

Стратегічне управління вимагає від керівників не тільки професійних знань та навичок, але й спеціального типу мислення - стратегічного мислення, яке дозволяє бачити перспективи, аналізувати ситуації, вибирати оптимальні рішення. Стратегічне мислення є ключовою умовою ефективного управління в органах публічної влади. Основні аспекти стратегічного мислення включають розгляд майбутнього, ідентифікацію можливостей, аналіз глобальних тенденцій та оцінку результатів. Це важливий етап у формулюванні стратегічних завдань та прийнятті стратегічних рішень. Ці елементи спільно формують основу для стратегічного мислення, яке є необхідним для успішного управління в сучасних умовах. Джерелами формування стратегічного мислення є професійні знання, такі, як глибоке розуміння галузі та специфіки роботи, а також індивідуальні особливості - життєвий досвід, навички аналізу та критичного мислення, можливість ідентифікувати культурно-історичний контекст. Розуміння цих аспектів дозволяє керувати стратегічними процесами більш ефективно. Важливим аспектом стратегічного мислення є розуміння причинно-наслідкових зв'язків, визнання того, що одна дія може мати багатогранні наслідки. Це вимагає від службовців здатності до комплексного аналізу та управління складними системами. Стратегічне мислення дозволяє державним службовцям:

- Бачити загальну картину: розуміти контекст та взаємозв'язок різних аспектів державної політики, приймати рішення, що відповідають довгостроковим цілям країни.

- Прогнозувати майбутні тенденції: передбачати можливі ризики та виклики, а також можливості, які можуть виникнути в майбутньому, завдяки чому можна вчасно вжити необхідних заходів.

- Генерувати інноваційні ідеї: знаходити нові та креативні шляхи вирішення складних проблем, що веде до підвищення ефективності роботи та кращих результатів.

- Приймати обґрунтовані рішення: на даних, аналітиці та прогнозах.

Розвиток стратегічного мислення у державних службовців є складним процесом, який залежить від багатьох факторів, таких як освіта, досвід, мотивація, культура, лідерські якості, та може здійснюватися за допомогою різних методів та форм, таких як навчання, практика та саморозвиток. Фактори можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори впливають на розвиток стратегічного мислення у державних службовців, оскільки вони формують їхні знання, навички, компетенції, цілі, цінності і характер. Ці фактори визначають, наскільки державний службовець здатний до стратегічного мислення, як він сприймає, аналізує, діє, навчається та адаптується. Внутрішні фактори можуть бути змінені або розвинені за допомогою освіти, навчання, саморозвитку та мотивації.

Зовнішні фактори впливають на розвиток стратегічного мислення у державних службовців, оскільки вони створюють умови, в яких відбувається їхня діяльність, визначають їхні можливості та обмеження, виклики, загрози чи ресурси. Ці фактори впливають на те, як державний службовець реагує на зміни, як він використовує свій потенціал, як він співпрацює з іншими, як відповідає за свої рішення, як відстоює свої інтереси.

Стратегічне мислення виступає фундаментом для досягнення професійних вершин, аналогічно до того, як стратегія є ключем до перемоги у військових конфліктах, та вимагає від службовців самопізнання, оцінки власних сильних і слабких сторін, а також здатності до аналізу зовнішніх загроз і можливостей. Розробка та реалізація плану професійного зростання є важливими кроками для тих, хто прагне до професіоналізму.

Важливість стратегічного мислення для державних службовців має прямий вплив на ефективність виконання службових обов'язків та адаптацію до швидко змінюваних умов. Це важливо:

При вступі на державну службу: Стратегічне мислення допомагає визначити, чи можуть кандидати аналізувати складні ситуації та розробляти довгострокові плани. Ситуаційні завдання під час відбору дозволяють оцінити ці здібності.

Щорічні навчання: Регулярні тренінги зі стратегічного мислення забезпечують, що службовці залишаються гнучкими та готовими до нових викликів, а також сприяють їхньому професійному розвитку.

Щорічне оцінювання: Включення оцінки стратегічного мислення до щорічного оцінювання допомагає визначити, наскільки добре службовці можуть впоратися зі змінами та розвивати нові стратегії. Державні службовці виконують завдання, які охоплюють різні аспекти життя, тому вони мають не

лише розвивати стратегічне мислення, але й постійно підвищувати свою кваліфікацію, здобувати нові знання та навички, які відповідають потребам соціального та економічного розвитку. Освітні програми мають включати сучасні технології та методики, що полегшують доступ до інформації та знань, які можуть бути застосовані на практиці, підвищуючи якість професійної підготовки. Важливість освітніх інновацій у системі професійного навчання державних службовців полягає не лише у впровадженні нових технологій чи методик, а й у формуванні гнучкого підходу до навчання, який може адаптуватися до швидко змінюваних умов та потреб сучасного державного управління. Інновації в освіті сприяють розвитку критичного мислення, аналітичних здібностей та навичок вирішення проблем, що є ключовими для ефективного стратегічного планування.

Одним із сучасних напрямків розвитку стратегічного мислення в органах публічної влади України є впровадження інструментів управління, орієнтованого на результат. Національне агентство України з питань державної служби (НАДС) активно працює над підвищенням практичних знань державних службовців у стратегічному плануванні, використовуючи методологію Results-Based Management (RBM). Ця методологія включає програмний продукт PROJECT UA, який є діджиталізованою системою стратегічного планування, моніторингу та оцінки [2]. Застосування RBM дозволяє визначати конкретні та вимірювані результати діяльності, ефективно планувати та реалізовувати державну політику, забезпечувати комплексну координацію виконання стратегічних планів, та моніторити прогрес реформ. Вищою школою публічного управління було запущено спеціальну програму підвищення кваліфікації державних службовців з питань стратегічного планування - Школу підготовки стратегів, за методологією RBM, що є свідченням зростаючої уваги до стратегічного мислення в державному секторі України [4].

Результати досліджень в області стратегічного мислення державних службовців вказують на кілька ключових висновків:

1. Необхідність інтеграції стратегічного мислення у процес прийняття рішень: Стратегічне мислення має стати невід'ємною частиною процесу прийняття рішень на всіх рівнях управління, що дозволить державним службовцям краще аналізувати ситуації та прогнозувати наслідки своїх дій.

2. Розробка стратегічних планів дій: Ефективне стратегічне планування вимагає глибокого розуміння внутрішніх та зовнішніх факторів, які можуть вплинути на державну політику та її виконання.

3. Підвищення кваліфікації: Існує потреба в постійному підвищенні кваліфікації державних службовців, саме у напрямку стратегічного управління, щоб вони могли ефективно використовувати стратегічне мислення в своїй роботі.

4. Впровадження інноваційних методів навчання: Для розвитку стратегічного мислення необхідно впроваджувати інноваційні методи навчання, які зосереджуються на критичному мисленні, аналітиці та

розв'язанні проблем. Розвиток навчальних програм, орієнтованих на практичне застосування знань.

Стратегічне мислення є критично важливим для ефективного управління в органах публічної влади. Воно дозволяє державним службовцям адаптуватися до швидких змін, прогнозувати майбутні виклики та розробляти довгострокові стратегії. Державні службовці повинні мати можливість для постійного професійного розвитку, щоб вони могли вдосконалювати свої стратегічні навички та адаптуватися до змінюваного середовища.

Література:

1. Кравченко О.І. Стратегічне управління у сфері публічного управління та адміністрування. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4094/1/KravchenkoNavch.pdf> (дата звернення: 22.03.2024)
2. НАДС запроваджує на державній службі інструменти управління, орієнтованого на результат. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/nads-zaprovadzhuie-na-derzhavnii-sluzhbi-instrumenty-upravlinnia-orientovanoho-na-rezultat> (дата звернення: 22.03.2024).
3. Тригоб'юк С.С. Стратегічне мислення як основа сучасного стратегічного планування. Монографія. Вісн. Нац. ун-ту Львів. політехніка. 2008 725 с. URL: <https://vlp.com.ua/files/103.pdf> (дата звернення: 03.03.2024).
4. Проєкт «Школа підготовки стратегів». Вища школа публічного управління. URL: <https://hs.gov.ua/announcements/shkola-pidgotovky-strategiv-2/> (дата звернення: 22.03.2024).

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ТА МЕХАНІЗМИ УЧАСТІ ГРОМАДЯН В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Андріанов В.М., студ. СВО «Магістр» спец. 281 «Публічне управління та адміністрування»

**Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.
ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ**

Участь громадян у публічному управлінні в сучасному світі вимагає інноваційних форм та механізмів для забезпечення ефективності, відкритості, транспарентності та залучення максимальної кількості громадян до процесів управління. Деякі з інноваційних форм і механізмів участі громадян у публічному управлінні включають:

Електронні платформи та засоби зв'язку: Інтернет та цифрові технології надають можливість створення електронних платформ для участі громадян у обговоренні публічних питань, поданні пропозицій та відгуків. Електронні платформи та засоби зв'язку відіграють ключову роль у забезпеченні участі громадян у публічному управлінні. Тут декілька прикладів та можливостей, які вони відкривають:

Онлайн-форуми та дискусійні групи: Електронні платформи дозволяють громадянам обговорювати публічні питання, обмінюватися думками та ідеями, і вносити пропозиції щодо рішень. Це може бути важливим механізмом для залучення громадян до процесу управління [1].

Електронні петиції: Громадяни можуть створювати та підписувати електронні петиції через спеціалізовані платформи. Це дозволяє їм висловлювати свої позиції з приводу різних питань та вимагати урядової реакції.

Відкриті дані та інформаційні ресурси: Урядові організації можуть розміщувати відкриті дані та інформаційні ресурси онлайн, що дозволяє громадянам легко отримувати доступ до інформації про діяльність владних структур, бюджетні видатки, статистику та інше.

Електронне голосування та опитування: Використання електронних систем для проведення голосувань та опитувань серед громадян щодо різних питань, що стосуються публічного управління.

Мобільні додатки та SMS-сервіси: Розробка мобільних додатків та SMS-сервісів, що дозволяють громадянам отримувати актуальну інформацію від урядових організацій, надавати відгуки та звертатися за допомогою.

Веб-конференції та онлайн-консультації: Організація веб-конференцій та онлайн-консультацій з представниками урядових структур для обговорення важливих питань та отримання зворотного зв'язку від громадян.

Ці електронні платформи та засоби зв'язку дозволяють зробити процес управління більш доступним, відкритим та інтерактивним для громадян, що сприяє підвищенню рівня демократії та ефективності управління [2].

Бюджетування громади: Механізм, при якому громада самостійно визначає пріоритети в розподілі бюджетних коштів. Громадяни беруть участь у

процесі розробки бюджету та визначають, на що спрямовувати гроші.

Громадські ради та комітети: Створення спеціальних органів, що включають представників громадськості, які радять урядовим структурам у питаннях розробки та впровадження політики.

Громадські обговорення та консультації: Організація публічних заходів, де громадяни можуть висловлювати свої думки та давати рекомендації щодо рішень, що стосуються їхнього життя.

Спільні робочі групи: Включення представників громади в процес прийняття рішень через спільну роботу з урядовими та муніципальними структурами.

Моніторинг та оцінка діяльності влади: Створення механізмів для оцінки ефективності діяльності владних структур та впливу прийнятих рішень на громаду.

Онлайн-голосування та електронні петиції: Використання інтернет-технологій для збору голосів громадян щодо певних питань або проблем, а також для створення петицій.

Ці інноваційні форми та механізми спрямовані на забезпечення більшої відкритості, прозорості та активної участі громадян у публічному управлінні, що веде до зміцнення демократії та покращення якості життя в суспільстві.

Література:

1. Beetham, D., & Boyle, K. (2008). *Introducing Democracy: 80 Questions and Answers*. Polity.
2. Nabatchi, T., & Leighninger, M. (2015). *Public Participation for 21st Century Democracy*. John Wiley & Sons.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Бойко В.М., студ. СВО «Магістр» спец. 073 «Менеджмент»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.
ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ**

Актуальність удосконалення антикризового управління підприємством залишається надзвичайно важливою в будь-який період часу, оскільки бізнес завжди знаходиться під впливом різних викликів і загроз. Економічні зміни, такі як рецесії, зміни валютних курсів, зростання вартості сировини тощо, можуть викликати кризові ситуації для підприємств. Швидкі технологічні зміни та зростаюча конкуренція можуть призвести до необхідності адаптації бізнес-стратегій та моделей. Пандемія, природні катастрофи, політичні конфлікти - усі ці явища можуть вплинути на підприємство та вимагати ефективного антикризового управління. Поява нових правил і регуляцій може вплинути на діяльність підприємства і вимагати перегляду стратегій. Впровадження нових технологій може змінювати вимоги до бізнес-процесів і вимагати адаптації підприємства. У цьому контексті постійне удосконалення антикризового управління залишається критично важливим для забезпечення стійкості та успішності підприємства в змінних умовах [1].

Удосконалення антикризового управління підприємством є ключовим завданням у забезпеченні стійкості та конкурентоспроможності в сучасних умовах бізнесу. Нижче наведено кілька стратегій та практичних порад щодо цього процесу.

Аналіз ситуації. Проведіть глибокий аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Визначте причини кризових явищ та використовуйте SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз.

Створення антикризового комітету. Сформууйте команду, яка відповідатиме за антикризове управління. Ця команда повинна включати представників з різних відділів підприємства та мати чітко визначені обов'язки.

Розробка стратегії виходу з кризи. Розробіть план дій з пріоритетами, які включають короткострокові та довгострокові заходи. Зосередьтеся на вирішенні найбільш критичних проблем та використовуйте можливості для відновлення стабільності.

Залучення фінансових ресурсів. Виробіть стратегію залучення додаткових фінансових ресурсів, які допоможуть управляти кризовою ситуацією. Це може бути залучення інвесторів, кредитування або переговори з кредиторами.

Ефективне управління ліквідністю. Підтримуйте контроль над грошовими потоками, мінімізуйте заборгованість та максимізуйте ефективне використання ресурсів.

Комунікація з зацікавленими сторонами. Важливо активно спілкуватися з клієнтами, постачальниками, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами для збереження довіри та підтримки [2].

Інновації та розвиток продукції/послуг. Розвивайте нові продукти або послуги, що відповідають змінам на ринку та потребам клієнтів.

Фокус на ефективному управлінні ризиками. Розробіть систему управління ризиками, щоб уникати потенційних кризових ситуацій та готувати підприємство до їх вирішення.

Навчання та розвиток персоналу. Інвестуйте в навчання та розвиток персоналу, щоб підвищити їхню кваліфікацію та забезпечити ефективне управління у кризових ситуаціях.

Моніторинг та аналіз результатів. Постійно відстежуйте виконання стратегії антикризового управління, аналізуйте результати та вносьте корективи за необхідності.

Здійснення цих стратегій допоможе підприємству ефективно впоратися з кризовими ситуаціями та забезпечить його стійкість та успішність у майбутньому.

Література:

1. Максимов В. І. "Антикризове управління: теорія і практика", Київ: КНЕУ, 2018. - С. 23-59, 75-102.
2. Основні поняття та методи антикризового управління. Черчик Л.М., Ярошенко Ф.Г. "Кризовий менеджмент: Український контекст", Львів: Новий Світ-2000, 2020. С. 112-134.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ

**Збирко Б.В., студ. СВО «Магістр»
спец. 281 «Публічне управління та адміністрування»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.
ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ**

У сучасному динамічному світі бізнесу, імідж керівника відіграє ключову роль у формуванні враження про організацію, її культуру та цінності. Лідерська репутація не лише впливає на сприйняття зовнішніми стейкхолдерами, але й має значний вплив на внутрішню атмосферу в компанії, мотивацію персоналу та загальну продуктивність. В умовах глобалізації та посиленої конкуренції, управління особистим брендом керівника стає не лише засобом особистісного вираження, але й стратегічним інструментом у руках лідера.

Формування іміджу керівника організації є важливим елементом управління репутацією і впливає на загальне сприйняття організації. Ось декілька ключових аспектів, які можуть допомогти керівнику формувати свій імідж [1-2]:

Професіоналізм: Показувати високий рівень знань та досвіду у своїй галузі. Це може включати постійне навчання, участь у професійних заходах та публікації у фахових виданнях.

Комунікаційні навички: Здатність чітко і переконливо висловлювати свої думки та ідеї, а також ефективно спілкуватися з різними аудиторіями, включаючи співробітників, клієнтів та партнерів.

Етична поведінка: Дотримання високих етичних стандартів і прозорість у рішеннях і діях можуть підкреслити надійність і довіру до керівника.

Візуальний імідж: Одяг, загальний вигляд і манера поведінки також формують загальне враження. Підібраність одягу та доглянутий зовнішній вигляд можуть впливати на сприйняття професіоналізму.

Лідерські якості: Здатність надихати інших, вирішувати конфлікти, мотивувати команду і проводити зміни є важливими компонентами лідерського іміджу.

Соціальна відповідальність: Виявлення зобов'язання до соціальної відповідальності, участь у благодійних проєктах і зусилля щодо підтримки сталого розвитку можуть позитивно впливати на імідж.

Формування іміджу керівника - це постійний процес, що вимагає уваги до деталей, саморефлексії та відповідальності перед суспільством і своїми співробітниками.

Тема формування іміджу керівника є особливо актуальною на тлі зростання важливості корпоративної культури і етики у сучасному бізнесі. Репутація керівника впливає на відносини з бізнес-партнерами, інвесторами, клієнтами та медіа. Від того, як керівник сприймається у суспільстві та власній організації, залежить довіра до управлінських рішень та загальний успіх компанії. Крім того, у контексті цифрової трансформації і соціальних медіа,

імідж лідера швидко розповсюджується і може бути предметом громадської уваги, що додатково підкреслює важливість уважного управління особистим брендом.

Ці аспекти підкреслюють важливість глибокого аналізу стратегій та практик формування іміджу керівника, з метою виявлення ефективних методів управління репутацією, що сприяють досягненню бізнес-цілей та створенню позитивного іміджу організації.

Література:

1. Мосійчук І.В. Формування іміджу керівника. Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в ХХІ ст.: VIII Міжв. студ. наук.-практ. інтернет-конф. ЖДУ ім. І. Франка, 24-26 квітня 2018 р. Житомир, 2018. С. 67–69.
2. Новаківський І.І., Злидник Ю.О. Розвиток дистанційного менеджменту як ключова умова успіху для сучасних підприємств. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 43. С. 223–228.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ

Курченко Д.С., PhD 281 «Публічне управління та адміністрування»

Науковий керівник – д.е.н., проф. Добрянська Н.А.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У сучасних умовах інформатизації, глобалізації економіки, гіперконкуренції стає очевидним, що важливим чинником функціонування будь-якої господарської системи є її забезпечення адекватною управлінською системою. Одним із передових підходів до управління туризмом в умовах всезагального динамізму, непередбачуваності та мінливості бізнес-середовища визнане стратегічне та публічне управління.

У спеціальній літературі, як іноземній, так і вітчизняній, проблеми сталого розвитку туризму розглядалися лише епізодично [1]. Проведене аналізування наукових літературних джерел свідчить про те, що мало дослідженими залишаються проблеми публічного та стратегічного управління розвитком туризму в контексті реалізації стратегії сталого розвитку Одеської області, небагато уваги в наукових працях відведено вибору оптимальної стратегії в умовах змінного галузевого середовища.

Стратегічне управління розвитком туризму включає в себе ряд проблем і викликів, які можуть виникнути через різноманітні фактори [2]. Найбільш поширених проблем у цій галузі є:

Багато туристичних місць мають сезонну природу, що означає, що попит на послуги туризму може коливатися від сезону до сезону. Це створює проблеми зі збалансуванням попиту та пропозиції, а також може призвести до проблем із забезпеченням рівномірного потоку доходів.

Конкуренція в галузі туризму може бути дуже жорсткою, особливо в популярних туристичних напрямках. Оптимальне управління конкуренцією, розвиток унікальних продуктів та послуг, а також ефективне маркетингове позиціонування є ключовими для успіху.

Недостатня чи застаріла туристична інфраструктура може бути перешкодою для розвитку туризму. Це може включати в себе недостатню кількість готелів, транспортних засобів, ресторанів тощо. Інвестиції у розвиток та модернізацію інфраструктури можуть бути необхідними для стимулювання туристичного росту.

Туризм може мати негативний вплив на природне середовище, включаючи забруднення, деградацію екосистем та знищення місцевих культурних спадщин. Ефективне стратегічне управління розвитком туризму повинно враховувати збереження природи та культурних цінностей.

Успішний розвиток туризму вимагає ефективного менеджменту прийому туристів, включаючи управління потоками туристів, якістю обслуговування та забезпеченням безпеки.

Розвиток туризму може бути суттєво залежним від зовнішніх чинників,

таких як політична стабільність, економічна ситуація, зміни в законодавстві та валютних курсах. Нестабільність у цих областях може вплинути на туристичну індустрію.

Стратегічне управління розвитком туризму передбачає аналіз цих проблем та розробку стратегій, спрямованих на їх вирішення або пом'якшення впливу на розвиток туристичної галузі.

Проблеми публічного управління розвитком туризму можуть бути пов'язані з ефективністю державної політики, виконанням законодавства, розподілом ресурсів та іншими аспектами [3]. До загальних проблем слід віднести:

Часто управління розвитком туризму підпадає під компетенцію різних відомств та міністерств, що може призвести до фрагментарності політики. Недостатня координація між цими органами може створити проблеми у вирішенні загальних завдань та викликів.

Розвиток туризму вимагає значних інвестицій, але не завжди наявні достатні фінансові ресурси з боку уряду. Це може обмежити можливості для впровадження ефективних програм та проєктів розвитку.

Нестабільне чи неоднозначне законодавство може ускладнювати процеси розвитку туризму, особливо у контексті ліцензування, землекористування, охорони навколишнього середовища та інших аспектів.

Державні органи можуть стикатися з викликом забезпечення належної туристичної інфраструктури, такої як дороги, аеропорти, готелі, музеї тощо. Недостатній рівень інфраструктури може гальмувати розвиток туризму.

Для успішного розвитку туризму необхідне забезпечення якості послуг та безпеки туристів. Не в усіх країнах ця проблема вирішена належним чином, що може вплинути на репутацію країни та її туристичний потенціал.

Розвиток туризму може мати негативний вплив на місцеві спільноти та довкілля. Публічне управління повинне забезпечити збалансований підхід до розвитку туризму, який би враховував соціокультурні та екологічні наслідки.

Для вирішення цих проблем важливо впровадження ефективної державної політики, співпраця зі зацікавленими сторонами, а також залучення фінансових та інших ресурсів для підтримки розвитку туризму.

Література:

1. Майорова, І.М. Використання прикладних сіті логістичних рішень для розвитку туризму Приазов'я. В: Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Маріуполь, Україна, 26 Вересня 2014 р. Маріуполь: МДУ, 169 с., с. 4-5.
2. Свірідова, Н.Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. Культура народів Причорномор'я, 2009. № 176, с. 166-168.
3. Про туризм: Закон України від 15.09.1995, № 324/95-ВР із змінами. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

Тригуб Т.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., проф. Радченко О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Державна політика соціального забезпечення це один з ключових аспектів стабільного економічного розвитку держави та суспільства в цілому. Особливо підвищення важливості соціально орієнтованого регулювання країни відбувається в умовах економічної кризи, пандемії COVID-19, військових дій на території України, що в цілому негативно впливає на зростання добробуту населення як сьогодні, так і у найближчій перспективі.

Для вдосконалення державної політики соціального забезпечення України можна запропонувати декілька варіантів вдосконалення державної політики соціального забезпечення.

По-перше, одним із оптимальних варіантів для України є впровадження досвіду інших країн в даній сфері, задля ефективного збереження стабільності та соціальної рівноваги в суспільстві. Проте варто зазначити, що просте копіювання зарубіжних моделей для формування соціальної політики в Україні не забезпечить ефективного вирішення проблем соціального добробуту населення. Будь-яка модель повинна бути адаптована з урахуванням національних інтересів України, соціокультурних аспектів розвитку української ментальності та сучасних процесів глобалізації.

По-друге, ще одним шляхом вдосконалення державної політики соціального забезпечення може стати формування концептуально нової моделі державної соціальної політики, що буде визначена на основі базових засад. Зрозуміло, що у такому випадку потрібно буде використати ті підходи і методи, які вже роками успішно застосовуються окремими країнами. З урахуванням курсу євроінтеграції України, прикладом моделі державної соціальної політики можуть стати країни ЄС. У країнах Європейського Союзу останнім часом зростає усвідомлення необхідності забезпечення сталого та всебічного розвитку населення шляхом створення відповідних умов [1]. Як засвідчує їх досвід, у міру того, як країна економічно розвивається, можливості для використання грошових трансфертів як одного із заходів соціального захисту збільшуються. Так, наприклад, візьмемо до уваги "Стратегію "Європа-2030", де визначено, що стосуються даної тематики та підкреслює важливість цифрового розвитку країн ЄС до 2030 року, що має забезпечити для своїх громадян та для бізнесу доступ до сучасних технологій, які зроблять їх життя кращим, більш безпечним та навіть більш «зеленим», - за умови, якщо вони всім цим зможуть скористатися [2]. До речі Україна також в цій сфері достатньо розвивається і може поділитися своїм досвідом.

По-третє, задля вдосконалення вже існуючої соціальної політики України, необхідно визначити основні проблеми і віднайти можливі напрями їх

вирішення. На рисунку 1 зазначено основні проблеми у сфері соціального захисту населення України, які вимагають вирішення.

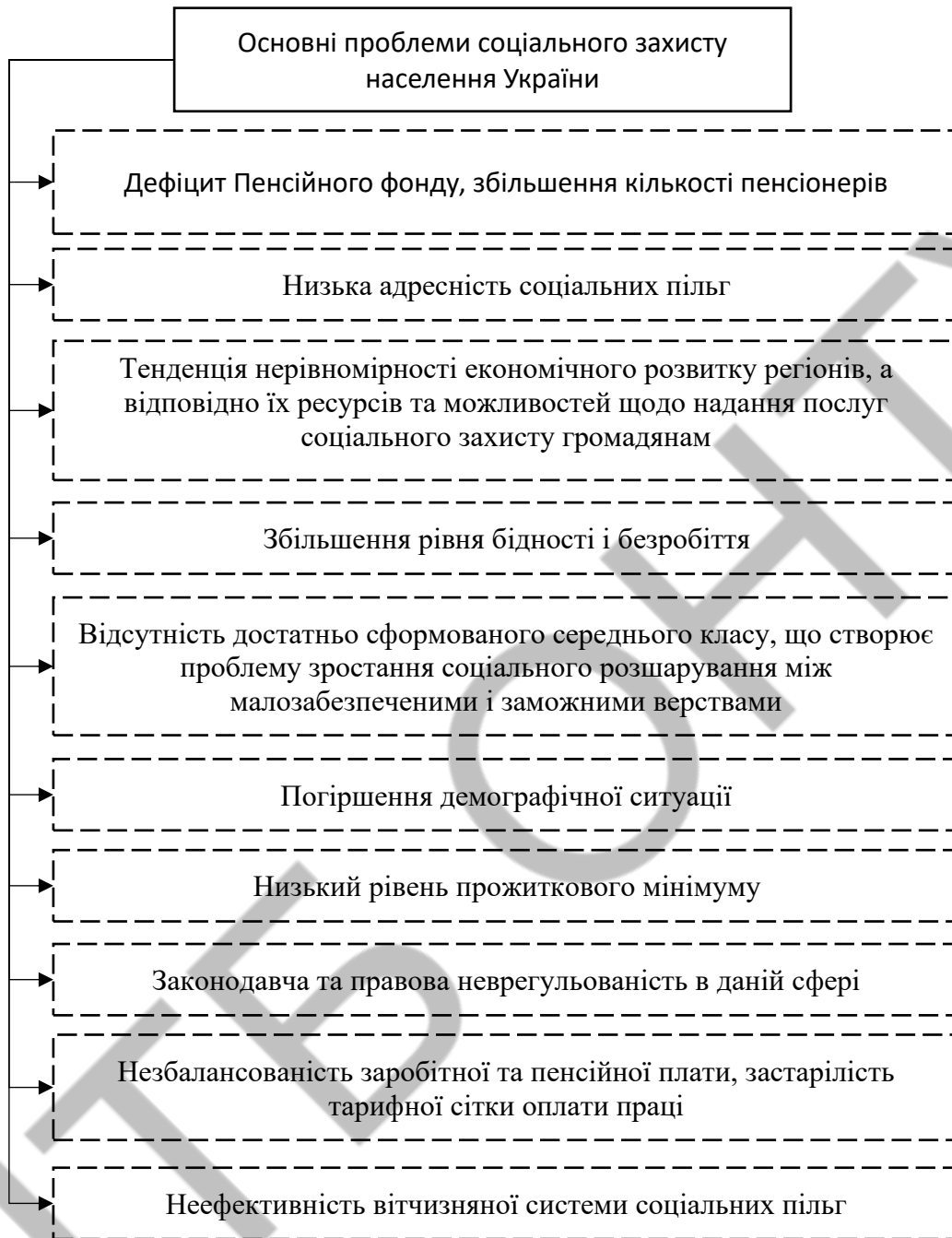


Рис. 1. Основні проблеми соціального захисту населення України
Джерело: згруповано автором на основі [3, 4]

На основі рисунку 1 можна зробити висновок про те, що у системі соціального захисту України присутня низка проблем, які потребують вирішення. Тобто вже з цього переліку характеристик можна зробити висновок про надзвичайну складність одночасного досягнення запропонованих шляхів вдосконалення системи соціального захисту населення України, адже вони передбачають одночасне покращення становища і населення, і економіки. А цього на практиці досягти досить складно, особливо у короткостроковому періоді

і, особливо, враховуючи той стан соціально-економічного розвитку, яким характеризується Україна наразі. Адже, наприклад, скорочення бідності веде за собою зростання державних видатків на соціальну сферу, а розвиток економіки передбачає, навпаки, скорочення обсягів державних видатків. Особливо необхідно звернути увагу на рівень прожиткового мінімуму в Україні. Беручи до уваги межу бідності за класифікацією ООН, можна зазначити, що прожитковий мінімум має становити приблизно 6 тисяч гривень (враховуючи курс 1 долар = 38,53 гривень). Такий рівень показника прожиткового мінімуму вважається достатнім для задоволення мінімальних потреб людини. Щоб досягти цього рівня, важливо звернути увагу на кількість офіційно зайнятих осіб та проводити мотиваційні програми, що сприятимуть збільшенню доходів, що надходять до державного бюджету. Крім того, слід уважно контролювати надання соціального захисту та підвищувати популярність впровадження адресного забезпечення. Такий комплексний підхід є ключовим у розробці нової моделі державної соціальної політики, оскільки він спрямований на задоволення основних потреб населення та забезпечення його достатнього рівня життя.

На основі вище сказаного, можна зробити висновок, що існуюча система соціального захисту в Україні має свої особливості, багато з яких вже не відповідають потребам і вимогам нашого суспільства. Вона стикається з рядом проблем у сфері соціального забезпечення населення. Отже, необхідно реформувати цю систему, звертаючи увагу на напрями, які будуть ключовими у новій моделі соціальної політики. Через таке реформування можна очікувати зменшення видатків державного бюджету та покращення добробуту, рівня та якості життя незахищених верств населення та населення загалом.

Література:

1. Чорна Л. О. Соціальна політика України: Особливості та напрями розвитку / Л. О. Чорна // Агросвіт. – 2018. – № 18. – С. 16-20.
2. Стратегія «Європа 2030». – Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: https://ec.europa.eu/info/publications/reflection-paper-towards-sustainable-europe-2030_en
3. Пікулик О. І. Проблеми соціального захисту громадян України / О. І. Пікулик // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 10. – С. 220-222.
4. Смирнова І. І. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми в Україні / І. І. Смирнова, О. Ю. Лихошва // Економічний вісник Донбасу. – 2020. – № 3 (61). – С. 205-212.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Сподинський Я. Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММта ПА
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Публічне управління та адміністрування, як сфера людської діяльності набула сучасного вигляду наприкінці XIX – початку XX століття. Не дивлячись на це, значення публічного управління та адміністрування довгий час несправедливо недооцінювалось як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Ця наука пройшла довгий шлях свого формування і часто зазнавала радикальної трансформації, цей процес триває і по сьогоднішній день.

Усвідомлення значної ролі публічного адміністрування відбулось відносно нещодавно, це дало можливість спрямувати більше інтелектуальних ресурсів на розвиток, розробку нових шкіл, моделей та концепцій. Вирішальна роль публічного управління в функціонуванні стабільного сильного громадянського суспільства в умовах постіндустріальної глобалізованої складної світової системи зробила цю науку найбільш актуальною, порівняно із минулими часами. Сучасні умови, в яких зараз існує Україна, зобов'язують шукати нові підходи до вирішення проблем публічного адміністрування в сферах правової адміністративної діяльності, техніки управлінської діяльності, соціальної політики, регіональної політики, забезпечення інформаційної безпеки, стабільності в суспільстві та ін.

Розглянемо етапи формування публічного управління та адміністрування.

Вперше воно було розглянуто як окремий науковий напрям В. Вільсоном, який розділив науку політичну, та науку державного управління. Він вважав, що адміністративна наука працює на уряд для досягнення конкретних цілей своєї діяльності [1]. В один час із В. Вільсоном провідними мислителями цього напрямку були А. Файоль, який створив «теорію адміністрації», 14 основних принципів управління [2]. та М. Вебер, який стверджував, що управління в державних установах базується на написаних документах («справах»), що повинні надалі зберігатися. Він також сформулював шість основних принципів бюрократичних систем, які вдосконалювали публічне управління [3].

З 1920 по 1950 тривав другий етап формування, за цей час теорія управління стала розглядатись як інструмент для регулювання економічних відносин, які виникають у площині взаємодії приватного та публічного сектору. На цьому етапі було оскаржено думку про розмежування політики та управління.

Під час третього етапу, який тривав з 1950 до 1990 року була більш чітко визначена роль держави та інших суб'єктів ринкових відносин; приводились нові моделі їхньої взаємодії.

Четвертий період проіснував 10 років після 1990 року. За цей час ролі держави було приділено більше уваги, їй делегували більше повноважень та спрямували її діяльність на вирішення цілого ряду соціально-економічних

функцій.

З 2000 року триває п'ятий етап розвитку публічного управління та адміністрування [4].

На сьогоднішній день публічне управління та адміністрування об'єднує в собі мікроекономіку, політологію, державні фінанси, теорію систем, соціологію та інші науки з метою формування уявлення про те, яким має бути державне управління. Окрім цього пріоритетним стала довіра держави, громадян та бізнесу, як ключовий елемент функціонування управлінських відносин. В центр уваги поставлено дослід комунікативних процесів постіндустріального суспільства та демократичну практику сучасних держав.

Публічне управління та адміністрування в Україні не є бездоганим, проте не слід принижувати досягнення в цьому напрямку та дати вірну оцінку ефективності діяльності уряду України.

З початку повномасштабної війни російської федерації з Україною, в держави з'явилися нові потреби, а саме: забезпечення ефективного призову до лав ЗСУ, забезпечення економічної стійкості та фінансової стабільності, налагодження логістики та безперервне постачання зброї на фронт, зросло значення інформаційної безпеки, довіри між всіма акторами українського суспільства та правового регулювання цих процесів.

За перші тижні конфлікту вступити в ряди ЗСУ за різними даними виявило бажання приблизно 100 тис. людей [5]. Це стало можливим завдяки проведенню до початку війни ефективної інформаційної політики, вдосконаленню системи обліку громадян, поступового впровадження електронного документообігу, а також через сприяння держави допомогти суспільству усвідомити важливість консолідації українського суспільства. Підтримка фінансової стабільності та економічної стійкості є надскладним завданням в умовах військового конфлікту, проте ефективна дипломатична діяльність уряду дала можливість залучити фінанси держав-союзників України для подолання цих проблем. Загалом від США Україна отримала 20,5 млрд доларів бюджетної підтримки, країнами ЄС планують створити фонд допомоги Україні, розрахований на 50 млрд євро [6]. Не дивлячись на це в 2022 році відбулась очікувана рецесія, якої неможна було уникнути за будь-яких обставин. Налагодження логістики та безперервне постачання зброї також вдосконалюється. Хоч в цій сфері не публікують подробиці розвитку/проблем, які відбуваються зараз, про ефективність діяльності цієї галузі можна судити з ефективності ведення бойових дій, які б не здійснювались ефективно без якісного функціонування логістичної системи в Україні. Так з ефективної оборони на початку, та успішного контрнаступу кінця 2022 року можна зробити висновок про значні досягнення в цій сфері. І навпаки: негативні наслідки ведення бойових дій 23 року свідчать про низку проблем, які можливо виникли в цій галузі. Слід зазначити, що це не універсальний показник, і користуючись виключно ним неможна дати точну оцінку стану логістичної системи України.

Забезпечення інформаційної безпеки та ведення інформаційної війни було дуже ефективно реалізовано, адже абсолютна більшість українських та значна

частина російських публічних діячів висловила підтримку Україні ще в перший день війни, велика кількість небайдужих людей зараз надає фінансову підтримку ЗСУ, що не було б можливим в разі поразки на інформаційному фронті та недосягнення стану інформаційної безпеки. Для консолідації суспільства досягнення стану інформаційної безпеки та діяльності громадських організацій недостатньо, окрім цього політична система країни має бути здатною підпорядковуватись загальній цілі, а її суб'єкти мають відкинути свої інтереси, які протирічать основній меті. Правляча партія із партіями, що її підтримують займають майже конституційну більшість в парламенті. Така концентрація влади була б не виправданою в умовах мирного існування, але на даний момент вона дає можливість більш ефективно спрямовувати всі ресурси на потрібні для держави галузі.

Отже публічне управління та адміністрування і зараз є надважливою сферою людської діяльності, умови в яких опинилась Україна змушують шукати нові підходи, концепції державного управління та взаємозв'язку із іншими суб'єктами суспільства. Необхідність таких перетворень дасть можливість більше розвинути цю науку та має можливість в майбутньому надати унікальний досвід в дослідженні процесів, пов'язаних із публічним управлінням та адмініструванням.

Література:

1. Woodrow Wilson. The Study of Administration // Political Science Quarterly, Vol. 2, No. 2 (Jun., 1887), pp. 197-222. <https://www.jstor.org/stable/2139277>
2. Fayol, H. (1916) *General and Industrial Management*. // *Institute of Electrical and Electronics Engineering, Paris*.
3. Max Veber. *Theory of social and economic organization*. New York. 1920
4. Некрасов В.Н., Лімарева Д.А. Теоретико-методологічні етапи дослідження публічного управління; С. 49-50
5. URL: <https://www.google.com/amp/s/suspilne.media/amp/414198-v-minoboroni-rozpovili-skilki-dobrovolciv-pisli-do-teroboroni-u-persi-tizni-povnomasstabnoi-vijni/>
6. URL: <https://www.dw.com/ru/es-uvelicivaet-pomos-ukraine-i-sredstva-na-migracionnuu-politiku/a-68401155>

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Асадчий Л.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММта ПА
Науковий керівник – к.е.н., доц. Мужайло В.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

На сучасному етапі розвитку українського суспільства подолання внутрішньорегіональних диспропорцій розвитку потребує здійснення раціональної та виваженої державної бюджетної політики. Фінансова децентралізація виступає обов'язковою умовою побудови ефективної системи місцевих фінансів, вона створює засади для стимулювання громад до досягнення фінансової автономії, виявлення додаткових джерел власних ресурсів та активізації потенціалу сталого розвитку. Аналізуючи результати початкового етапу адміністративно - фінансової децентралізації в Україні, можна сказати, що зазначені трансформації поки що не справили значного впливу на економічний розвиток територій, не зважаючи на визначені позитивні результати у деяких аспектах. Продовження процесу об'єднання громад, створення на їх основі самодостатніх територіальних утворень, що характеризуватимуться фінансовою спроможністю місцевих бюджетів, реальним здійсненням повноважень органами місцевої влади, значними обсягами фінансової незалежності, а крім того, і мотивованих на самовдосконалення і процвітання, є пріоритетним завданням подальшого здійснення реформ в бюджетній сфері.

Успіх у запровадженні реформ в Україні залежить, в першу чергу, від якості системи публічного управління цими реформами. Показовою, в аспекті якості та готовності до трансформаційних перетворень, є сфера бюджетних правовідносин в контексті реформи децентралізації публічної влади. В цьому сенсі, державні владні структури не повинні втручатися у справи місцевого самоврядування. Але в той же час, на переконання фахівців, саме держава повинна виступати гарантом реалізації права на місцеве самоврядування, а також створювати умови функціонування публічних органів влади територіального рівня, які в повній мірі забезпечують максимальну ефективність діяльності останніх [1].

Головним чинником в цьому процесі виступає фінансова і організаційна спроможність органів місцевого самоврядування, що досягається, з поміж іншого, за рахунок раціонального розподілу бюджетних надходжень. Збалансованість такого розподілу демонструє якість реалізації установчої функції держави. Але не означає, що держава самоусувається в процесі оперативної реалізації міжбюджетних відносин. Саме на етапі виконання та фактичного перерозподілу бюджетних коштів і проявляється ефективність всієї моделі державного управління в цій сфері, головним елементом якої є механізм державного управління в системі міжбюджетних відносин України. [2].

Ключові детермінанти забезпечення розвитку, формування та виконання місцевих бюджетів України в умовах фінансової децентралізації, доцільно

згрупувати таким чином:

- інституційні (юридичні правила, норми та інституції, що регламентують бюджетний процес на місцевому рівні);
- економічні (рівень економічної активності в регіоні (громаді), ступінь залучення інвестицій, рівень інноваційності привабливості виробництва, рівень доходів населення тощо);
- соціальні (диференціація соціальних потреб населення територіальних громад, відсоток соціально незахищених верств населення на певній території, ступінь вирішення суспільно значущих проблем на місцях);
- географічні (географічне розташування територіального утворення, його масштаб, забезпеченість території природними ресурсами, наявність родовищ корисних копалин тощо);
- демографічні (кількість економічно активного населення території, рівень зайнятості та безробіття, міграційні процеси і т. ін.).

Виходячи з цього, до стратегічних пріоритетів підвищення ефективності формування та виконання місцевих бюджетів з огляду на дотримання принципів фінансової децентралізації, можна віднести:

- нарощення доходів місцевих бюджетів за рахунок небюджетних джерел фінансування;
- орієнтація пріоритетів формування місцевих бюджетів на цілі і завдання фінансової стратегії окремого територіального утворення;
- підвищення ролі та самостійності місцевого самоврядування щодо реалізації фіскальної політики на місцевому рівні;
- закріплення на інституційному рівні заходів щодо активізації інвестиційної діяльності територіальних утворень та впровадження індивідуальних інвестиційних стратегій;
- підвищення рівня ефективності та обґрунтованості бюджетного планування за рахунок відкритості бюджетного процесу для громадськості та стейкхолдерів і посилення відповідальності за недотримання бюджетного законодавства на базовому, місцевому рівні;
- підвищення ефективності бюджетного планування за рахунок відкритості бюджетного процесу для громадян шляхом застосування сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій та інше.

Наголосимо, що саме реалізація тактичних дій та ряду заходів у межах запропонованих напрямків через зміцнення місцевих бюджетів та нарощення і диверсифікацію бюджетних ресурсів, сприятиме посиленню фінансової самостійності місцевого самоврядування в Україні.

Усі перетворення повинні здійснюватися з урахуванням сукупності альтернатив удосконалення фінансового забезпечення розвитку місцевого самоврядування та системному взаємозв'язку з факторами впливу. Такий підхід приведе до системної упорядкованості процедур формування місцевих бюджетів і спричинить, на думку науковців, мультиплікативний ефект на всі фінансово-економічні процеси в окремих територіальних утвореннях[3].

Література:

1. Першко Л.О. Місцеві бюджети в умовах фінансової децентралізації в Україні: теорія і практика. Спеціальність 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. 36 с.
2. Мамонова В.В., Горбатенко О.С. Місцеві фінанси в умовах децентралізації влади: шляхи вдосконалення управління. *Теорія та практика державного управління*. 2016. № 1 (52). С. 1–6. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2016-1/doc/3/01.pdf>
3. Костирко Л.А., Велентейчик Н.Ю. Механізм регулювання міжбюджетних відносин в Україні: пріоритети, інструменти, перспективи: монографія. Сєверодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. 280 с.

NON-CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE: MANAGERIAL ECONOMIC ANALYSIS AS A TOOL OF INFLUENCE ON THE ACTIVITY

Korchakovska K.V., a student of Bachelor's degree, Economy, Business and Control Faculty
Scientific supervisors - Ph.D., Associate Professor Stupnytska T.M.,
Assistant Volodina O.P.
Odesa National University of Technology

The issue of managing non-current assets of enterprises is becoming more and more urgent. Today, economic activity requires the implementation of both conservative, standard and non-traditional solutions and measures based on the practice of financial management, analysis and full implementation of modern economic theory. Business entities of Ukraine, in the process of finding out the need for non-current assets and managing them, are faced with a shortage of non-current asset management systems, and as a result, an increase in debt and a lack of cash.

The non-current asset management policy is part of the general financial strategy of enterprises aimed at ensuring timely updating of operational efficiency and improvement of the activity results. Managerial economic analysis is a process of planning, organizing, implementing and managing to achieve the coordination of human and material resources necessary for the effective performance of tasks in the field of the economic analysis [5].

The issues of management analysis of non-current assets of the enterprise were considered in the works of such researchers and scientists as V. V. Kuznetsov, V. M. Sharmanska, N. Yu. Yershova, O. V. Kostyuk, O. R. Mykhaylenko, E. P. Hnatenko. , A. G. Zahorodniy, G. L. Vozniuk, P. T. Bubenko, K. O. Kandyba, O. V. Portna, M. L. Goncharenko, R. A. Romanchuk, and others.

The analysis of the economic literature made it possible to identify the following stages of the management analysis of the non-current assets of the enterprise (Fig. 1).

The first stage is diagnostic in nature. The analysis is carried out with the help of an assessment of the quantitative and qualitative characteristics of the assets components: determination of the structure of the non-current assets of the enterprise, using their grouping by types and terms of operation; establishment of permissible norms of the specific weight of passive assets as part of non-current assets; identification of internal reserves, development of a plan regarding the possibilities and expediency of activating non-current assets in the future. The analysis is carried out by calculating renewal coefficients, determining the degree of wear and tear of structural elements and diagnosing the composition of non-current assets to find out the presence of active and passive technical equipment.

In order to effectively introduce new non-current assets, scientists T. O. Pozhueva and Yu. V. Shvets [4] in their research recommend performing a management analysis of extensive and intensive use of non-current assets separately, distinguishing new and old assets.

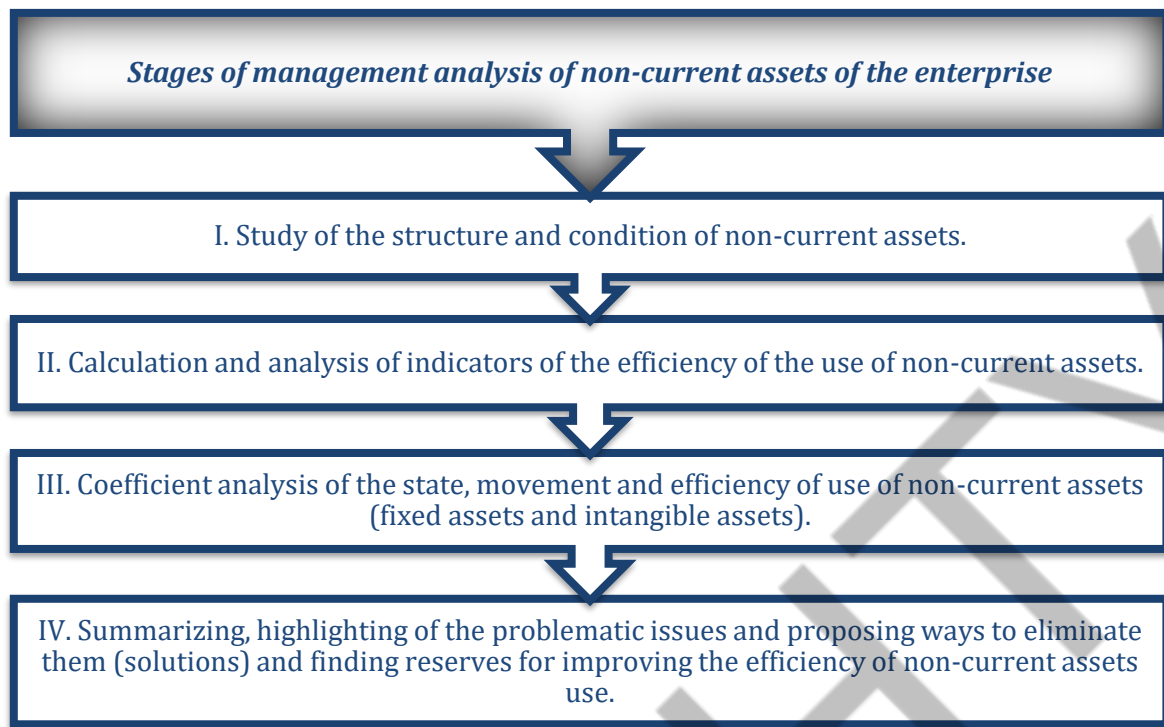


Fig. 1. Stages of management analysis of non-current assets of the enterprise*

**Source: compiled by the author based on data [3,2]*

According to the scientists, the intensive use of non-current assets in economic entities involves technological re-equipment and an increase in the rate of renewal of non-current assets, and the improvement of the extensive use of non-current assets leads, on the one hand, to an increase in the operation time of the operating equipment during the calendar period and, on the other hand, to an increase in the number and share of operating equipment in the composition of all the available at the enterprise.

The second stage is the coefficient, general indicators of the efficiency of the use of non-current assets, such as: the profitability of non-current assets and the coefficient of return on non-current assets (Fig. 2).

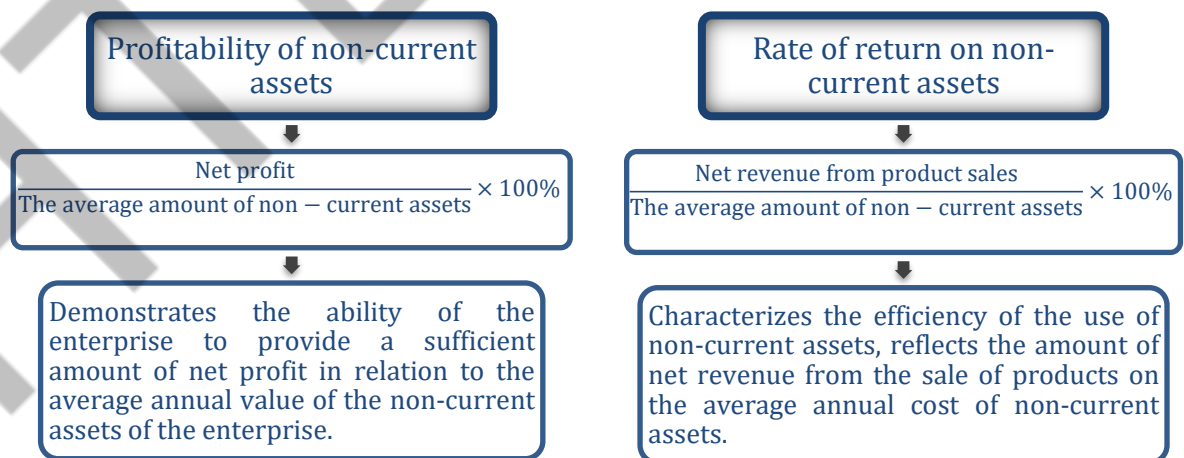


Fig. 2. Indicators of efficiency of use non-current assets*

**Source: compiled by the author based on data [2, 1]*

The third stage of management analysis of non-current assets consists of the calculation of indicators of condition, movement and efficiency of use of individual elements of non-current assets (fixed assets and intangible assets) (Table 1).

Table 1. Indicators of condition, movement and efficiency of use of certain elements of non-current assets*

Indicator	Calculation formula
<i>Indicators of condition, movement and efficiency of use of fixed assets</i>	
Capital productivity (F_R)	$\frac{\text{Net income from the sale of products (works, services)}}{\text{Average annual cost of fixed assets}}$
Capital intensiveness (F_C)	$\frac{1}{\text{Capital productivity } (F_R)}$
Insufficient assets (A_F)	$\frac{\text{The average amount of fixed assets}}{\text{The number of personnel}}$
Profitability (P_F)	$\frac{\text{Net profit of the enterprise}}{\text{The average amount of fixed assets}}$
Depreciation rate (D_R)	$\frac{\text{Depreciation amount}}{\text{Initial cost of fixed assets}}$
Suitability factor (S_F)	$\frac{\text{Residual value of fixed assets}}{\text{Initial cost of fixed assets}} = 1 - D_R$
Renewal rate (R_R)	$\frac{\text{The cost of fixed assets received in the reporting period}}{\text{Cost of fixed assets at the end of the period}}$
Retirement rate (D_R)	$\frac{\text{The cost of fixed assets that were disposed of in the reporting period}}{\text{The cost of fixed assets at the beginning of the period}}$
Growth factor (G_F)	$\frac{\text{The cost of capital gains}}{\text{The cost of fixed assets at the beginning of the period}}$
<i>Indicators of the state, movement and efficiency of the use of intangible assets</i>	
Depreciation coefficient (D_C)	$\frac{\text{Accumulated depreciation of intangible assets}}{\text{Initial cost of intangible assets}}$
Suitability factor (S_F)	$\frac{\text{Residual value of intangible assets}}{\text{Initial cost of intangible assets}}$
Retirement rate (D_R)	$\frac{\text{Cost of retired intangible assets}}{\text{Initial cost of intangible assets}}$
The coefficient of introduction of new ones (I_C)	$\frac{\text{The value of entered intangible assets}}{\text{The total amount of intangible assets}}$

Renewal rate (R_R)	$\frac{\text{The cost of new intangible assets}}{\text{The total amount of intangible assets}}$
Profitability coefficient (P_C)	$\frac{\text{Net profit}}{\text{The average value of intangible assets}}$
Coefficient of production return (PR_C)	$\frac{\text{Volume of product sales}}{\text{The average value of intangible assets}}$

**Source: compiled by the author based on data [1,2]*

The fourth stage of the management analysis of non-current assets at the enterprise includes: summarizing; forecasting the future effectiveness of the use of non-current assets; identification of the real potential of production and technical support of the production process at the enterprise; establishing of cause-and-effect relationships of its irrational use and making appropriate decisions to improve the efficiency of the use of non-current assets in production and at the enterprise as a whole.

Modern conditions regarding the effective management of the enterprise place higher demands to it in the aspect of non-current asset management. This should be connected with the fact that the enterprise's competitiveness, financial stability, tactical and strategic prospects for its development depend on the rational and effective use of all types of assets and non-current assets and, as a result, the ability to achieve a certain volume of activity and receive the appropriate size of the profit. This determines the need to study the state, formation and use of non-current assets of the enterprise by carrying out their management analysis.

Thus, managing the use of non-current assets is part of the company's financial strategy, the essence of which is to provide financial support for their timely renewal and high efficiency of use. The choice of the scheme of financing non-current assets of the enterprise is inextricably linked with the consideration of the specifics of the use of both equity and loan capital.

References

1. Antoniuk, O. P., Stupnytska, T. M., & Kuprina, N. M. (2015). *Ekonomichnyi analiz: praktykum* (3rd ed.). "Mahnoliia-2006"
2. Hnatenko, Ye. P. (2016). Alhorytm analizu osnovnykh vyrobnychkh zasobiv na pidpryemstvi. *Ekonomichnyi analiz*, 26(1), 99-105.
3. Kovalchuk, M. I. (2004). *Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryemstv APK*. KNEU.
4. Pozhuieva, T. O., & Shvets, Yu. V. (2013). Doslidzhennia efektyvnosti vykorystannia osnovnykh fondiv promyslovoho pidpryemstva. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, 5, 37-43.
5. Romanchuk, R. A. (2018). Analiz efektyvnosti vykorystannia neoborotnykh aktyviv pidpryemstva. *Perspektyvni napriamky naukovoï dumky: Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 22-23). Drukarnia «Drukaryk» (FOP Huliaieva V.M.)

METHODS OF THE ANALYSIS OF FIXED ASSETS AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Paevsky Yu. A., student of Master's degree, Economy, Business and Control Faculty

Scientific supervisors - Ph.D., Associate Professor Stupnytska T.M.,

Assistant Volodina O.P.

Odesa National University of Technology

The concept of "fixed assets" in the economic literature has many interpretations and definitions. Summarizing the views of both foreign and Ukrainian scientists, we can conclude that most of them understand the term "fixed assets" to be the tangible assets of an enterprise that are used in the process of production or supply of goods, provision of services, leasing to other persons or for carrying out administrative tasks. and socio-cultural functions. An important addition to the definition is that fixed assets participate in the production process for a long time, during many cycles, while preserving the basic properties and original form, and partially transfer their value to the finished product as it wears out.

Fixed assets, as a subtype and component of non-current assets, correspond to all the legally defined features of non-current assets, however, they are distinguished from other components by their material form, state which is characterized by usability, lack of biological transformations. They are not debts, investments in other enterprises, and the value of fixed assets must be above the legally regulated value limit.

From the point of view of the economic category, fixed assets are a part of permanent production capital, which appears in the form of means of labor and gradually, during many production cycles, transfers its value to the manufactured product.

Fixed assets are a significant component of the balance sheet of manufacturing enterprises, enterprises of the food and processing industry, in particular the grain industry. In the context of studying the efficiency of the enterprise, the analysis of fixed assets is aimed at establishing their movement, condition and level of efficiency of use. The last indicator has a significant impact on the profitability, efficiency, revenue and overall efficiency of the enterprise. Equally important in modern conditions is the level of suitability (wear) of fixed assets. In Ukraine, there is a situation characterized by insufficient capital investments in the renewal of fixed assets of grain-receiving enterprises of the linear type, built in 1964-1990. This determines the need for constant monitoring of the state of fixed assets in order to formulate proposals for ways and means of their renewal.

In the economic literature, scientists-analysts have proposed different approaches to the analysis of fixed assets, namely: to determine trends in the development of the material and technical base, to assess the quality and technical condition of fixed assets, to determine directions for improving the efficiency of their use.

The conducted analysis of the economic literature [1-9] gave us the opportunity to distinguish two main stages of the methodology for analyzing the efficiency of the use of fixed assets:

1. The analysis of providing the enterprise with basic means.
2. The analysis of the efficiency of fixed assets use.

In accordance with this methodology, at the first stage, the analysis of the dynamics, composition and structure of fixed assets is carried out according to the indicators of the specific weight of individual types of fixed assets in their total value by the method of horizontal and vertical analysis. The result of this analysis is the determination of the ratio of active and passive parts of fixed assets. The analysis of the movement of fixed assets is carried out by calculating the coefficients of input, disposal and growth of fixed assets and studying their dynamics by the method of comparative analysis. The analysis of the technical condition of fixed assets is carried out by calculating the coefficients of wear and suitability of fixed assets and determining the dynamics of these indicators. The structure of the first stage of the method of analysis of the efficiency of fixed assets use is shown in Fig. 1.

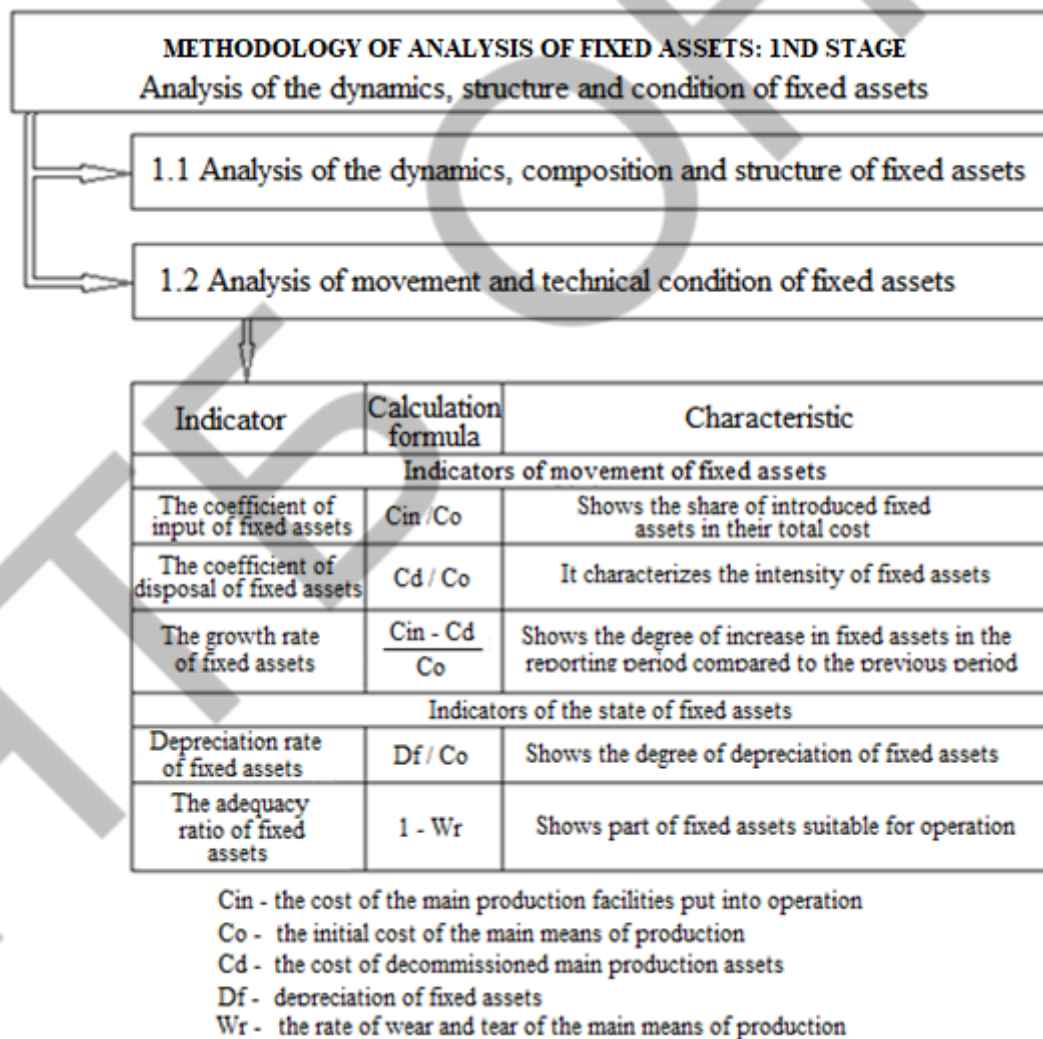


Fig. 1. Methodology for analysis of fixed assets: 1st stage*

**Source: compiled by the author based on data [1-9]*

At the second stage, the analysis of the effectiveness of the use of capital assets is carried out in various directions: the analysis of the enterprise's provision of capital assets - with the help of calculating the indicators of funding and technical armament and studying their dynamics; calculation of indicators of capital productivity, capital intensity and fund profitability, the analysis of their dynamics and determination of the influence of factors on changes in capital productivity are carried out. The result of this analysis is the determination of the assessment of the efficiency of fixed assets use and the characteristics of the amount of profit from each hryvnia of fixed assets. The analysis of the intensity of use of production equipment and the analysis of the efficiency of the use of production areas are carried out by the method of comparative and horizontal analysis, as a result of which we determine the impact estimates of intensive and extensive use of fixed assets and the degree of use of production equipment. A schematic display of the second stage of the methodology for analyzing the effectiveness of fixed assets use is shown in Fig. 2.

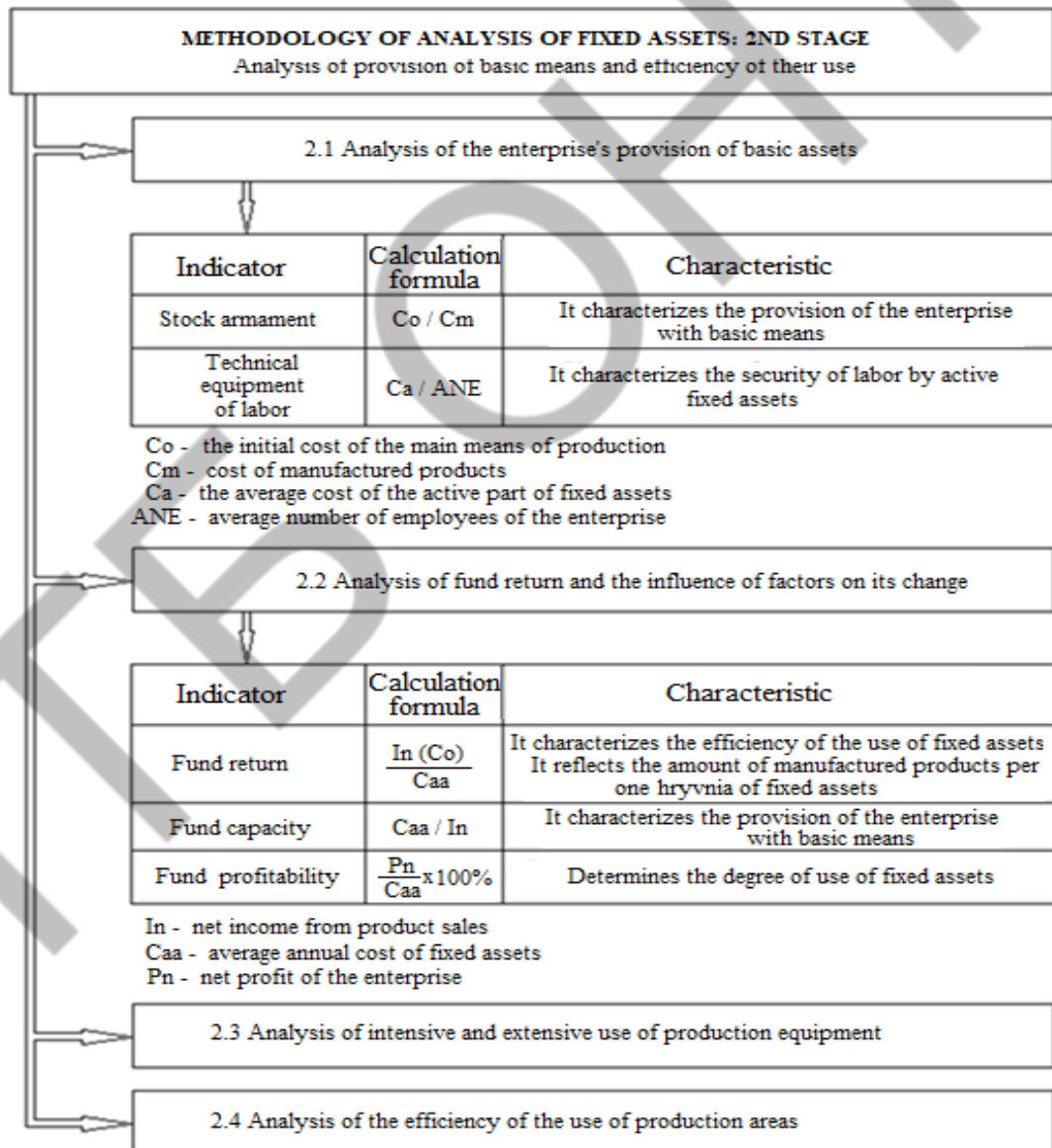


Fig. 2. Methodology for analysis of fixed assets: 2nd stage*

**Source: compiled by the author based on data [1-9]*

Therefore, the main assets of the enterprise are the material and technical basis of the improvement and development of production. Therefore, the analysis of their efficiency of use will affect the increase of technical support reserves and the overall efficiency of the enterprise. This demonstrates the importance of choosing the optimal method for analyzing the company's fixed assets.

References:

1. Butynets, F. F. (2017). Ekonomichnyi analiz. PP «Ruta».
2. Barabash, N. S. (2015). Analiz hospodarskoi diialnosti. KNTEU.
3. Mnykh, Ye. V., & Barabash, N. S. (2018). Finansovyi analiz. KNTEU.
4. Savytska, H. V. (2018). Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva. Znannia.
5. Kindratska, H. I., Bilyk, M. S., & Zahorodnii, A. H. (2018). Ekonomichnyi analiz: teoriia i praktyka. (A. H. Zahorodnii, Ed.). Mahnoliia-2006.
6. Sopko, V. V., Melnychuk, H. M., & Naumenko, H. O. (2017). Oblik ta analiz v upravlinni pidpriemstvom. Tekhnika.
7. Moshenskyi, S. Z., & Oliinyk, O. V. (2017). Ekonomichnyi analiz. (F. F. Butynets, Ed.). PP «Ruta».
8. Chernelevskyi, L. M. (2019). Ekonomichnyi analiz na pidpriemstvakh promyslovosti i torhivli. Milenium.
9. Kostenko, T. D. (2017). Ekonomichnyi analiz i diahnostyka stanu suchasnoho pidpriemstva. Tsentr navchalnoi literatury.

УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ЕТАПИ, АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ

Абрамов Н.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Купріна Н.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Актуальність визначення ролі управлінського аналізу полягає у зростаючій потребі та постійному оновленні стратегій управління, що вимагає систематичного та глибокого аналізу всіх аспектів діяльності підприємства. Тому дослідження ролі та методики управлінського аналізу є актуальною і необхідною задачею, щоб підприємства могли ефективно реагувати на зміни в економічному середовищі та досягати стійкого розвитку. Управлінський аналіз в системі управління підприємством базується на визначених стандартах та методологіях, які регулюють проведення аналізу та встановлюють вимоги до його результатів. Управлінський аналіз є важливою складовою господарського аналізу, яка дозволяє підприємствам виявляти сильні та слабкі сторони своєї діяльності, а також розробляти ефективні стратегії для досягнення успіху [1].

Управлінський аналіз включає оцінку таких аспектів діяльності підприємства [2]:

- оцінка рівня ефективності виробничих процесів, технологій та ресурсів;
- виявлення та аналіз факторів, що впливають на витрати підприємства та шляхи їх зниження;
- аналіз реалізації стратегії підприємства та виявлення можливостей для її покращення;
- оцінка ризиків, пов'язаних з діяльністю підприємства та розробка механізмів їх зниження або уникнення;
- моніторинг інноваційних проектів та їх впливу на підприємство;
- визначення потреб в управлінській інформації та розробка системи збору та аналізу даних.

Управлінський аналіз окремі вчені визначають, як процес аналізу та оцінки всіх компонентів управління підприємством і розробки рекомендацій щодо покращення ефективності, інші – бачать управлінський аналіз як інструмент для виявлення інноваційних можливостей та аналізу їх впливу на підприємство (табл. 1).

Таблиця 1. Визначення сутності економічної категорії «управлінський аналіз»

Автор, джерело	Визначення сутності
В.Шапошнік [3]	Управлінський аналіз - це система методів та інструментів для оцінки окремих ділянок діяльності підприємства з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей та підвищення ефективності управління ресурсами.
Н.О.Потапова, А.М.Герасимчук [4]	Управлінський аналіз є частиною стратегічного менеджменту і спрямований на виявлення та детальне розуміння стратегічно важливих аспектів діяльності і стратегічних проблем. У процесі такого

Автор, джерело	Визначення сутності
	аналізу необхідно виявити відповідність внутрішніх ресурсів і можливостей бізнесу стратегічним завданням.
О.Павленко [5]	Управлінський аналіз - це процес системного аналізу всіх аспектів діяльності підприємства з метою виявлення проблемних ситуацій та розробки стратегій для їх вирішення з метою досягнення стабільності підприємства.
Н.А. Никифорова [6]	Управлінський аналіз – це частина економічного аналізу, що являє собою систему спеціальних знань, пов'язану з дослідженням ресурсів підприємства в ув'язці з його можливостями, що складаються під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, з метою підвищення ефективності фінансових результатів і розвитку тактичного і стратегічного управління.
А.П. Заросило [7]	Розглядає управлінський аналіз як аналіз, який призначений для внутрішнього користування, має конфіденційний характер і призначений для оцінки поточних та майбутніх результатів діяльності структурних підрозділів та діяльності установи загалом із метою прийняття оперативних управлінських рішень.
Т.О. Мулик, М.І. Гордієнко [8]	Зазначають, що управлінський аналіз необхідно розглядати як різновид економічного аналізу, основне призначення якого отримання ключових параметрів, що дають об'єктивну і найбільш точну картину економічного, господарського стану та фінансових результатів діяльності підприємства.
О.Ф. Томчук, Т.О. Мулик, Л.І. Федоришина [2]	Управлінський аналіз, як аналіз, який носить конфіденційний характер, орієнтований на внутрішніх користувачів, має перспективну орієнтацію та проводиться з урахуванням галузевої специфіки аналізованого об'єкта.
Н.Шевчук [7]	Управлінський аналіз – це комплексний аналіз внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей підприємства, спрямований на оцінку поточного стану бізнесу, його сильних і слабких сторін, виявлення стратегічних проблем.
П.Друкер [8]	Управлінський аналіз - це процес аналізу діяльності підприємства з точки зору досягнення стратегічних цілей та максимальної ефективності управління ресурсами.
Галина Шадріна [3]	Управлінський аналіз - це системний процес аналізу та оцінки всіх компонентів управління підприємством з метою виявлення недоліків та розробки стратегій для їх виправлення.

**Складено автором на основі [2-8]*

Частину господарського аналізу, яка стосується управлінського аналізу (див. рис. 1), можна поділити на кілька етапів. Першим етапом є визначення принципово важливих складових успіху підприємства, таких як фінансові показники, ринкове положення, конкурентоспроможність та інші[4]. На цьому етапі, згідно з дослідженням [4], також проводиться аналіз зовнішнього середовища, що дозволяє отримати повну картину про ситуацію на ринку.

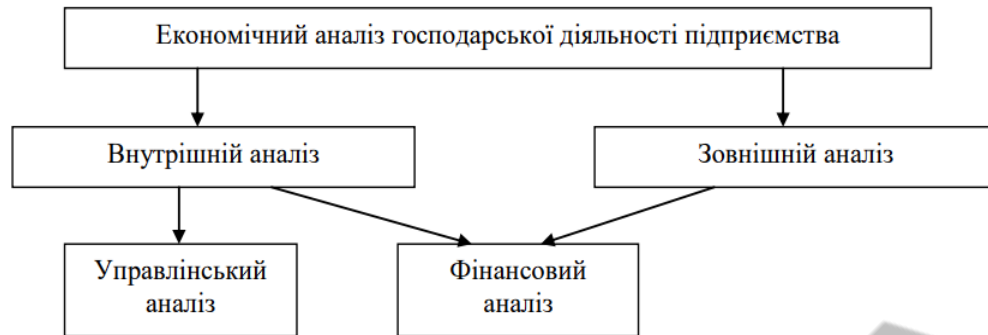


Рис. 1. Схема відображення місця управлінського аналізу в загальній системі аналізу господарської діяльності підприємства*

Джерело: [4]

Другий етап, на думку вчених [4], включає виявлення факторів, які впливають на ефективність управління підприємством. Це можуть бути фінансові, технологічні, організаційні та інші фактори. На основі отриманої інформації проводяться порівняння з іншими підприємствами, аналіз тенденцій та прогнозування можливих змін.

Третій етап включає в себе визначення стратегії розвитку підприємства на основі результатів управлінського аналізу. Керівництво приймає рішення щодо вдосконалення структури, організації та управління підприємством з метою досягнення більш високих результатів. Четвертий етап управлінського аналізу передбачає розроблення конкретних стратегій і тактик вдосконалення процесів управління на підприємстві. Це включає в себе впровадження нових методів контролю, оптимізацію робочих процесів, а також впровадження інноваційних технологій та підходів у діяльність підприємства [4].

П'ятий етап полягає в розробці конкретних планів дій для впровадження стратегій, зокрема, визначення необхідних ресурсів, бюджетування і планування з метою досягнення поставлених цілей. Крім того, на цьому етапі також визначаються ключові показники ефективності, які дозволяють відстежувати прогрес і виконання стратегій [4]. Шостий етап передбачає впровадження запланованих стратегій і контроль за їхнім виконанням. В цей період, на думку вчених [4], реалізуються плани з удосконалення структури, організації та управління підприємством, а також здійснюється моніторинг результатів і коригування стратегій в разі необхідності.

В управлінському аналізі виділяють три основні складові: перспективний (прогнозний) аналіз, оперативний аналіз і поточний (ретроспективний) аналіз. Кожна з цих складових має свої завдання і спрямована на підтримку процесу управління та досягнення стратегічних цілей організації [5].

Дослідження праць науковців показало [2], що ефективна система організації управлінського обліку підприємства базується на наступних основних принципах:

1. Безперервність оцінки активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати далі.

2. Єдині планово-облікові одиниці виміру планування та облік здійснюється в єдиних планово-облікових одиницях, що забезпечує співставність при аналізі господарської діяльності та зв'язок між фінансовим та управлінським обліком.

3. Оцінка результатів діяльності центрів відповідальності планування, облік, контроль і розрахунок прибутку проводяться в розрізі кожного підрозділу (центру відповідальності), що дозволяє визначати тенденції та перспективи розвитку кожного підрозділу.

4. Спадкоємність та багаторазове використання інформації цей принцип спрощує систему обліку і забезпечує її ефективність, дозволяючи створити раціональну та економну систему обліку відповідно до розмірів та масштабів виробничої діяльності.

5. Бюджетний (кошторисний) метод управління включає складання кошторисів витрат та визначення доходів за видами діяльності, підрозділами та підприємством в цілому, а також аналіз відхилень від плану.

6. Повнота та аналітичність інформації показники, що приводяться в звітах, повинні містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарської діяльності, що можуть вплинути на управлінські рішення.

7. Періодичність інформація з метою прийняття управлінських рішень повинна подаватися періодично в залежності від цілей використання.

Ці принципи сприяють побудові ефективної системи управлінського обліку, яка дозволяє забезпечити правильне планування, контроль та аналіз діяльності підприємства. Одні науковці та практики визначають управлінський аналіз як процес аналізу та оцінки всіх компонентів управління підприємством і розробки рекомендацій щодо покращення ефективності. Інші вчені бачать управлінський аналіз як інструмент для виявлення інноваційних можливостей та аналізу їх впливу на підприємство.

Існує багато визначень поняття сутності, змісту, ролі управлінського аналізу, але у всіх визначеннях управлінського аналізу відмічається що управлінський аналіз це інструмент для підвищення ефективності діяльності підприємства і прийняття управлінських рішень [3,6,8]. Більшість авторів підкреслюють його системний характер, який передбачає аналіз усіх аспектів діяльності підприємства [5]. Важливим аспектом також визнається виявлення проблем та розробка стратегій для їх вирішення [4].

Деякі автори роблять акцент на стратегічній спрямованості управлінського аналізу, інші навпаки на оперативній [8,7]. Дослідження праць вчених показало [2,4,7], що рівень деталізації у визначеннях також відрізняється: деякі автори дають загальне визначення, інші фокусуються на конкретних показниках більш детально, деякі автори роблять акцент на внутрішніх ресурсах та можливостях підприємства, інші зауважують важливість зовнішніх факторів.

Використання методів та інструментів також може відрізнятися залежно від конкретних потреб підприємства, серед яких, як правило, виділяють соціологічні та аналітичні методи [9-11]:

1. Соціологічні методи: опитування, спостереження, аналізу, експерименту.

2. Аналітичні методи: порівняння: балансовий метод, індексний метод, статистичний метод, метод абсолютних різниць, метод ланцюгових підстановок, графічний метод.

Таким чином, проведеним дослідженням встановлено, що управлінський аналіз є ключовим елементом в системі управління підприємством. Він призначений для внутрішнього користування та має конфіденційний характер, спрямований на оцінку поточних і майбутніх результатів діяльності структурних підрозділів та підприємства в цілому з метою прийняття оперативних управлінських рішень. Він базується на методології економічного аналізу та входить у склад управлінського обліку [10].

Організація управлінського аналізу включає послідовні етапи попередній огляд узагальнюючих показників; поглиблений аналіз показників; комплексна оцінка ефективності фінансово-господарської діяльності для формування управлінських рішень. Для проведення цих етапів використовуються різні методи. Результати управлінського аналізу повинні використовуватися для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та покращення ефективності управління підприємством [11].

Підприємствам рекомендується впровадити систему управлінського аналізу, що відповідає їхнім потребам та специфіці діяльності. Для проведення управлінського аналізу рекомендується використовувати комплексний підхід, який включає в себе використання різних методів та інструментів. Наступним напрямком дослідження є методика проведення управлінського аналізу основних засобів на підприємствах харчової промисловості для формування комплексного методичного підходу з метою забезпечення ефективності їх функціонування та використання.

Література:

1. Кузьмін М.В., Данилюк О.В., Петренко О.М. Управлінський аналіз: підруч. К.: ЦУЛ, 2018. 432 с.
2. Томчук О.Ф., Мулик Т.О., Федоришина Л.І. Управлінський аналіз: сутність та значення у прийнятті рішень. К.: ЦУЛ, 2019. 154 с.
3. Чернелевський Л.М., Осадча Г.Г. Управлінський облік на підприємствах харчової промисловості: навч.посіб. К.: ЦУЛ, 2015. 364 с.
4. Потапова Н.О., Герасимчук А.М. Особливості управлінського аналізу випуску і реалізації готової продукції. К.: ЦУЛ, 2017. 245 с.
5. Чернелевський Л.М., Осадча Г.Г. Інформаційне забезпечення управлінського аналізу на підприємствах. К.: ЦУЛ, 2018. 288 с.
6. Мала Н.Т. Управлінські рішення: класифікація та процес прийняття. навч.посіб. К., 2017. 153 с.

7. Заросило А.П. Застосування методів управлінського аналізу в діяльності бюджетних установ: навч.посіб. К., 2016. 180 с.

8. Мулик Т.О., Гордієнко М.І. Методичні підходи до управлінського аналізу в умовах інтеграційних процесів: навч.посіб. К. ЦУЛ, 2017. Вип. 7. С.7-19.URL:

http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=efmapnp_2017_7_3 (дата звернення: 15.03.2024).

9. Осадча О.О., Левицька І.О. Управлінський аналіз як аналітична функція управлінського обліку // Науковий вісник. 2019. Вип. 12 С.188-197. URL:

http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nznuoa_2019_12_32 (дата звернення: 15.03.2024).

10. Герасимчук А.М., Потапова Н.О. Роль управлінського аналізу в системі контролінгу на підприємстві // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016 вип. 7. С.172-174. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/7_2_2016ua/7_2_2016.pdf (дата звернення: 15.03.2024).

11. Лемішовська О.С., Михайловський В.О. Управлінська звітність підприємства: теоретико-методичні аспекти та принципи формування. 2023 вип. 1 С. 183-192. URL:<https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/sep/31274/menedzhment-183-192.pdf> (дата звернення: 15.03.2024).

ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ІМПОРТНИХ ПОТОКІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ ДО УКРАЇНИ В 2021-2023 РР.

**Бошков М.С., Корулик В.А., Плукчі С.І., студ. СВО «Магістр» ф-у ЕБіК
Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П.; д.е.н., проф. Купріна Н.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Важливою складовою зовнішньої торгівлі держави виступає імпорт товарів, завданням якого є забезпечення потреб народного господарства в продукції, що не виробляється або виробляється недостатній кількості та якості. Високі дії впливають на характер зовнішньої торгівлі, в тому числі на імпорт товарів, що потребує досліджень на макро рівні та є актуальним напрямом в сучасних умовах в Україні.

Для проведення дослідження динаміки імпорту товарів до України розглянемо дані табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка імпорту товарів до України в 2021-2023 рр.*

Найменування	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Динаміка		
				2022 р. у % до 2021р.	2023 р. у % до	
					2021 р.	2022 р.
1. Імпорт товарів, млн.дол	72843	55296	63562	75,9	87,3	114,9
2. Агропродовольчі товари, млн.дол	7747	6041	6954	78,0	89,8	115,1
3. Частка, %	10,6	10,9	10,9	х	х	х

**розраховано за даними Державної служби статистики України [1]*

Дані табл. 1 свідчать, що в товарному імпорті частка агропродовольчої продукції знаходиться в межах 10,6–10,9%. При цьому варто пам'ятати, що в товарному експорті частка цієї продукції за даними 2023 р. склала 60,8%. В період війни 2022-2023 рр. імпорт товарів скоротився в порівнянні з довоєнним 2021 р. Проте в 2023 р. в порівнянні з попереднім 2022 р. імпорт суттєво зріс й не тільки по усіх товарах, але й по агропродовольчих, що негативно вплинуло на торгівельний баланс, тобто різницю між вартістю експорту і імпорту.

В торгівлі агропродовольчими товарами торгівельне сальдо завжди позитивне, проте в 2023 р. воно скоротилося на 2304 млн.дол (табл. 2).

Таблиця 2. Сальдо в торгівлі агропродовольчими товарами в Україні в 2022-2023 рр.*

Найменування	2022 р.	2023 р.	Відхилення		
			Всього	В тому числі за рахунок	
				експорту	імпорту
1. Експорт, млн.дол	23391	22000	-1391	-1391	х
2. Імпорт, млн.дол	6041	6954	913	х	-913
3. Сальдо, млн.дол	17350	15046	-2304	-1391	-913

**розраховано за даними Державної служби статистики України [1]*

Дані табл. 2 показують, що скорочення експорту скоротило сальдо на 1391 млн.дол (на 60,3%), а збільшення імпорту – зменшило сальдо на 913 млн.дол. (на 39,7%).

Аналіз імпорту агропродовольчих товарів в розрізі розділів товарів показує, по яких саме товарах мало місце зростання імпортних потоків та їх розмір (табл. 3).

Таблиця 3. Динаміка та структура імпорту агропродовольчих товарів в Україні в 2022-2023 рр.*

Розділи продукції відповідно до УКТЗД	2022 р.		2023 р.		Відхилення	
	млн.дол	%	млн.дол	%	млн.дол	%
I. Живі тварини і продукти тваринного походження	1175	19,4	1342	19,3	167	114,2
II. Продукти рослинного походження	1927	31,9	2113	30,4	186	109,7
III. Жири та олії рослинного та тваринного походження	294	4,9	247	3,5	-4,7	84,0
IV. Готові харчові продукти	2645	43,8	3252	46,8	607	122,9
Всього	6041	100,0	6954	100,0	913	115,1

**розраховано за даними Державної служби статистики України [1]*

Дослідження показало, що серед продуктів тваринного походження найбільш імпортувалися продукти товарної групи 03 «Раки та ракоподібні», по яких приріст імпорту в 2023 р. у порівнянні з 2022 р. склав 176,1 млн.дол (+128,1% до 2022 р.). Серед продуктів рослинного походження найбільше зростання імпорту мало місце по продукції товарної групи 08 «Їстівні плоди та горіхи» (+149 млн.дол або 122,5%). В складі готових харчових продуктів, на які приходить 46,8% імпорту агропродовольчих товарів, високі темпи зростання мають місце по товарах усіх товарних груп (16-24), але особливе по таких, як [1]:

- 17 «Цукор і кондитерські вироби з цукру» – приріст 30 млн.дол (темпи зростання 143,0%);
- 18 «Какао та продукти з нього» – відповідно +97 млн.грн. та 139,5%;
- 20 «Продукти переробки овочів» – відповідно +63 млн.дол та 129,5%;
- 22 «Алкогільні і безалкогольні напої та оцет» – відповідно +229 млн.дол та 146,8%.

Агропродовольча продукція не відноситься до товарів критичного імпорту і зростання імпорту в умовах війни пояснюється відсутністю певних обмежень, які безумовно мають бути введені на цей період.

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Зростання імпорту негативно впливає на торгівельний баланс і означає не виправдані в даному випадку витрати іноземної валюти.

2. Для зменшення імпорту агропродовольчої продукції необхідно по-перше, збільшити виробництво якісних вітчизняних товарів, і по-друге, ввести певні державні обмеження.

3. Для виявлення тенденцій та більш глибокого з'ясування причин зростання імпорту окремих видів агропродовольчих продуктів, нашим

подальшим дослідженням є аналіз виробництва продукції суб'єктів агропромислового виробництва в Україні.

Література:

1. Державна служба статистики (Веб.сайт), Київ 2022. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 25.03.2024).

АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Дабіжа О.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – д.е.н., проф. Мельник Ю.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Наслідки військового вторгнення Росії на територію України охопили усі сфери бізнесу тим самим суттєво вплинули на аудиторську діяльність. З уведення воєнного стану в Україні відбулось різке зниження економічної активності суб'єктів господарювання та, відповідно, зниження ділової активності суб'єктів аудиторської діяльності, що призвело до вжиття дієвих заходів з підтримки суб'єктів аудиторської діяльності. Тому органом суспільного нагляду за аудиторською діяльністю було ініційовано проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» щодо забезпечення аудиторської діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки». Законопроект передбачає:

- вилучити аудиторів, які пов'язані з країною-агресором, із Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності та не включати їх до нього в подальшому;
- зменшити фінансове навантаження на аудиторів у частині сплати платежів і внесків на користь Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю та Аудиторської палати України;
- не застосовувати до аудиторів відповідальність за порушення вимог законодавства щодо повноти та своєчасності подання відомостей про аудитора для оприлюднення в Реєстрі; несвоєчасне подання звітів та іншої звітної інформації, яку вимагає законодавство;
- зупинити проведення перевірок з контролю якості аудиторських послуг, які надають аудитори;
- спростити процедуру атестації аудиторів та безперервного професійного навчання [4].

В умовах воєнного стану аудиторам – підприємцям та аудиторським фірмам, як спеціально визначеним суб'єктам первинного фінансового моніторингу, слід особливо ретельно дотримуватись процедур щодо запобігання легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення [1].

Метою аудиторської перевірки було і залишається підтвердження достовірності фінансової звітності, що забезпечує довіру до суб'єкта господарювання з боку користувачів облікової інформації.

Війна накладає суттєві зміни і на напрями роботи аудиторів. На щастя, внаслідок досвіду роботи під час пандемії більшість аудиторських компаній на момент упровадження воєнного стану змогли налагодити віддалену роботу. Загальні цілі та обсяг аудиту не змінилися, але розвиток сучасних технологій, використання новітніх бухгалтерських програм забезпечило позитивний вплив

на ефективність аудиту і вдосконалення його методів. Комп'ютерні методи аудиту поліпшити ефективність і дієвість аудиторських процедур.

Враховуючи специфіку аудиторської діяльності, вимоги до аудиторського програмного забезпечення можуть бути такими:

1. Наявність розвинених засобів контролю операцій. Контроль може здійснюватися не тільки у момент оформлення документа або проводки, як це прийнято в бухгалтерських програмах, а й тоді, коли в цьому виникає потреба.

2. Гнучкість. Оскільки аудиторам доводиться працювати з різними підприємствами, і у кожного з них свої облікова політика, форми звітності й навіть план рахунків, то програма повинна мати змогу швидко переналагоджуватися на специфіку страхової компанії, торгового дому, бюджетної організації, виробничої компанії. У комп'ютерних аудиторських системах повинні враховуватися як загальні вимоги і стандарти аудиту, так і особливості обліку фірм-клієнтів.

3. Ергономічність. Це означає наявність засобів для зручного введення великих обсягів інформації, оперативного і простого формування звітів. Іншими словами, програма має бути розрахована не на програміста або оператора, а на аудитора, знання якого в галузі комп'ютерної техніки можуть бути обмежені.

4. Зв'язок нарівні баз даних з бухгалтерськими програмами. Необхідні додаткові засоби для введення і виведення даних, представлених у різних форматах [3].

Ринок аудиторського програмного забезпечення тільки починає розвиватися.

Багато сучасних підприємств зацікавлені у пошуку шляхів ефективного управління фінансовими ресурсами, в оптимізації витрат, дослідженні ринку а також у підготовці фінансової звітності підприємств для отримання державної допомоги, компенсації, зокрема грантів міжнародних організацій. В цьому суттєво може допомогти онлайн аудит, до якого входять аудиторські перевірки фінансової звітності, підготовка аудиторського висновку та супутні послуги аудиту [2].

Повоєнну економіку України буде супроводжувати нова якість аудиторської діяльності, зокрема стосовно використання сучасних інформаційних технологій.

Література:

1. Фабіянська В.Ю. Потреба в незалежному аудиті та розвиток його теорії: погляд через призму браку довіри в суспільстві. [URL: http://33www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7921](http://33www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7921)
2. Гаман Г. Розвиток онлайн аудиту персоналу в умовах війни. [URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1539](https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1539)
3. Вдосконалення методики проведення аудиту із застосуванням комп'ютерних технологій. [URL: https://cyberleninka.ua/article/n/vdoskonalennya-metodiki-provedennya-auditustrahovika-iz-zastosuvannyam-kompyuternih-tehnologiy](https://cyberleninka.ua/article/n/vdoskonalennya-metodiki-provedennya-auditustrahovika-iz-zastosuvannyam-kompyuternih-tehnologiy)

4. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» щодо забезпечення аудиторської діяльності на період дії воєнного стану та післявоєнного відновлення економіки № 2285-IX від 31.05.2022 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2285-20#Text> (дата звернення 05.03.2024).

АНАЛІЗ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, НАПРЯМИ, СУЧАСНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ

Дробик Є.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М., д.е.н., проф. Немченко В.В.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ліквідність є важливим елементом для оцінки діяльності та фінансової стійкості будь-якого підприємства, тому дуже важливо визначати рівень ліквідності підприємства, а також фактори які мають суттєвий вплив. Проблема ліквідності підприємства це найбільш актуальний показник ефективності роботи підприємства, його можливості розраховуватися за найбільш терміновими зобов'язаннями. Від рівня ліквідності напряму залежить результати діяльності підприємства та її фінансування, що підтверджує актуальність обраного напряму дослідження.

Аналіз оцінки проводиться за різними методиками, а найбільш частіше – за оцінкою абсолютних та відносних показників [1–8]. Так, оцінювання ліквідності за відносними показниками дає змогу врахування всіх недоліків. Для того щоб визначити сутність ліквідності підприємства, яка включає в себе оцінювання й ліквідності балансу, а воно, у свою чергу, включає – визначення ліквідності активів, розглянемо, підходи до визначення сутності такої економічної категорії, як «ліквідність» у розумінні сучасних науковців у наукових та практичних публікаціях [1–6] у табл. 1.

Таблиця 1. Визначення сутності категорії «ліквідність» (фрагмент)*

Автор, джерело	Визначення
Цал-Цалко Ю.С., [1]	Ліквідність – це спроможність окремих активів підприємства, визначених об'єктами платіжних засобів, перетворюватись в грошову форму або безпосередньо бути майном для виконання всіх необхідних розрахунків у міру настання їх строку.
Чумаченко М.Г., [2]	Ліквідність – це спроможність активів перетворюватися в гроші, а рівень ліквідності визначається тривалістю періоду, протягом якого проходить перетворення.
Мних Є.В., [3]	Ліквідність – це вимір можливостей підприємства зі сплати заборгованості шляхом перетворення його майна на гроші.
Меєв В.О., [4]	Ліквідність – це спроможність, будь-якого з активів трансформуватися в грошові кошти, а ступінь ліквідності визначається тривалістю періоду, впродовж якого ця трансформація може бути здійснена. Чим коротший період, тим вища ліквідність.
Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. [5]	Ліквідність – здатність цінностей перетворюватися в грошові кошти. Вона характеризується наявністю в підприємства ліквідних засобів у формі залишку грошей у касі, грошових коштів на рахунках у банку та тих елементів оборотних активів, що легко реалізуються.

*складено автором на основі джерел [1–5]

Отже провівши аналіз визначення сутності категорії «ліквідність» (див. табл.1), науковцями маємо чітке визначення поняття ліквідності, на основі яких ліквідністю будь-якого активу – є можливість перетворення його на гроші, а рівнем ліквідності визначається тривалістю періоду, протягом якого відбувається це перетворення (чим коротше цей період, тим вищою буде ліквідність даного виду активу).

Проведене дослідження дозволило визначити сутність терміну «ліквідність підприємства», як економічної категорії, у табл. 2 [1–5].

Таблиця 2. Визначення сутності категорії «ліквідність підприємства»

Автор, джерело	Визначення
Цал-Цалко Ю.С., [1]	Ліквідність підприємства – визначення складу його платіжних засобів, відображених у балансі. Для оцінки ліквідності всі об'єкти активів підприємства можна класифікувати за двома ознаками: що характеризують умовною ліквідністю; які безпосередньо визначають рівень ліквідності активів підприємства.
Чумаченко М.Г., [2]	Ліквідність підприємства – це його спроможність перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів.
Мних Є.В., [3]	Ліквідність підприємства стосується наявності грошових коштів у найближчому майбутньому для виконання фінансових зобов'язань даного періоду.
Меє В.О., [4]	Ліквідність підприємства, часто ототожнюють з платоспроможністю, але ці поняття не тотожні. Так, коефіцієнти ліквідності можуть характеризувати фінансовий стан як задовільний, однак по суті ця оцінка помилкова, якщо в поточних активах значна питома вага припадає на неліквідні і короткострокову дебіторську заборгованість.
Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. [5]	Ліквідність підприємства – це його спроможність перетворити свої активи на гроші для покриття найбільш термінових платежів – короткострокових зобов'язань – боргів, термін погашення яких не перевищує одного року. Фінансовий стан підприємства залежить від того наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються на реальні кошти. Прискорення обороту оборотних коштів має велике значення для забезпечення фінансової стабільності.

**складено автором на основі джерел [1–5].*

Отже, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що ліквідність підприємства відображає його здатність розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями наявними оборотними ресурсами шляхом швидкого конвертування їх у грошові кошти, а платоспроможність виявляє здатність підприємства розраховуватися за власними поточними зобов'язаннями лише наявними на підприємстві грошовими коштами та їх еквівалентами. Тобто поняття ліквідності є ширшим, ніж поняття платоспроможності підприємства [5, 7, 8].

Аналіз ліквідності балансу полягає у порівнянні статей активу, що згруповані за ознакою ліквідності та розташовані у порядку її зменшення, зі статтями пасиву, що згруповані за ознакою строковості та розміщені в порядку

збільшення термінів погашення зобов'язань. Для визначення ліквідності балансу групи активів і пасивів зіставляють між собою [5].

На основі дослідження теоретичних аспектів ліквідності підприємства, проведемо аналіз ліквідності підприємства на прикладі ЗАТ «Одесакондитер» за відносними показниками (табл. 3).

Таблиця 3. Аналіз ліквідності підприємства за відносними показниками*

Коефіцієнти ліквідності підприємства	Норма	Розрахункові значення				Відхилення		
		2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2020 рік від 2019 року	2021 рік від 2020 року	2022 рік від 2021 року
1. Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	= 2,0	0,267	0,435	0,204	0,132	0,083	-0,231	-0,072
2. Коефіцієнт швидкої (критичної) ліквідності	1,0	0,076	0,393	0,187	0,114	0,317	-0,206	-0,073
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,074	0,393	0,094	0,114	0,319	-0,299	0,020

* розраховано на кінець року за даними форми 1 підприємства [9].

Останнім етапом в аналізі ліквідності підприємства є формування аналітичних висновків, за допомогою котрих, отримуємо інформацію про чинники впливу на діяльність підприємства та формуємо пропозиції і рекомендації для підприємства, що досліджувалось. Так, за даними, наведеними у табл. 3, можемо спостерігати, що майже всі коефіцієнти ліквідності знаходяться поза межах норми, що негативно характеризує фінансовий стан та діяльність підприємства та свідчить про неможливість підприємства покрити свої термінові зобов'язання ліквідними активами. Але виключенням є величина коефіцієнту абсолютної ліквідності у 2020 році, який значно перевищує норму та свідчить про наявність найбільш ліквідних активів для покриття найбільш термінових зобов'язань. Аналіз тенденції зміни показників ліквідності за 4 роки показує, що в 2020 році в порівнянні з попереднім – 2019 роком всі показники ліквідності, суттєво покращилися, але в 2021-2022 роках маємо стійку тенденцію до їх падіння, що є негативним для ліквідності, платоспроможності та фінансового стану підприємства, а власних оборотних активів недостатньо для покриття запасів. Такі тенденції в діяльності підприємства підтверджують його кризовий стан за період, що аналізується, та призвели до зміни основної діяльності: у 2019 р. підприємство припинило виробництво кондитерських виробів, а вже з 2022 року сферою його діяльності є надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого майна. Зміна діяльності є саме тим напрямом для покращення ефективності діяльності

підприємства, його фінансового стану, ліквідності та платоспроможності, припинення кризового тану та можливості банкрутства підприємства.

Проведене дослідження сутності економічних категорій «ліквідність» та «ліквідність підприємства», дозволило сформулювати підходи до її визначення, виявити відмінності, а також проаналізувати стан та тенденції ліквідності балансу на прикладі підприємства Одеської області на основі використання відносних показників. Подальшим етапом нашого дослідження є розробка напрямів покращення ліквідності активів, балансу і, відповідно, підприємства, що досліджується, з метою покращення його фінансового стану та ефективності функціонування.

Література:

1. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 566 с.
2. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз. Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2003. 556 с.
3. Мних Є. В. Фінансовий аналіз : підручник. К.: КНТУ, 2014. 536 с.
4. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 278 с.
5. Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. Економічний аналіз (практикум): навчальний посібник. Львів: «Магнолія 2006», 2015. [3-ге видання, виправлене і доповнене]. 326 с.
6. Єпіфанова І.Ю., Джеджула В.В., Фінансовий аналіз та звітність: Електронний практикум комбінованого (локального та мережного) використання. 2-ге вид., доп. Вінниця: ВНТУ, 2022. 144 с.
7. Фінансовий аналіз: Методичні рекомендації, робочі таблиці до практичних занять і самостійної роботи студентів спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент». Ярова В.В., Велієва В. О., Горкавий В.К., Посиляєва К.І. та ін. Харків: ХНАУ, 2021. 79 с.
8. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с.
9. Фінансова звітність підприємства ЗАТ «Одесакондитер» за 2019-2022 роки.

БІРЖОВІ ОПЕРАЦІЇ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ

**Корчаковська К.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Тарасова О.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Біржові операції є головними складовими процесу біржової торгівлі і здійснюються для виконання біржою робіт з надання послуг, визначених її статутом та Правилами біржової торгівлі.

Операції на фондовій біржі – це угоди купівлі-продажу цінних паперів, що пройшли процедуру лістингу та укладаються між учасниками торгівлі в установленому приміщенні в установлений час.

Акція – цінний папір, який підтверджує власність на певну частину капіталу підприємства, що є емітентом акції. Власник акції, таким чином, має право на частину прибутку підприємства в межах його частки у загальному капіталі, а також може брати участь у голосуванні на загальних зборах акціонерів, де вирішуються ключові питання діяльності компанії. Акціонерні товариства можуть бути приватні та публічні. Також акції можуть бути розділені на різні класи, які можуть мати різні права та привілеї. Наприклад, деякі акції можуть мати більші голосуючі права на загальних зборах акціонерів, тоді як інші можуть мати пріоритет при отриманні дивідендів. Ціна акції зазвичай залежить від багатьох факторів, таких як фінансові показники компанії, ситуація на ринку, попит та пропозиція, а також загальна економічна кон'юнктура. Інвестори можуть купувати та продавати акції на біржі з метою отримання прибутку від зростання ціни акцій або від отримання дивідендів [1].

Облігація – вид цінних паперів, що підтверджує вкладення коштів в боргові зобов'язання підприємства, держави або іншої організації. Облігація може бути емітована з різними термінами погашення та відсотковими ставками. Власники облігацій отримують дохід у вигляді відсотків від суми вкладених коштів, який виплачується регулярно, зазвичай щоквартально або щорічно. Погашення облігації може бути здійснене в один платіж або в різних частках протягом терміну дії облігації. Облігації є популярним інструментом для інвесторів, які шукають більш стабільні інвестиційні можливості з меншими ризиками, порівняно з акціями. Також облігації можуть використовуватись компаніями та іншими організаціями для залучення додаткового капіталу, який потрібен для фінансування різних проектів та розвитку діяльності.

Опціон – вид контракту, що надає покупцю право, але не обов'язок, на купівлю або продаж активу (наприклад, акцій, товарів, валют) за певною ціною (ціною страйку) у визначений термін у майбутньому. Є два види опціонів: кол-опціон (call option) та пут-опціон (put option). Кол-опціон дає право на купівлю активу за певну ціну, а пут-опціон надає право на продаж активу за певну ціну. Ціна опціону складається зі значення, що називається премією, та ціни страйку. Премія – це вартість опціону, яку платить покупець продавцю опціону, щоб мати право на його використання. Ціна страйку – це ціна, за яку покупець може купити

або продати актив у майбутньому. Опціони дозволяють інвесторам захистити свої інвестиції в разі коливань цін на ринку. Наприклад, якщо інвестор очікує, що ціна акцій буде зростати у майбутньому, то він може купити кол-опціон на ці акції, щоб захистити себе від зростання ціни. Якщо ж ціна акцій впаде, то він не зобов'язаний використовувати опціон і втратить лише премію за його покупку.

Торги на біржі зазвичай здійснюються через комп'ютерні торгові системи, що забезпечують ефективну і швидку обробку транзакцій. У кожній біржовій системі є свої правила та процедури, які регулюють торги та забезпечують безпеку інвесторів. Купівля та продаж цінних паперів на біржі зазвичай здійснюється через брокера [2].

Інвестування на біржі пов'язане з ризиками, які потрібно усвідомлювати перед початком операцій з цінними паперами. Способами захисту від ризиків є:

- Диверсифікація портфелю: інвестування в різні види цінних паперів допоможе зменшити ризик, пов'язаний з коливаннями цін на ринку.
- Використання стоп-лоссів: це прийом захисту від ризиків, який дозволяє встановлювати максимальні рівні втрат, які є прийнятними. Якщо ціна цінного паперу досягне цього рівня, позиція буде автоматично закрита.
- Використання опціонів: опціони дають можливість купувати або продавати цінні папери за фіксованою ціною в майбутньому. Це дозволяє зменшити ризики, пов'язані зі змінами цін на ринку.
- Аналіз ринку дозволить зменшити ризики, пов'язані з невірним вибором цінних паперів.
- Моніторинг портфелю: важливо слідкувати за змінами на ринку та в портфелі, щоб вчасно реагувати на можливі ризики та зміни в цінах.
- Розумна стратегія: розробка власної стратегії інвестування допоможе зменшити ризики, пов'язані з невірними рішеннями.

Останнім часом Україна має потенціал для розвитку біржових операцій з цінними паперами [3]. Також спостерігається зростання інтересу до біржових інструментів, зокрема акцій, облігацій та інших цінних паперів. Процес реформування біржового ринку в Україні відбувається, і це створює підґрунтя для подальшого розвитку біржових операцій з цінними паперами.

Література:

1. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (дата звернення 1.03.2024 р.)
2. Богатов А.О. Місце фондового ринку в структурній перебудові економіки. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2010. № 1. С. 44-51.
3. Вівчар О.Й. Сучасні тенденції розвитку ринку цінних паперів в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. № 219. С. 178-182.

ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ДІЯЛЬНОСТІ АУДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

**Мокрота С.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ступницька Т.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Штучний інтелект (ШІ) стрімко трансформує різні сфери бізнесу, і аудит не є винятком. Штучний інтелект - (Artificial intelligence, AI) — це напрямок в інформатиці та інформаційних технологіях, завданням якого є відтворення за допомогою обчислювальних систем та інших штучних пристроїв розумних міркувань і дій. Штучний інтелект – це здатність системи правильно інтерпретувати зовнішні дані, отримувати уроки з таких даних та використовувати отримані знання для досягнення конкретних цілей та завдань за допомогою гнучкої адаптації [1].

Впровадження ШІ-технологій в аудиторських компаніях може значно підвищити ефективність та якість аудиту, а також допомогти аудиторам краще справлятися з ризиками та відповідати потребам клієнтів.

Метою статті є дослідження можливостей та перспектив використання ШІ в аудиті, а також аналіз викликів та ризиків, пов'язаних з його впровадженням.

Штучний інтелект використовується в аудиторській діяльності для здійснення аналізу даних, тестування контролів, виявлення випадків шахрайства, а також для підготовки та складання звітів тощо.

Штучний інтелект при здійсненні аудиторської діяльності має такі переваги як [6]:

- автоматизація рутинних завдань: ШІ-алгоритми можуть автоматизувати багато рутинних завдань, таких як аналіз даних, тестування контролів та виявлення аномалій;
- підвищення точності та ефективності: ШІ-інструменти можуть обробляти великі обсяги даних значно швидше, ніж люди, і з більшою точністю;
- краще виявлення ризиків: ШІ-алгоритми можуть бути навчені на багатьох історичних даних, що дозволяє їм краще розпізнавати закономірності та аномалії, які можуть свідчити про ризики шахрайства, помилок або невідповідностей;
- підвищення прозорості та аудиту: ШІ-інструменти можуть генерувати детальні звіти про результати аудиту, які легко зрозуміти та проаналізувати.

Але, незважаючи на наявні переваги, використання штучного інтелекту пов'язане з певними ризиками та викликами [5,6]:

- необхідність інвестицій – впровадження ШІ-технологій потребує значних інвестицій в програмне забезпечення, апаратне забезпечення та навчання персоналу;
- ризик упередженості – ШІ-алгоритми можуть бути упередженими, що може призвести до неточних результатів аудиту.

– кібербезпека – використання ШІ-технологій може призвести до нових кібербезпечних ризиків.

– етичні питання – використання ШІ в аудиті може призвести до етичних питань, таких як відповідальність за результати аудиту та прозорість алгоритмів.

Впровадження ШІ в аудиторську діяльність може здійснити вплив й на регулювання аудиту – необхідність розробки нових стандартів та вимог щодо надійності та прозорості ШІ-інструментів, що застосовуються в аудиті, розробки та документування аудиторськими компаніями своїх підходів до використання ШІ тощо.

На даний час штучний інтелект активно використовується в діяльності аудиторських компаній: PwC, KPMG, EY, BDO та ін.

PwC (PricewaterhouseCoopers) – одна з найбільших у світі мереж аудиторських, консалтингових та юридичних компаній, яка активно використовує ШІ-технології для покращення своїх послуг. Компанія використовує штучний інтелект за такими напрямками [4,9]:

- Halo – платформа на основі ШІ для автоматизації аналізу даних;
- Clara – чат-бот на основі ШІ для автоматизації комунікації з клієнтами;
- Emma – інструмент на основі ШІ для тестування контролів;
- Harvey – автоматизації та вдосконалення аспектів консалтингової роботи;

PwC прагне використовувати ШІ відповідально та етично. Компанія має чіткі політики та процедури, які гарантують, що ШІ використовується справедливо, неупереджено та безпечно.

Аудиторські компанії, які зможуть ефективно інтегрувати ШІ у свою роботу, будуть добре позиціонуватися для успіху в майбутньому. Але незважаючи на це важливим є відповідальне та етичне використання ШІ. Перспективами подальших розробок є: вдосконалення ШІ-інструментів; розробка нових стандартів та вимог щодо використання ШІ в аудиті; зміна ролі аудитора в зв'язку з впровадженням ШІ тощо.

Література:

1. Artificial intelligence. *ITenterprise*: [website]. URL: [https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/artificial-intelligence] (дата звернення: 2.03.2024)

2. Artificial intelligence in audit: The future is here. *EY*: [website]. URL: www.ft.com/content/10f30eb4-188e-4ca0-b218-d1579b3754fd (дата звернення: 2.03.2024)

3. Artificial intelligence and the future of internal audit. *The Institute of Internal Auditors*: [website]. URL: <https://internalauditor.theiia.org/en/articles/2020/october/auditing-artificial-intelligence/> (дата звернення: 4.03.2024)

4. Audit of General Ledger with Halo. *PwC*: [website]. URL: <https://www.pwc.com/mu/en/services/assurance/risk-assurance/tech-assurance/general-ledger-audit.html> (дата звернення: 4.03.2024)

5. Big opportunities. Manageable risks.:
<https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/artificial-intelligence.html>
(дата звернення: 4.03.2024)
6. The impact of AI on the audit. KPMG: [website]. URL: [kpmg.com/xx/en/blogs/home/posts/2023/02/all-eyes-on-transforming-the-audit-with-ai.html](https://www.kpmg.com/xx/en/blogs/home/posts/2023/02/all-eyes-on-transforming-the-audit-with-ai.html) (дата звернення: 5.03.2024)
7. The future of audit: How artificial intelligence is changing the audit landscape. Grant Thornton: [website]. URL: www.aatcomment.org.uk/trends/future-of-accounting/the-future-audit-is-changing-heres-why/ (дата звернення: 5.03.2024)
8. Global Annual Review 2023 PWC. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/global-annual-review/2023/pwc-global-annual-review-2023.pdf> (дата звернення: 5.03.2024)
9. PwC в Україні починає працювати з сучасним ШІ-інструментом. Harvey: [website]. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/press-room/2023/pwc-embraces-the-ai-work-implementing-the-harvey-legal-platform.html> (дата звернення: 6.03.2024)

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Осадчий М.Л., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М.,
д-р філософії (PhD), доц. Баранюк Х.О.**

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У контексті сучасних глобальних та міжнародних викликів, що стикаються з сільським господарством та промисловістю, оптимізація та покращення функціонування та розвитку транспортних підприємств стають критично важливими завданнями. Визначення та імплементація стратегій реінжинірингу бізнес-процесів є ключовим фактором для забезпечення оптимальності та ефективності логістичного циклу аграрно-промислового комплексу (АПК). Особливо, це стає важливим в контексті постачання виробничих запасів на підприємства харчової промисловості з метою забезпечення ефективності їх функціонування та забезпечення процесу реалізації готової продукції.

З урахуванням динамічного середовища, де економічні умови та вимоги споживачів постійно змінюються, транспортні підприємства повинні виявити гнучкість та інноваційність, щоб забезпечити ефективну та швидку реакцію на ці зміни. Вирішення цих проблем вимагає системного підходу до організації бізнес-процесів, що забезпечує високий рівень логістичної підтримки аграрно-промислового комплексу. Ці особливості управління сучасним підприємством роблять об'єктивно необхідним переосмислення способу організації та побудови бізнес-процесів, а також використання принципово інших підходів, що дозволяють повною мірою реалізувати переваги нових програм, технологій і навіть людських ресурсів [3]. У зв'язку з цим використання реінжинірингу бізнес-процесів, на нашу думку, представляє особливий інтерес для вирішення проблеми створення ефективних і економічно доцільних форм організації бізнесу в транспортних компаніях [3].

Мета наукового дослідження полягає пошуку можливостей та шляхів реінжинірингу бізнес-процесів транспортних підприємств як елементу логістики повного циклу аграрно-промислового комплексу (АПК).

Логістика повного циклу АПК - це системний підхід до управління всіма процесами, що відбуваються від посіву, або вирощування сільськогосподарських культур, або виробництва продукції тваринництва, до закінчення її кінцевої реалізації на споживчому ринку або імпорту збірної продукції і постачання на виробництво товарів кінцевого споживання. Цей підхід забезпечує оптимальну ефективність в управлінні матеріальними та фінансовими ресурсами, управлінні виробничими процесами, управлінні сировиною та запасами, міжнародними торговими операціями і маркетингом, забезпеченні збутових каналів та логістичних потоків, а також контролю якості та безпеки.

Повний цикл забезпечення логістики АПК включає наступні етапи:

1. Організація закупівель сировини для виробництва аграрної продукції, наприклад, насіння для посіву або добрива для оброблення.
2. Організація процесу виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема оброблення ґрунту, посадка рослин, полив, збирання урожаю тощо.
3. Організація збору урожаю та його зберігання для подальшої транспортації або реалізації.
4. Організація транспортування аграрної продукції з місця виробництва до місця зберігання, обробки, виробництва та реалізації продукції харчової промисловості або продажу сільськогосподарської продукції.
5. Організація продажу аграрної продукції на ринку та її споживання.

Водний транспорт, зокрема судноплавство, відіграє важливу роль в транспортуванні аграрної продукції, особливо якщо мова йде про міжнародні перевезення, транспортування на великі відстані, а також транспортування великих обсягів товарів, таких як зернові. У світі багато водних торговельних шляхів, річок, каналів, морських шляхів, де економічно доцільно використовувати судноплавство. Перевагами водного транспорту для перевезення виробничих запасів для суб'єктів агропромислового виробництва та продукції АПК є велика потужність перевезень, низькі витрати, мало обтяжливі регуляції тощо.

Дослідження показало, що концепція вдосконалення бізнес-процесів транспортних підприємств базується на трьох підходах, спрямованих на підвищення продуктивності, ефективності та адаптивності бізнес-процесів: методика швидкого аналізу рішень (FAST-Fast Analysis Solution Technology), редизайн (сфокусоване вдосконалення) та реінжиніринг бізнес-процесів [1]. Згідно з більшістю літературних джерел, визначення терміну «реінжиніринг» в контексті транспортних підприємств включає три ключові характеристики [2]: «значне поліпшення», «радикальне перепроєктування» і «бізнес-процес». Більш детальний аналіз та вивчення значення цих ключових термінів допоможе зрозуміти природу реінжинірингу. Реінжиніринг може бути недоречним у ситуаціях, коли бізнес-процеси транспортного підприємства потребують лише оптимізації та коли компанія не прагне здійснювати кардинальних змін. У всіх інших ситуаціях реінжиніринг транспортних підприємств проводиться через ряд послідовних, етапів як показало наше дослідження[3].

Наше дослідження підтвердило, що одним з прикладів суб'єкту АПК великого бізнесу, яке вдало застосував реінжиніринг, може бути агрохолдинг «Agro-Industrial Company NIBULON» (Агроіндустріальна компанія НІБУЛОН). Це один з найбільших українських агрохолдингів, який спеціалізується на вирощуванні зернових культур, а також володіє сучасними терміналами та судноплавним флотом для перевезення та зберігання зернових. Важливо зазначити, що реінжиніринг не є одноразовим заходом, а континуальним процесом, тому агрохолдинг «Agro-Industrial Company NIBULON» продовжує активно застосовувати сучасні технології та практики в управлінні своїм бізнесом.

Так, агрохолдинг «Agro-Industrial Company NIBULON» реалізує ряд реінжинірингових заходів, які допомагають підвищити ефективність її бізнес-процесів. Серед найважливіших реінжинірингових ініціатив можна виділити наступні [4]:

1. Модернізація технічних засобів: у 2017 році агрохолдинг придбав нові судна, що мали високу місткість і великі автоматизовані системи, що дозволило значно підвищити продуктивність і ефективність перевезення зернових культур.

2. Впровадження сучасних технологій управління: агрохолдинг постійно вдосконалює свої системи управління та контролю, використовуючи сучасні технології та програмне забезпечення для покращення виробничих процесів.

3. Оптимізація логістичних процесів: агрохолдинг постійно оптимізує процес перевезення та зберігання зернових, шукаючи нові способи економії часу та ресурсів. Наприклад, підтримує сучасні логістичні підходи, такі як «just-in-time» поставки та скорочення часу замовлення.

4. Розширення продуктового асортименту: в рамках своєї стратегії агрохолдинг продовжує розширювати свій асортимент і випускати нові продукти. Наприклад, у 2017 році агрохолдинг розпочав виробництво біопалива, що дозволило їй диверсифікувати свої джерела прибутку і зменшити залежність від цін на зерно.

5. Стратегічне партнерство: НІБУЛОН активно розвиває партнерство з іншими підприємствами та об'єднаннями, що допомагає забезпечити доступ до нових ринків і ресурсів. Наприклад, в 2017 році компанія уклала партнерство з іноземною компанією з виробництва пеллет, що дозволило їй розширити свій асортимент продукції і зробити її більш конкурентоспроможною.

Для агрохолдингу НІБУЛОН реінжиніринг відіграв важливу роль у підвищенні ефективності її бізнес-процесів, що дозволило зберегти лідерство на ринку та підвищити конкурентоспроможність.

У сучасному світі аграрно-промисловий комплекс зазнає значних змін, які вимагають адаптації та модернізації підприємств транспортної галузі. Впровадження реінжинірингу бізнес-процесів є одним з ключових інструментів для досягнення цієї мети. Водночас, важливо пам'ятати про можливі виклики та перешкоди, пов'язані з реінжинірингом, такі як складність реорганізації та підготовки персоналу, вартість впровадження нових технологій та ризик втрати даних, що потребує постійного аналізу підприємствами. Проте, при належному плануванні та розумному впровадженні, реінжиніринг бізнес-процесів транспортних підприємств може бути ключовим інструментом в досягненні успіху в сучасному ринковому середовищі для забезпечення ефективності функціонування підприємств харчової промисловості.

Під час військових дій в Україні підприємства, які виробляють агропромислову продукцію активно функціонують, розвиваються, забезпечують економічну та продовольчу безпеку не тільки України, але й інших країн за рахунок експорту продукції, що підтверджується динамікою показників на основі статистичних даних в Україні, що є позитивною тенденцією. Дослідження розвитку агропромислового виробництва в Україні, інструментів його

забезпечення, де й логістика відграє значну роль, потребує подальших наших досліджень.

Література:

1. Гончарова О.М. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2013. С. 78-82.
2. Апопій В.В., Серeda С.А., Шутовська Н.О. Реінжиніринг бізнес процесів. Вид-во Львів. комерц. акад, 2013. - 159 с.
3. Ковальов А.І., Осадчий М.Л. Реінжиніринг бізнес-процесів транспортних підприємств. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2023. № 10 (311). С. 108-114.
4. НІБУЛОН- оператор, який використовує транспортну інфраструктуру України в сталий спосіб. URL: <https://www.nibulon.com/napriamy-diialnosti/lohistyka/>.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Почечун Ю.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ступницька Т.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Необоротні активи є однією з рушійних сил ринкової економіки та мають вплив на більшість показників діяльності підприємств – на собівартість продукції, обсяг доходу від реалізації, рентабельність виробництва, рівень витрат та прибуток, що прямо пропорційне впливає на ринкову вартість продукції підприємств харчової промисловості. Головним завданням підприємств харчової промисловості є забезпечення потреб населення у відповідних продуктах харчування та отримання прибутку від реалізації продукції, виготовленої за допомогою необоротних активів.

Необоротні активи характеризуються тривалим періодом використання, тобто періодом довше одного року. Вони є необхідними у процесі здійснення діяльності будь-якого підприємства, тому важливим є управління саме необоротними активами підприємства харчової промисловості.

Політика управління необоротними активами являє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, яка полягає у фінансовому забезпеченні своєчасного їх оновлення та високої ефективності використання. Відповідно до цієї мети формується політика управління необоротними активами підприємства, однією зі складових якої є аналіз необоротних активів.

Дослідженням питань аналізу необоротних активів приділяли увагу, такі науковці, як Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник Ю.М., Костюк О.В., Гнатенко Є.П., Данилова Є.І., Бенько І.Д., Сисюк С.В., Загородній А.Г. та інші. Проведений аналіз економічної літератури дозволяє зробити висновок про відсутність єдиної та спільної методики проведення аналізу необоротних активів. Тому метою роботи є аналіз економічної літератури з питання аналізу необоротних активів.

В економічній літературі найбільш розповсюдженими є два підходи до аналізу необоротних активів: деякі автори розглядають аналіз необоротних активів, а інші – зводять його лише до аналізу основних засобів, як вагомий складової необоротних активів.

На нашу думку аналіз необоротних активів необхідно проводити за наступними етапами:

- аналіз складу, структури та динаміки необоротних активів;
- аналіз наявності та руху необоротних активів;
- аналіз ефективності використання необоротних активів;
- аналіз основних вагомих елементів необоротних активів (основних засобів, нематеріальних активів тощо)

Аналіз необоротних активів здійснюється за даними форм фінансової та статистичної звітності:

- №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»;
- №2 «Звіт про фінансові результати підприємства (Звіт про сукупний дохід)»;
- №5 «Примітки до річної фінансової звітності»;
- №2-ОЗ ІНВ «Звіт про наявність і рух необоротних активів, амортизацію та капітальні інвестиції».

При цьому в процесі аналізу даних форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» також аналізуються дані аналітичного обліку, що містять більш розширену інформацію.

На першому етапі проводиться аналіз складу, структури та динаміки необоротних активів з використанням прийомів вертикального та горизонтального аналізу.

Другий етап - аналіз наявності та руху необоротних активів, здійснюється за даними форми №2-ОЗ ІНВ «Звіт про наявність і рух необоротних активів, амортизацію та капітальні інвестиції» проводиться шляхом визначення руху необоротних активів протягом року за їх складовими: матеріальними, нематеріальними активами та незавершеними капітальними інвестиціями.

Третій етап - аналіз ефективності використання необоротних активів здійснюється за даними форм №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та №2 «Звіт про фінансові результати підприємства (Звіт про сукупний дохід)» шляхом розрахунку показників ефективності використання необоротних активів: рентабельності та коефіцієнту віддачі необоротних активів.

Заключний етап полягає в проведенні аналізу елементів необоротних активів, який включає аналіз руху, стану, структури та ефективності використання основних засобів та нематеріальних активів підприємства.

Аналіз руху основних засобів та нематеріальних активів підприємства здійснюється за даними форми №5 «Примітки до річної фінансової звітності» (розділ I, II), та включає аналіз ефективності використання основних засобів та нематеріальних активів здійснюється за даними форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та форми №5. На цьому етапі визначається зміна та рух основних засобів та нематеріальних активів протягом року, а також розраховуються коефіцієнти: вводу, вибуття та приросту основних засобів та нематеріальних активів протягом звітного періоду (табл. 1).

Таблиця 1. Розрахунок та характеристика аналітичних показників для аналізу необоротних активів підприємства*

Найменування показника	Розрахунок	Характеристика показника
Показники ефективності використання необоротних активів		
Рентабельність необоротних активів, %	$R_{на} = \frac{ЧП}{НА_{сер}} * 100\%$ де ЧП – чистий прибуток НА _{сер.} – середня річна вартість необоротних активів	Характеризує величину чистого прибутку, що припадає на кожен гривню необоротних активів. Може розраховуватись у відсотках. Зростання цього показника є позитивним результатом.

Продовження табл. 1

Найменування показника	Розрахунок	Характеристика показника
Коефіцієнт віддачі необоротних активів, грн./грн.	$K_{вд} = (ЧД + Дуч + Дфін + Дінш) / НА_{сер}$, де ЧД – чистий дохід Дуч – дохід від участі в капіталі Дфін – дохід від фінансових операцій Дінш – дохід від іншої діяльності НА _{сер} – середня річна вартість необоротних активів	Показує покращення ефективності використання необоротних активів.
Коефіцієнти руху основних виробничих засобів (нематеріальних активів)		
Коефіцієнт вводу основних засобів (нематеріальних активів)	$K_{вв} = \Phi_{вв} / \Phi_k$, де $\Phi_{вв}$ – вартість введених основних виробничих засобів (Φ_k – первісна вартість основних виробничих засобів)	Показує частку введених основних засобів (нематеріальних активів) у загальній їх вартості
Коефіцієнт вибуття основних засобів (нематеріальних активів)	$K_{вб} = \Phi_{вб} / \Phi_k$, де $\Phi_{вб}$ – вартість вибулих основних виробничих засобів (нематеріальних активів) Φ_k – первісна вартість основних виробничих засобів (нематеріальних активів)	Характеризує інтенсивність вибуття основних засобів (нематеріальних активів)
Коефіцієнт приросту основних засобів (нематеріальних активів)	$K_{пр} = (\Phi_{вв} - \Phi_{вб}) / \Phi_k$, де $\Phi_{вв}$ – вартість введених основних виробничих засобів (нематеріальних активів) $\Phi_{вб}$ – вартість вибулих основних виробничих засобів (нематеріальних активів) Φ_k – первісна вартість основних виробничих засобів (нематеріальних активів)	Показує ступінь збільшення основних засобів (нематеріальних активів) у звітному періоді проти минулого періоду
Коефіцієнти стану основних виробничих засобів (нематеріальних активів)		
Коефіцієнтів зносу (амортизації) основних засобів (нематеріальних активів)	$K_{зн} = Зн / \Phi_k$, де Зн – сума зносу (амортизації) основних виробничих засобів (нематеріальних активів) Φ_k – первісна вартість основних виробничих засобів (нематеріальних активів)	Показує ступінь зносу основних засобів (амортизації) нематеріальних активів)
Коефіцієнтів придатності основних засобів (нематеріальних активів)	$K_{пр} = 1 - K_{зн}$, де $K_{зн}$ – коефіцієнтів зносу (амортизації) основних засобів (нематеріальних активів)	Відображає частину основних засобів (нематеріальних активів) придатну до експлуатації
Коефіцієнти ефективності використання основних засобів (нематеріальних активів)		
Фондовіддача	$\Phi_{від} = Вп / \Phi_k$, де Вп – вартість виробленої продукції Φ_k – середньорічна первісна вартість основних виробничих засобів	Характеризує ефективність використання основних засобів (нематеріальних активів). Відображає суму виробленої продукції на одну гривню необоротних активів.

Продовження табл. 1

Найменування показника	Розрахунок	Характеристика показника
Фондомісткість	$\Phi_{мс} = \Phi_k / В_{п}$, де $В_{п}$ - вартість виробленої продукції Φ_k – середньорічна первісна вартість основних виробничих засобів	Характеризує забезпеченість підприємства основних засобів (нематеріальних активів)
Коефіцієнт рентабельності нематеріальних активів	$Кр_{НА} = ЧП_{од} / НА$ де $ЧП_{од}$ –сума чистого прибутку, яку отримало підприємство від операційної діяльності підприємства НА- середньорічна вартість нематеріальних активів підприємства	Характеризує обсяг чистого прибутку на одиницю нематеріальних активів
Коефіцієнт виробничої віддачі нематеріальних активів	$К_{від} = ОР / НА$ де ОР-обсяг реалізації продукції (або обсяги виробництва) у звітному періоді НА- середньорічна вартість нематеріальних активів підприємства	Характеризує обсяг реалізації продукції (або обсяги виробництва) в розрахунку на одиницю нематеріальних активів

*Джерело: складено автором з використанням [3, 4]

Таким чином проведене дослідження економічної літератури щодо питання особливостей аналізу необоротних активів підприємств харчової промисловості дозволило виділити етапи здійснення аналізу, розглянути розрахунок та характеристику показників, що використовуються для проведення аналізу та зробити висновок, що для ефективного управління необоротними активами підприємств харчової промисловості необхідно впровадити політику управління ними, однією з основних складових якої є здійснення аналізу необоротних активів, результатами якого є розробка заходів зі своєчасного оновлення та підвищення ефективності використання необоротних активів.

Література:

1. Єгорова О.В., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник Ю.М. Економічний аналіз: навч. посіб. Полтава: РВВД ПДАА, 2018. 290 с.
2. Кандиба К.О. Аналіз ефективності використання основних засобів // Управління розвитком, 2017. № 3(166). С. 12-14.
3. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз підприємства: навч. посібник. 2-ге вид., стер., К.: Знання, КОО, 2003. 378с.
4. Pochechun Y.M. Theoretical aspects of determining the fixed assets of the enterprise // Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді матеріали V Всеукр. студ. наук.-практ. конф. Одеса, 30-31 травня 2023 р. / Одеський національний технологічний університет, Одеса, 2023. С. 175-179
5. Савченко А.М., Олянецька М.С. Feature of analysis of non-current assets at the example of company PJSC "Kharkiv biscuit factory" // Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7457> (дата звернення 10.03.2024)

ГОТОВІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ ЗА 2021-2023 Р.Р.: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА

Семенюк В.О., Цебренко Т.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П.,
д-р філософії, доц. Баранюк Х.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Агропродовольчі товари, що експортує та імпортує Україна відповідно до УКТЗЕД включають 4 розділи:

- I Живі тварини і продукти тваринного походження;
- II Продукти рослинного походження;
- III Жири та олії тваринного та рослинного походження;
- IV Готові харчові продукти.

В зовнішній торгівлі України операції з агропродовольчими товарами займають серйозні позиції. В товарному експорті України частка агропродовольчих товарів склала: 2021р. – 40,7%; 2022р. – 53,0%; 2023р. – 60,8%. Тобто, в останні два роки агропродовольча продукція стає основним експортним товаром держави. Динаміка та структура агропродовольчого експорту в розрізі розділів товарів наведена в табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка та структура експорту агропродовольчих товарів України в 2021-2023рр.*

Розділи продукції відповідно до УКТЗЕД	2021р.		2022р.		2023р.		2023р. в % до 2021р.
	млн. дол	%	млн. дол	%	млн. дол	%	
1. I Живі тварини і продукти тваринного походження	1345	4,8	1472	6,3	1363	6,2	101,3
2. II Продукти рослинного походження	15538	56,1	13473	57,6	11716	53,2	75,4
3. III Жири та олії тваринного та рослинного походження	7037	25,4	5949	25,4	5649	25,7	80,3
4. IV Готові харчові продукти	3788	13,7	2497	10,7	3272	14,9	86,4
Всього	27708	100	23391	100	22000	100	79,4

* розраховано за даними Державної служби статистики України [1]

Як видно з даних табл. 1 в період війни 2022-2023рр. експорт агропродовольчих товарів поступово скорочується. Певним винятком є готові харчові продукти які займають третю позицію по обсягу експорту і по яких в 2023р. вдалося наростити продаж за кордон у порівнянні з 2022р. з 2497 млн. дол. до 3272 млн.дол. або на 131,0%. Абсолютний приріст склав 775 млн. дол.

Готові харчові продукти це різноманітна продукція переробних галузей АПК які відповідно до УКТЗЕД складаються з 9 товарних груп (16-24). Дані про експортно-імпортні операції з готовими харчовими продуктами за 2022-2023рр. наведено в табл. 2.

Таблиця 2. Експорт та імпорт готових харчових продуктів в торгівлі України за 2022-2023рр.*

Найменування товарних груп	2022р. (млн. дол.)			2023р. (млн. дол.)			2023р. в % до 2022р.	
	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт
Готові харчові продукти	2497	2645	-148	3272	3252	+20	131	122,9
16 Продукти з м'яса, риби	31	143	-112	43	172	-129	138,7	120,3
17 Цукор і кондитерські вироби з цукру	299	70	+229	596	100	+496	199,3	142,9
18 Какао та продукти з нього	147	246	-99	195	344	-149	132,7	139,8
19 Готові продукти із зерна	252	246	+6	314	260	+54	124,6	105,7
20 Продукти переробки овочів	222	215	7	200	279	-79	90,0	129,8
21 Різні харчові продукти	120	415	-295	157	473	-316	130,8	114,0
22 Алкогольні та безалкогольні напої, оцет	205	490	-285	283	719	-436	138,0	146,7
23 Залишки і відходи харчової промисловості	1082	362	+720	1398	411	+987	129,2	113,5
24 Тютюнові і промислові замітники тютюну	139	458	-319	86	494	-408	61,9	107,9

* розраховано за даними Державної служби статистики України [1]

Як свідчать дані табл. 2 в 2023р. експорт готових харчових продуктів зріс на 131,0% в той час як імпорт збільшився на 122,9% в результаті чого отримано невелике позитивне сальдо – 20 млн. дол. В попередньому 2022р. сальдо було від'ємним в сумі 148 млн. дол.

Готові харчові продукти з точки зору ефективності торгівлі можна умовно розділити на дві групи. Перша, - де з року в рік формується позитивне сальдо;

товарні групи 17 «Цукор і кондитерські вироби з цукру», 19 «Готові харчові продукти» і 23 «Залишки і відходи харчової промисловості». Друга група, це більшість товарних груп, де формується значне від'ємне сальдо - 16 «Продукти з м'яса і риби»; 18 «Какао та продукти з нього»; 20 «Продукти переробки овочів»; 21 «Різні харчові продукти»; 22 «Алкогільні і безалкогольні напої, оцет»; 24 «Тютюн і промислові замітники тютюну». В цих товарних групах імпорту переважає експорт, як результат того, що продукція або не виробляється в Україні (товарні групи 18 і 24), або виробляється в недостатніх обсягах, до того ж існують проблеми з номенклатурою та якістю (16, 20, 21, 22).

Аналізуючи місце готових харчових продуктів в зовнішній торгівлі України агропродовольчими товарами варто знати, що займаючи в експорті цих товарів третє місце (табл. 1) з часткою 10,7-14,9%, в імпорті агропродовольчих товарів на готові харчові продукти приходить за даними 2023р. 46,8%. Ці дані свідчать, що значні обсяги імпорту готових харчових продуктів пояснюються недостатнім розвитком галузей харчової промисловості, коли для покриття потреб внутрішнього ринку необхідно залучати імпортні поставки.

Висновки:

1. В зовнішній торгівлі України агропродовольчими товарами готові харчові продукти в імпорті знаходяться на першому місці, а по експорту на третьому.

2. В складі товарних груп готових харчових продуктів виділяються товарні групи, де отримується постійно позитивне сальдо (17, 19, 23) і групи з негативним, від'ємним сальдо (16, 18, 20, 21, 22, 24).

3. Зменшення імпорту готових харчових продуктів залежить в першу чергу від розвитку вітчизняних харчових виробництв.

Література:

1. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/>

ЕКСПОРТ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ В 2021-2023 РР.

Стойнов В.Г., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК,
В'язніков К.М., Кучер О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – к.е.н., доц. Антонюк О.П., д.е.н., проф. Купріна Н.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Триваюча війна негативним чином впливає на розвиток економіки держави, в тому числі на стан зовнішньої торгівлі. Експорт товарів та послуг виступає основним джерелом отримання іноземної валюти, потреба в якій в умовах війни значно зростає. Як показало дослідження [1], в Україну переважна частина валютної виручки 83-84% поступає від торгівлі товарами. Важливе значення для продовольчої та фінансової безпеки держави має саме виробництво і торгівля агропродовольчими товарами, та забезпечення ними населення [1]. Тому обраний напрям дослідження є актуальним, особливо під час війни в Україні, але потребує додаткового аналізу показників для формування висновків і виявлення тенденцій.

Обсяги, динаміка та структура товарного експорту України за період 2021-2023, наведені в табл. 1.

Таблиця 1. Експорт товарів з України в 2021-2023 рр.*

Найменування	Роки			Динаміка	
	2021	2022	2023	2022 р. у % до 2021р.	2023 р. у % до 2022р.
1. Весь експорт, млн.дол	68072	44136	36180	64,8	82,0
2. Агропродовольчі товари, млн.дол	27708	23391	22000	84,4	94,1
3. Частка агропродовольчих товарів, %	40,7	53,0	60,8	x	x

**розраховано за даними Державної служби статистики України [2]*

Як свідчать данні табл. 1, в 2021-2023 рр. експорт товарів щорічно скорочується. Варто зазначити, що темпи спаду експорту поступово зменшуються. Так, як що в 2022 р. у порівнянні з 2021 р. весь товарний експорт скоротився на 35,2%, а агропродовольчий – на 15,6%, то в 2023 р. в порівнянні з 2022 р., відповідно на 18,0% і 5,9%. В

В товарному експорті зростає роль продукції сільського господарства та галузей харчової промисловості – в 2022-2023 рр більше половини валютної виручки держава отримує від реалізації агропродовольчих товарів. Дослідження показало, що частка агропродовольчої продукції в товарному експорті України набагато перевищує аналогічні показники в розвинутих країнах. Так, в Європейському Союзі, який є світовим лідером по експорту продовольчими товарами, в загальному обсязі європейського експорту приходить лише 7%.

Про обсяги, динаміку та структуру експорту агропродовольчих товарів свідчать дані табл. 2.

**Таблиця 2. Експорт агропродовольчих товарів з України
в 2021-2023 рр.***

Розділи продукції відповідно до УКТЗД	2021		2022 р.		2023 р.		2023 р. в % до 2021р.
	млн.дол	%	млн.дол	%	млн.дол	%	
I. Живі тварини і продукти тваринного походження	1345	4,8	1472	6,3	1363	6,2	101,3
II. Продукти рослинного походження	15538	56,1	13473	57,6	11716	53,2	75,4
III. Жири та олії рослинного та тваринного походження	7037	25,4	5949	25,4	5649	25,7	80,3
IV. Готові харчові продукти	3788	13,7	2497	10,7	3272	14,9	86,4
Всього	27708	110,0	23391	100,0	22000	100,0	79,4

**розраховано за даними Державної служби статистики України [2]*

Попри значне скорочення експорту з 27708 млн.дол в 2021 р. до 22000 млн.дол. в 2023 р. або на 20,6% структура агропродовольчого експорту не зазнала серйозних змін (див. табл. 2). Більшу частку експорту складає продукція сільського господарства: живі тварини, продукція тваринного походження, а також продукція рослинного походження. Їх частка з 60,9% в 2021 р. зменшилась до 59,4% в 2023 р. Дослідження підтверджує, що продукція переробних галузей зросла на 39,1% в 2021 р. до 40,6% в 2023 р. Варто зауважити, що жири та олії тваринного та рослинного походження – це, в основному, олія соняшникова, соєва та ріпакова нерафінована, тобто практично напівфабрикат.

Таким чином, основу агропродовольчого експорту складають сировинні продукти і промислова продукція з невеликою доданою вартістю, що є негативним. Частка в експорті готових харчових продуктів, тобто продукції з великою доданою вартістю, як показало дослідження вчених [1], вкрай низка і знаходиться в межах 13,7–14,8%, що значно поступається таким країнам як Польща – 51,3%, Франція – 53,2%.

На підставі проведеного дослідження статистичних даних за 2021-2023 рр. доведено, що:

1. Експорт агропродовольчих товарів в умовах війни скорочується значно меншими темпами у порівнянні з усім товарним експортом.
2. Агропродовольча продукція в Україні стає основним експортним товаром з часткою 53,0-60,6%.
3. Агропродовольчий експорт має сировинний характер в умовах війни й цей процес посилюється, що є негативною тенденцією.
4. В контексті проведеного аналізу, нашим подальшим дослідженням буде оцінка експортної складової підприємств харчової промисловості, інформаційна база яких досліджується при виконання кваліфікаційної роботи.

Література:

2. Антонюк П.О, Антонюк О.П., Ступницька, Т.М., Баранюк, Х.О. [Аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України агропромисловими товарами](#) // Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13, вип. 3. С. 16-22.
3. Державна служба статистики (Веб.сайт), Київ 2022. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 25.03.2024).

СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Шкарупа С.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Наукові керівники – д.е.н., проф. Купріна Н.М., к.е.н., доц. Антонюк О.П.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Фінансовим аналізом у широкому сенсі називають сукупність аналітичних процедур, які дозволяють приймати обґрунтовані рішення фінансового характеру відносно суб'єкта господарювання. У вузькому сенсі під фінансовим аналізом розуміють метод оцінювання й прогнозування фінансового стану та результативності діяльності підприємства [1].

Вибір методу проведення фінансового аналізу, першочергово, залежить від мети проведення самого аналізу, і цілі, яка ставиться перед самим аналізом, а сукупність аналітичних процедур, за якими ведеться фінансовий аналіз можна класифікувати за основними методами, наведеними у табл. 1.

Таблиця 1. Методи проведення фінансового аналізу*

Методи проведення аналізу	Визначення
Горизонтальний аналіз	У процесі горизонтального аналізу визначають абсолютні та відносні зміни величин різних статей балансу за звітний період [2].
Вертикальний аналіз	Метод вертикального аналізу полягає в розрахунку частки окремих статей у валюті балансу, тобто вивчення структури балансу на початок і кінець періоду [2].
Факторний аналіз	За допомогою факторного аналізу виявляються причини зміни абсолютних і відносних фінансових показників і розраховується вплив факторів на зміну фінансового показника [2].
Коефіцієнтний аналіз	Метод коефіцієнтного аналізу застосовується для розрахунку рівня і динаміки відносних показників фінансового стану [2].
CVP аналіз	CVP аналіз – це аналіз поведінки витрат, в основі якого лежить взаємозв'язок витрат, виручка, обсяг виробництва і прибутку [3].
Аналіз рентабельності	Аналіз рентабельності дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання. Основні показники рентабельності підприємства: рентабельність продажів, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність інвестицій, рентабельність продукції, темпи приросту власного капіталу [4].
Аналіз й оцінка левериджу	Аналіз показників левериджу, є дієвим інструментом контролю над доходами й витратами, ефективним напрямом планування прибутку підприємства. Він може використовуватися для оперативного управління процесом формування прибутку окремих товарів або видів продукції [5].

Продовження табл. 1

Методи проведення аналізу	Визначення
Метод ланцюгових підстановок	Метод ланцюгових підстановок полягає в тому, що ступінь впливу кожного фактора на загальний результат встановлюється послідовно, шляхом поступової заміни кожного показника іншим, причому один з них розглядається як змінний при незмінних інших. Цей метод використовується для аналізу зміни узагальнюючого економічного показника під впливом багатьох виробничих факторів [6].
Індексний аналіз	Індексний аналіз – це метод, який базується на застосуванні матриць даних, які відображають основні параметри економічних явищ і процесів. Цей метод дає можливість оцінювати тенденції розвитку явищ та процесів й вплив істотних факторів, котрі визначають напрямки і швидкість змін показників [7].

**складено автором на основі джерел [2-7]*

Аналіз праць вчених, що були опубліковані у 2000-2015 рр. дозволяє сформулювати в табл. 2 методику фінансового аналізу та зробити наглядну діаграму застосування методів для його проведення (див. рис. 1).

Таблиця 2. Використання методів фінансового аналізу у працях науковців 2000-2015рр.*

Автор	Методи фінансового аналізу						
	Горизонтальний аналіз	Вертикальний аналіз	Факторний аналіз	Коефіцієнтний аналіз	CVP аналіз	Аналіз рентабельності	Аналіз й оцінка левериджу
1.Антонюк А.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М.	+	+	+	+		+	
2.Білик М.Д., Притуляк Н.М., Павловська О.В., Невмержицька М.Ю.	+	+	+			+	
3.Болух М.А., Бурчевський В.З.	+	+	+	+		+	
4.Воронко О.С., Штепа Н.П.			+		+	+	
5.Грабовецький Б.Є, Шварц І.В.						+	+
6.Литвин Б.М., Стельмах М.В.			+			+	
7.Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г.	+	+	+	+		+	
8.Ковальчук І.В.						+	
9.Мних Є.В.			+			+	+
10.Черниш С.С.				+		+	+

**складено автором на основі джерел [2,8]*

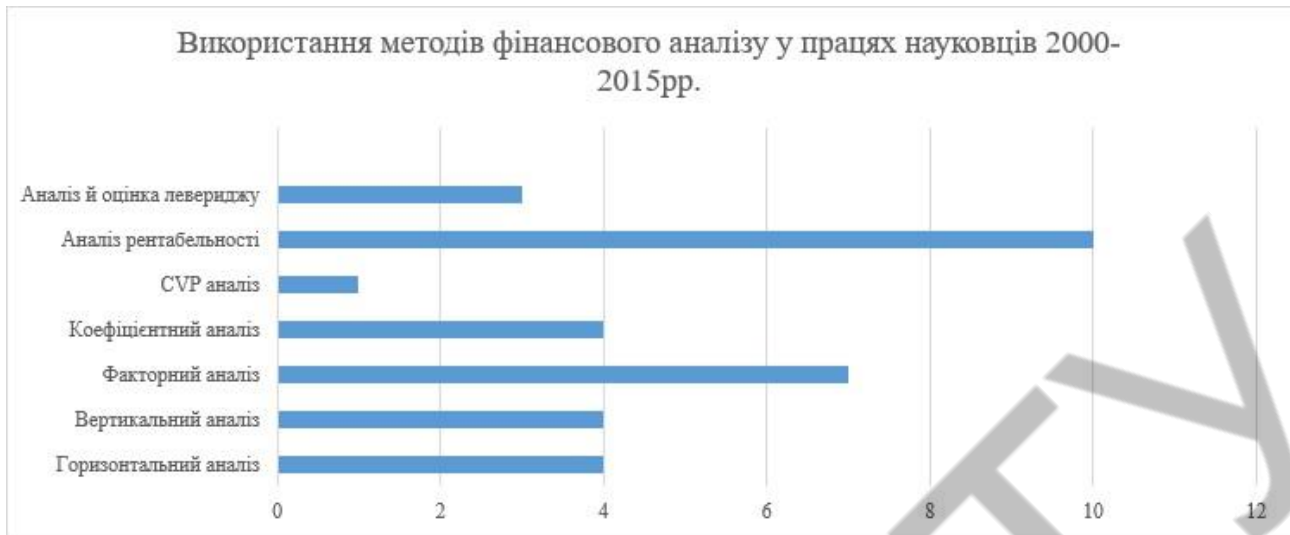


Рис. 1. Частота використання методів фінансового аналізу у працях науковців, опублікованих у 2000-2015рр.*

**складено автором на основі табл. 2*

Як видно з побудованої діаграми (див. рис. 1), у 2000-2015 рр. більшість вчених віддавали перевагу методам аналізу показників рентабельності та факторному аналізу. Дослідження показало, що широко використовувались й методи горизонтального, вертикального та коефіцієнтного аналізу. Методу CVP аналізу приділили увагу у своїй практичній праці лише Воронко О.С. та Штепа Н.П. [8].

Аналіз праць вчених, що були опубліковані після 2015 р. дозволяє сформулювати табл. 3 та на її основі зробити діаграму методики фінансового аналізу після 2015 р. (рис. 2).

Таблиця 3. Використання методів фінансового аналізу у працях науковців після 2015р.*

Автор	Методи фінансового аналізу								
	Горизонтальний аналіз	Вертикальний аналіз	Факторний аналіз	Коефіцієнтний аналіз	CVP аналіз	Аналіз рентабельності	Аналіз й оцінка левериджу	Метод ланцюгових підстановок	Індексний аналіз
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Антонюк А.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М.	+	+	+	+		+		+	+
2.Фесенко В. В., Воронцова Л. А.	+	+	+	+	+	+		+	
3.Марусяк Н. Л.	+	+	+	+		+		+	+
4.Ю.Ю. Мороз, Ю.С. Цал-Цалко, В.С. Ейсмонт, Т.С. Гайдучок, Н.І. Цегельник	+	+	+						+

Продовження табл. 3

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5.Кононенко Л. В., Юрченко О. В.			+						+
6.Захарченко В. І., Лук'янчук О. М.	+	+	+	+		+			
7.Епіфанова І. Ю., Джеджула В. В.	+	+	+	+		+	+	+	
8.Ярова В.В., Велієва В.О., Горкавий В.К., Посилаєва К.І., Ментей О.С., Остапенко Р.М., Герасименко Ю.С.	+	+	+	+		+			
9.Аранчій В.І., Томілін О.О., Дорогань-Писаренко Л.О.	+	+	+	+			+	+	+
10.Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В.	+	+	+	+			+	+	
11.Саленко О. В.	+	+	+	+		+		+	+

*складено автором на основі джерел [2,9-17]

**Рис. 2. Частота використання методів фінансового аналізу у сучасних працях науковців***

*складено автором на основі табл. 3

Як видно з діаграми (рис. 2), з 2015 р. науковці стали приділяти більше уваги факторному, вертикальному та горизонтальному аналізу, а також використання набули методи, що в минулі роки майже не використовувались – метод індексного аналізу, частіше використовується й метод ланцюгових підстановок.

Проведене дослідження методики фінансового аналізу за 2000-2023 рр. показує, що у сучасних реаліях ведення фінансового аналізу неминуче виходять на перший план методи аналізу, що пов'язані з більш детальним розрахунком на основі різних статей форми №1 та №2 фінансової звітності (горизонтальний, вертикальний, факторний, коефіцієнтний), у порівнянні з домінуванням методу аналізу рентабельності в роботах науковців у минулі роки. На нашу думку, це пов'язане з необхідністю більш поглибленого аналізу фінансової звітності, фінансового стану, фінансових результатів та ділової активності підприємства в сучасних умовах його функціонування. Подальшим

дослідженням є формування комплексного підходу до аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

Література:

1. Саленко О.В. Фінансовий аналіз діяльності підприємств залізничного транспорту: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 220 с.
2. Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. Економічний аналіз (практикум): Навчальний посібник: 3-ге вид., виправлене і доповнене. Львів: «Магнолія 2006», 2015. 326 с.
3. Понкрашева Т.А. Управлінський облік, 2001. URL: <http://elbib.in.ua/upravlencheskiy-uchet190.html> (дата звернення 20.03.2024).
4. Богацька Н. М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Богацька Н.М., Боб Ю.В. URL: http://www.rusnauka.com/34_NNM_2014/Economics/10_179929.doc.htm (дата звернення 20.03.2024).
5. Руденко І. В., Аналіз левериджу як системи управління витратами та прибутком в умовах невизначеності: Стаття. Електронний журнал «Економіка та суспільство», 2022. №35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-9> (дата звернення 20.03.2024).
6. Аналіз і діагностика фінансово-господарської діяльності: Шпаргалка, 2009. URL: <http://epi.cc.ua/analiz-diagnostics-finansovo-hozyaystvennoy.html> (дата звернення 20.03.2024).
7. Тетяна Орловська., Індексний метод в аналізі показників прибутковості підприємств: Стаття. Економічний аналіз. 2012. №11. С. 378-382.
8. Kuprina N., Volodina O., Zavatska Yu. Features of the analysis of financial results of the enterprise activities in modern conditions // Food Industry Economics. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 40-49. doi: 10.15673/fie.v11i3.1460.
9. Фесенко В.В., Воронцова Л.А. Аналіз фінансових результатів підприємств України: Стаття. Ел. наук. фах. вид. «Ефективна економіка», 2020. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7563> (дата звернення 20.03.2024).
10. Марусяк Н. Л. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с.
11. Мороз Ю. Ю., Цал-Цалко Ю.С., Ейсмонт В. С. [та ін.]. Бухгалтерський облік і аудит в управлінні лісгосподарським підприємством: Підручник. Житомир: Рута, 2019. 372 с.
12. Кононенко Л.В., Юрченко О.В. Фінансовий аналіз як інструмент оптимізації оподаткування підприємств: Електронний журнал «Економіка та суспільство», 2023. №53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2597> (дата звернення 20.03.2024).
13. Захарченко В.І., Лук'янчук О.М. Становлення та розвиток систематизованого аналізу фінансової звітності // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2023. №4(68). с. 38-49. URL:

<https://economics.net.ua/files/archive/2023/No4/38.pdf> (дата звернення 20.03.2024).

14. Єпіфанова І.Ю., Джеджула В.В., Фінансовий аналіз та звітність: Електронний практикум комбінованого (локального та мережного) використання. 2-ге вид., доп. Вінниця: ВНТУ, 2022. 144 с.

15. Фінансовий аналіз: Методичні рекомендації, робочі таблиці до практичних занять і самостійної роботи студентів спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент». Ярова В.В., Велієва В.О., Горкавий В.К., Посиляєва К.І. та ін. Харків: ХНАУ, 2021. 79 с.

16. Аранчій В.І., Томілін О.О., Дорогань-Писаренко Л.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. РВВ ПДАУ. 2021. 300 с.

17. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с.

ОЦІНКА КРИЗОВОГО СТАНУ ТА ПОТЕНЦІЙНІ РИЗИКИ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

**Синельник О.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕУ
Науковий керівник - к.е.н., доц. Петренко О.П.
Одеський державний аграрний університет, м. Одеса**

Стан української економіки значною мірою залежить від надходження в державний бюджет коштів від функціонуючих підприємств. З початком повномасштабного вторгнення багато підприємств тимчасово призупинили свою діяльність, скоротили виробництво або взагалі припинили своє існування.

На початку 2022 року Верховний Суд України визнав банкрутами і відкрив ліквідаційну процедуру по 111 підприємствам, у березні кількість скоротилася до 7 підприємств, а вже у грудні їх стало 69. В цілому за рік їх було визнано 558. Станом на початок 2024 року ситуація виглядає більш позитивно. У січні банкрутами визнали 51 підприємство, у лютому – 0, а на 28 березня їх кількість становить 68 [1]. Це вплинуло на стан національної економіки. Тому дослідження кризового стану та діагностики банкрутства підприємства є актуальним, особливо в період невизначеності. Це допоможе вчасно виявити негативні аспекти в управлінні підприємством та допоможе знайти шляхи покращення ситуації.

Кризовий стан підприємства – це стан, при якому підприємство неспроможне здійснювати фінансове забезпечення своєї господарської діяльності.

На думку авторів: «Оцінка ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств передбачає встановлення тенденцій розвитку та виявлення певних закономірностей у динаміці оцінюючих показників» [2]. В свою чергу, Троц І.В. вважає, що: «Діагностика кризи підприємства – це система ретроспективного, оперативного та перспективного аналізу всіх цілей підприємства, яка спрямована на розпізнання ознак кризового стану та оцінку загрози банкрутства та подолання кризового стану. Діагностика кризи визначається, як один із необхідних етапів процесу антикризового управління, оскільки дозволяє визначити ступінь розвитку кризи, її масштаби, реальність та очікуваний час виникнення банкрутства» [3].

На думку Журавель А.І. та Туболец І.І.: «Банкрутство – це фінансова неспроможність, що призводить до припинення виплат за борговими зобов'язаннями. До стану банкрутства підприємство може призвести погіршення усіх показників, які визначають його фінансову стійкість, тому саме на них ґрунтується аналіз ймовірності настання такого стану» [4].

В наш час використовується безліч моделей для визначення ймовірності настання банкрутства залежно від господарського спрямування підприємства,

його розташування і так далі. Застосовують модель Е. Альтмана, RAS-коефіцієнта, М. Спрінгейта, Р. Тоффлера, Р. Ліса, Р. Сайфулліна, У. Бівера та багато інших. Всі моделі є поширеними не тільки в Україні, а й в усьому світі. Вони мають як свої переваги, так і недоліки. Виділення одного вірного підходу до прогнозування банкрутства – неможливе [4].

Визначимо ймовірність банкрутства Державного підприємства «Дослідне господарство» «Южний», використовуючи моделі Е. Альтмана та М. Спрінгейта.

Розглянемо ймовірність настання банкрутства дослідного підприємства на рисунку 1.

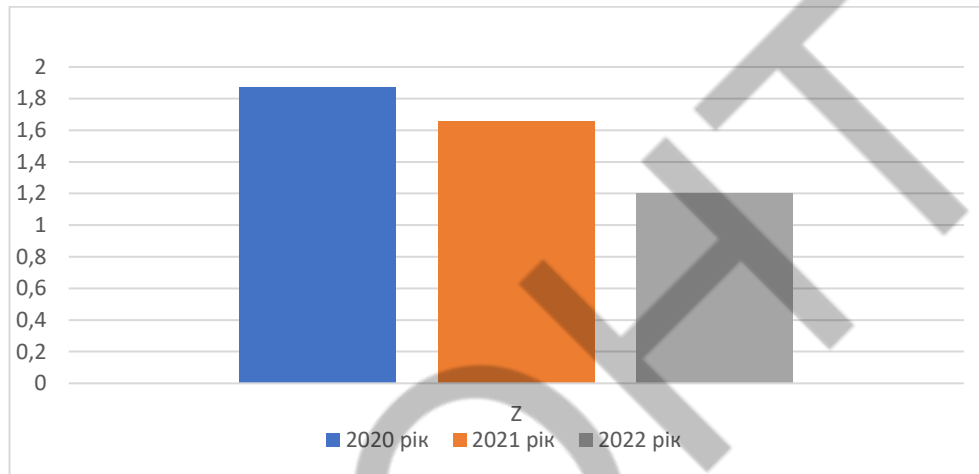


Рис. 1. Діагностика банкрутства ДП «ДГ» «Южний» за моделлю Е. Альтмана

**Джерело: побудовано автором*

Отже, спостерігаємо, що у 2020 році показник склав 1,87. Це означає, що ДП «ДГ» «Южний» не перебувало у стані банкрутства і мало досить непоганий фінансовий стан незважаючи на епідемію COVID-19. У 2021 році спостерігаємо стрімке погіршення ситуації, адже, показник становить 1,66. Але він все ще перебуває у межах норми, а отже можемо говорити про низьку ймовірність кризового стану. Але вже у 2022 році показник різко впав до 1,20. Такий різкий спад можна пояснити початком повномасштабного вторгнення в Україну, адже підприємства не були готові до такого різкого удару. Отже, у 2022 році ДП «ДГ» «Южний» мало дуже високу ймовірність банкрутства. Найбільш проблемними виступають показники оборотного капіталу, який має негативне значення протягом 3 досліджуваних років; операційного прибутку, який є дуже низьким всі 3 роки; обсягу продажу, який дуже впав у 2022 році.

Розглянемо ймовірність настання банкрутства дослідного підприємства за моделлю М. Спрінгейта рисунок 2.

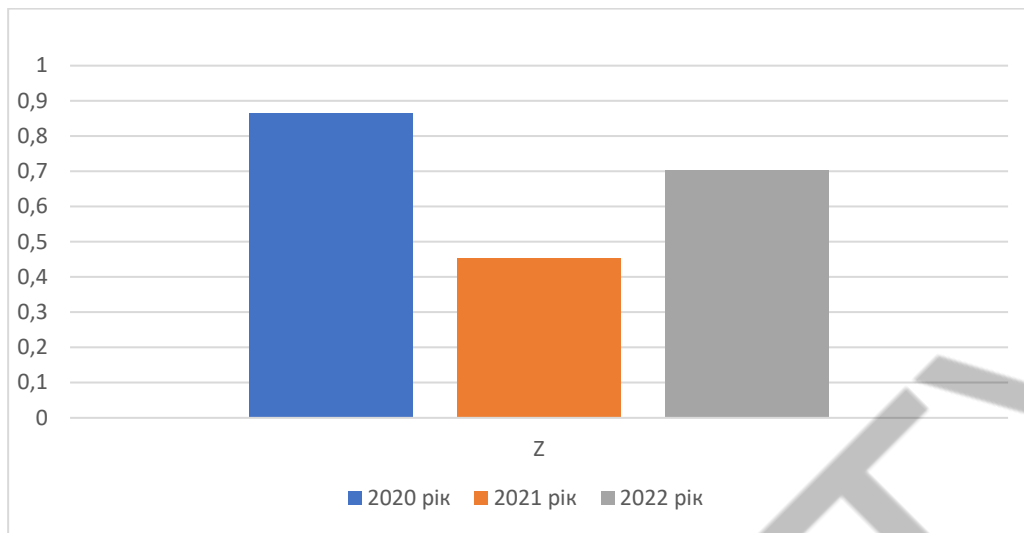


Рис. 2 Діагностика банкрутства ДП «ДГ» «Южний» за моделлю М. Спрінгейта

**Джерело: побудовано автором*

У висновку до рисунку 2, можемо сказати, що тільки у 2020 році у підприємства був стійкий стан. Адже, показник склав 0,864, при граничному значенні більше 0,862. І це так само, не зважаючи на ситуацію з COVID-19. Але за данною моделлю найнижчий показник був у 2021 році і склав 0,454, що означає, що «Южний» потенційний банкрут. Це може бути пояснено емопедієм COVID-19 та особистими проблемами підприємства. У 2022 році спострігаємо, що ситуація дещо покращилася, але все одно залишилася загроза потенційного банкрутства з показником 0,703.

Протягом 2020-2022 років ми можемо спостерігати значне погіршення показників ліквідності та зростання боргового навантаження, що свідчить про зростання ризиків банкрутства підприємства «Южний». У 2022 році показник зростання боргового навантаження знаходиться на доволі високому рівні, що свідчить про надмірну заборгованість підприємства.

Зважаючи на проведений аналіз, можна запропонувати напрямки покращення фінансового стану ДП «ДГ» «Южний»:

- Проводити регулярний та детальний аналіз можливого банкрутства та його причин, щоб розуміти свої слабкі сторони.
- Вжити заходів для покращення ліквідності, це можна зробити за рахунок погашення дебіторської заборгованості або продажу необоротних активів підприємства.
- Розробити схему управління боргами.
- Покращувати обсяги продажу, знаходити нових покупців, ринки збуту та розробляти нові схеми збуту товару.
- Залучувати додатковий капітал.
- Зменшувати витрати, шляхом оптимізації виробничих процесів, зменшення адміністративних витрат, мотивації персоналу.
- Пошук нових джерел доходу.

У підсумку слід зазначити, що для всіх підприємств є дуже важливим проведення регулярного аналізу ймовірності настання банкрутства. Адже, це є

важливим аспектом для підтримання фінансового стану самого підприємства та державного бюджету в цілому. Слід застосовувати різні методи проведення даного аналізу, залучати спеціалістів та вчасно вживати необхідних заходів для покращення ситуації.

Література:

1.Оприлюднення відомостей про справи про банкрутство. URL: https://supreme.court.gov.ua/supreme/pro_sud/og_pov/ (дата звернення: 28.03.2024).

2. Шевченко А.А., Петренко О.П., Орлова В.О. Дослідження факторів впливу на ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні. Scientific horizons. 2020. Том 23, №. 9. с. 68-77. URL: <https://sciencehorizon.com.ua/ru/journals/tom-23-9-2020/doslidzhyennya-faktoriv-vplivu-na-yefyektivnist-diyalnosti-silskogospodarskikh-pidpriyemstv-v-ukrayini> (дата звернення: 28.03.2024).

3.Троц І.В. Діагностика ймовірності банкрутства підприємства. Бібліотека університету «Крок». с. 91-95. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materiali-konferentsij/trots_0046.pdf (дата звернення: 28.03.2024).

4.Журавель А.І., Туболець І.І. Дослідження ймовірності банкрутства підприємства ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод». с. 127-130. URL: https://eprints.kname.edu.ua/51004/1/ilovepdf_com-127-130.pdf (дата звернення: 28.03.2024).

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Агатсьєв І.В., Івашковський Ю.С., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБІК
Науковий керівник – доктор філософії (PhD), доц. Баранюк Х.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В сучасних умовах нестабільності політичного і економічного середовища країни та загострення кризових явищ у фінансовій сфері, формування та використання власного капіталу підприємством, є тим фактором, що безпосередньо впливає на рівень його фінансової стійкості та безпеки. Таким чином, питання наявності власних фінансових ресурсів та вдосконалення організації обліку та методики аналізу власного капіталу є важливою умовою сталого розвитку та ефективності діяльності кожного підприємства.

Для прийняття ефективних управлінських рішень на підприємстві та отримання достовірної інформації про власний капітал, його правильний та всебічний аналіз, є необхідною та важливою складовою аналізу на підприємстві, що формує окрему інформацію про складові капіталу та їх динаміку [1]. Керівний склад підприємства повинен чітко розуміти, за рахунок яких джерел ресурсів на підприємстві здійснюється господарська діяльність, і в які сфери даної діяльності необхідно вкладати власний капітал [1]. У всебічній оцінці власного капіталу підприємства зацікавлені і зовнішні користувачі – банківські установи, інвестори, інші кредитори, які розглядають можливість надання позик або інвестицій підприємству [2].

Ми погоджуємося з думкою науковців [2], стосовно того, що розглядати власний капітал на підприємстві необхідно у різних аспектах: обліковому, фінансовому та правовому. Обліковий аспект полягає в здійсненні оцінки вкладів до капіталу підприємства, динаміки його зміни, отриманням чистого прибутку тощо [2]. Фінансовий аспект базується на розумінні власного капіталу як різниці між активами підприємства та його зобов'язаннями [2].

Важливою статтею балансу при дослідженні власного капіталу підприємства, є статутний капітал – основне джерело, за рахунок якого функціонує і здійснює діяльність підприємство і який формується за рахунок внесків його учасників (засновників). Внески до статутного капіталу можуть здійснюватися у різних формах (наприклад: грошові кошти; основні засоби; рухоме та нерухоме майно; інші матеріальні цінності; цінні папери інших суб'єктів господарювання; прав користування землею, водою, природними ресурсами, будинками, спорудами; інших нематеріальних активів, тощо) , що також потребує проведення поглибленого аналізу підприємства.

Основні цілі аналізу власного капіталу на підприємстві полягають у наступному [1; 2]:

- виявити основні джерела формування власного капіталу та визначити наслідки їх змін для фінансової стійкості підприємства;

- визначити правові, договірні та фінансові обмеження у розпорядженні поточним і нерозподіленим прибутком;

- оцінити пріоритетність прав на отримання дивідендів;

- виявити пріоритетність прав власників у випадку ліквідації підприємства.

В системі комплексного економічного аналізу підприємства за допомогою аналізу власного капіталу вирішуються наступні завдання [1]:

- визначення загального обсягу власного капіталу, його зміни і спрямованість руху в процесі господарської діяльності;

- виявлення основних джерел формування власного капіталу;

- оцінка можливих обмежень та ефективність використання власного капіталу;

- обґрунтування оптимального співвідношення власного і позикового капіталу;

- визначення необхідної кількості власного капіталу для беззбиткової діяльності підприємства;

- обґрунтування здатності підприємства до збереження і нарощування власного капіталу;

- оцінка інвестиційної привабливості підприємства;

- розроблення рекомендацій щодо ефективного формування, управління та використання власного капіталу з метою прийняття економічно обґрунтованих і вигідних рішень тощо.

Алгоритм проведення аналізу власного капіталу полягає в наступних етапах [2; 3]:

- проведення аналізу фінансової звітності підприємства (ф. № 4 «Звіт про власний капітал», ф. № 2 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», ф. № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»);

- визначення питомої ваги окремих складових власного капіталу, їх складу та структури;

- розрахунок коефіцієнтів: фінансової незалежності та залежності, фінансової стабільності, фінансового ризику, оборотності власного капіталу, періоду окупності власного капіталу, рентабельності власного капіталу тощо);

- аналіз показників руху власного капіталу;

- прогнозування на основі математичних моделей.

На підприємстві, для оцінки ефективності використання капіталу, необхідно проводити аналіз показників ділової активності, який полягає в дослідженні різноманітних коефіцієнтів оборотності, їх рівня і динаміки [2].

Аналізуючи власний капітал на підприємстві, необхідно зробити висновки стосовно розміру співвідношення коефіцієнтів надходження та вибуття (нагромадження власного капіталу або його зменшення) [2]. Збільшення розміру власного капіталу на підприємстві свідчить про його фінансову стійкість але зменшення можливості зростання прибутку на вкладений капітал. Таким чином, при перевищенні частки позикового капіталу, зростає вірогідність покращення рентабельності діяльності підприємства, з'являється додатковий обсяг активів підприємства, але в той же час збільшується значення коефіцієнту фінансової

залежності, що у разі перевищення призведе до ризику можливого банкрутства підприємства [2].

Таким чином, підприємству необхідно регулярно відстежувати зміни у власному капіталі, намагатися мінімізувати витрати, що виникають у зв'язку з його формуванням та найбільш ефективно використовувати його на підприємстві для збільшення рівня прибутковості та забезпечення високого рівня ефективності функціонування суб'єкта господарської діяльності [2].

Можна зробити висновок, що саме від ефективності управління власним капіталом підприємства залежить рентабельність і стабільність його функціонування, що потребує більш зважено відноситися до формування обліково-аналітичної інформації на підприємстві та проведенню аналізу власного капіталу на ньому, особливо під час військових дій в Україні та в умовах невизначеності, що потребує подальших досліджень.

Література:

1. О.М. Петухова, Г.В. Сілакова Аналіз власного капіталу як фактору забезпечення фінансової безпеки підприємств. Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії: тези доповідей III Міжнар. наук. практ. конф., Київ, 21–22 берез., 2018 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. ун-т культури; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018, С. 164-167.
2. О.В. Костюнік, О.П. Кошук Обліково-аналітичні аспекти стратегічного управління власним капіталом підприємства. Агросвіт. 2018. № 17. С. 54-57.
3. Горбатенко А. А. Особливості формування власних фінансових ресурсів підприємств в Україні. Економічний вісник Переяслав Хмельницького ДПУ імені Григорія Сковороди. 2010. Вип. № 15/1. С. 195— 201.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Аксьонов О.Ю., Ткачук О.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник – доц. Заболотна О.С.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Давайте розглянемо сутність явища «прийняття управлінського рішення» в умовах організаційного розвитку. Згідно з аналізом наукових джерел, ефективне управління будь-якою організацією в сучасних умовах в значній мірі залежить від процесів прийняття управлінських рішень.

За думкою А.В. Карпова, прийняття управлінських рішень є важливою теоретичною та практичною проблемою, яка має фундаментальне значення в психології. Він відзначає, що цю проблему слід розглядати як загальну психологічну.

Термін «управлінське рішення» відрізняється від поняття «рішення» загалом. Людина приймає безліч рішень у своєму житті, але не всі можна вважати управлінськими. За В.В. Третьяченком, найважливішою ознакою управлінського рішення є його спрямованість на організацію колективної праці. Крім того, управлінське рішення приймається не будь-яким працівником, а лише керівником організації чи колегіальним органом. Визначення управлінського рішення полягає в процесі знаходження зв'язку між поточним станом організації та бажаним, що визначається метою управління.

Процес прийняття управлінських рішень умовах організаційного розвитку має свої особливості, які визначаються контекстом, в якому функціонує організація, а також її метою та стратегією розвитку. Ось деякі ключові особливості прийняття управлінських рішень в умовах організаційного розвитку.

Давайте розглянемо сутність явища «прийняття управлінського рішення» в умовах організаційного розвитку. Згідно з аналізом наукових джерел, ефективне управління будь-якою організацією в сучасних умовах в значній мірі залежить від процесів прийняття управлінських рішень.

За думкою А.В. Карпова, прийняття управлінських рішень є важливою теоретичною та практичною проблемою, яка має фундаментальне значення в психології. Він відзначає, що цю проблему слід розглядати як загальну психологічну.

Термін «управлінське рішення» відрізняється від поняття «рішення» загалом. Людина приймає безліч рішень у своєму житті, але не всі можна вважати управлінськими. За В.В. Третьяченком, найважливішою ознакою управлінського рішення є його спрямованість на організацію колективної праці. Крім того, управлінське рішення приймається не будь-яким працівником, а лише керівником організації чи колегіальним органом. Визначення управлінського рішення полягає в процесі знаходження зв'язку між поточним станом організації та бажаним, що визначається метою управління.

Проблема прийняття управлінських рішень в умовах організаційного розвитку полягає у вирішенні складних завдань, пов'язаних з адаптацією організації до змінного середовища, забезпеченням конкурентоспроможності та досягненням стратегічних цілей. Ось кілька ключових проблем та шляхи їх вирішення:

1. Недостатня інформація та аналітичні дані: В умовах організаційного розвитку інформація та аналітичні дані можуть бути неповними або неодноразовими. Рішення можуть бути прийняті на основі обмеженого або неякісного аналізу, що призводить до невдалого розвитку.

Шляхи вирішення: Запровадження системи збору та аналізу даних, вдосконалення процесів звітування та моніторингу, залучення фахівців із збору та аналізу даних.

2. Недостатнє стратегічне мислення: Умови організаційного розвитку вимагають стратегічного підходу до прийняття рішень. Проблемою може бути відсутність вищого рівня стратегічного мислення серед керівництва.

Шляхи вирішення: Розвиток культури стратегічного мислення, проведення регулярних стратегічних сесій, залучення експертів з стратегічного управління.

3. Недостатня гнучкість та адаптивність: Організаційний розвиток може вимагати гнучкості та швидкої реакції на зміни. Проблемою може бути недостатня адаптивність організаційної структури та процесів до нових умов.

Шляхи вирішення: Розробка агільних методологій розвитку, створення крос-функціональних команд для реалізації проектів, навчання персоналу навичкам адаптації та розвитку.

4. Недостатнє залучення персоналу: Управління організаційним розвитком часто вимагає активної участі співробітників. Проблемою може бути недостатня залученість персоналу до процесу прийняття рішень та реалізації стратегій.

Шляхи вирішення: Створення комунікативної культури, проведення тренінгів та семінарів з управління змінами, створення механізмів залучення співробітників до процесу прийняття рішень.

Враховуючи ці проблеми та використовуючи відповідні стратегії їх вирішення, організація може ефективно управляти процесом прийняття управлінських рішень в умовах організаційного розвитку.

Узгодження цих особливостей зі стратегічними цілями та потребами організації допоможе керівництву ефективно управляти процесом прийняття управлінських рішень в умовах організаційного розвитку.

За аналізом літератури, можна визначити "організаційний розвиток" як процес систематичних та планових змін в організації, що базується на науковому знанні та передбачає довготермінове впровадження програм. Цей процес спрямований на одночасний розвиток усіх підсистем організації, таких як індивідуальний розвиток працівників, організаційна культура, а також на

підтримку особистісного зростання та ефективного управління. Організаційний розвиток спрямований на гармонійне поєднання всіх психологічних аспектів з метою поліпшення діяльності організації.

Щодо участі працівників у процесі прийняття управлінських рішень щодо розвитку організації, Л. Грейнер відмічає три можливі варіанти:

1. Односторонні рішення керівника, включаючи видання наказів, кадрові зміни та зміни в організаційній структурі.
2. Спільні зусилля керівництва та працівників, спрямовані на розвиток організації, як, наприклад, групове прийняття рішень чи групове вирішення проблеми.
3. Делегування влади, включаючи дискусійні клуби та групи розвитку сенситивності.

Автор погоджується з твердженням, що найбільш ефективними є спільні зусилля керівництва та працівників у реалізації програм організаційного розвитку.

Література:

1. Бондарчук О.І. Взаємозв'язок розвитку організації та особистісного розвитку її працівників / О.І. Бондарчук // Психологічні умови розвитку конкурентоздатності організації : тези VI міжнародної наук.-практ. конф. з 173 організаційної та економічної психології (м. Керч, 25–27 червня 2009 р.) / за наук. ред. Л.М. Карамушки. К. : Наук. світ, 2009. С. 62–64.
2. Заболотна О.С. Особистісні особливості здатності до цілепокладання на різних етапах самореалізації Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. Issue : 256, 2021. № IX(100). Р. 77.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. К. : Академвидав, 2003. 568 с. 30.
4. Освітній менеджмент : навч. посібник / за ред. Л. Даниленко, Л. Карамушки. К. : Шкільний світ, 2003. С. 95–130.
5. Третьяченко В.В. Колективні суб'єкти управління: формування, розвиток та психологічна підготовка / В.В. Третьяченко. К. : Стилос, 1997. 585 с.

ФІНАНСОВО - ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Зинов'єв А., Желдаков Я.І., Чебан П.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК

Науковий керівник - к.е.н., доц. Атамась Г.П.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В сучасних умовах ринкових перетворень та невизначеності все більша кількість науковців привертає свою увагу дослідженню економічної безпеки підприємства і фінансової безпеки, як її складової. Вагомий внесок у розвиток безпекознавства на рівні підприємства зробили науковці, серед яких І. Бланк, А. Загородній, Т. Васильків, І. Мойсеєнко, О. Марченко, С. Покропивний та інші. Але й досі вчені – економісти не дійшли згоди щодо найбільш повного формулювання дефініції поняття «економічна безпека» та «фінансово – економічна безпека», що обумовлює актуальність даного дослідження.

Метою дослідження є аналіз теоретичних положень щодо суті та змісту поняття фінансово – економічної безпеки та напрямів забезпечення її ефективності.

В теперішній час, всі суб'єкти господарської діяльності вимушені адаптуватися до умов соціально – економічної нестабільності та вести пошук рішень та шляхів зниження ризику своєму існуванню та ефективному функціонуванню. Нестабільне ринкове середовище, дефіцит та недостатність власних фінансових ресурсів, порушення логістики, зміни у внутрішньому та зовнішньому економічному просторі ставлять більшість підприємств реального сектору економіки у скрутні умови виживання. У результаті виникає проблема утворення та реалізації системи забезпечення економічної безпеки, яка здібна забезпечити економічну безпеку господарюючого суб'єкта, визначити умови для зниження рівня загроз діяльності підприємств, що є найважливішим завданням науки та практики в умовах перманентних змін економічних процесів.

Дослідження наукових результатів багатьох вчених показують, що поняття фінансово-економічної безпеки немає однозначного тлумачення. У більшості наукових досліджень фінансова та економічна безпека підприємства розмежовуються. При дослідженні сутності економічної безпеки застосовують декілька підходів. Економічна безпека – це складна багатофакторна категорія, спрямована на ефективне використання наявних ресурсів і ринкових можливостей, гарантування стійкості та захист від негативних чинників, реалізацію інтересів за умов сталого соціального й економічного розвитку [1].

На думку Пономаренка А.І., система економічної безпеки фірми – це сукупність об'єкта, засобів захисту, нормативної бази та організаційних структур її здійснення [2]. На відміну від попередньо викладеного підходу щодо трактування сутності економічної безпеки підприємств Кім Ю. розглядає це поняття з точки зору механізму його забезпечення та уживає наступний термін: «система економічної безпеки підприємств – це комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових

заходів, спрямованих на кількісну і якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз» [3, с. 11].

Цікавим є визначення науковців О.Ю. Мішина та С.В. Мішиної, згідно з яким «економічна безпека – це стан захищеності бізнес-процесів та їх ресурсного забезпечення, що сприяє уникненню або попередженню внутрішніх і зовнішніх загроз і дає змогу забезпечити стабільне функціонування та розширене відтворення з мінімальними втратами для підприємства» [4, с. 89].

Система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі законодавчої бази, від організаційно-правової форми, від обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств, від розуміння кожним з працівників важливості гарантування безпеки бізнесу, а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств.

Економічну безпеку відносять до системи загальної безпеки підприємства. Економічна безпека у свою чергу поділяється на фінансову, безпеку у сфері виробництва, реалізації продукції, використання основних засобів та технологій і таке інше.

Поняття «фінансово-економічної безпеки» є теж складним і потребує комплексного, системного підходу до розуміння своєї сутності. Наприклад, Мойсеєнко І.П. та Марченко О.М. поняття фінансово-економічної безпеки підприємства визначають як такий його фінансово-економічний стан, який забезпечує захищеність його фінансово-економічних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз та створює необхідні фінансово-економічні передумови для стійкого розвитку в поточному та довгостроковому періодах [5, с. 15]. Столбов В.Ф. та Шаповал Г.М. вважають, що під фінансово-економічною безпекою підприємства слід розуміти стан захищеності його ресурсів та інтелектуального потенціалу від наявних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування, який характеризується високими фінансовими показниками діяльності та перспективою економічного розвитку в майбутньому [6, с.104]. Досить точно поняття «фінансово – економічна безпека визначено Варналієм З.С.: фінансово-економічна безпека – це результат комплексу складових, орієнтованих на усунення фінансово-економічних загроз функціонування та розвитку підприємства і забезпечення його фінансової стійкості й незалежності, високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу, оптимальності та ефективності організаційної структури, правового захисту діяльності, захисту інформаційного середовища, комерційної таємниці, безпеки персоналу, капіталу, майна та комерційних інтересів [7].

Проведене дослідження наявних підходів до визначення економічної безпеки господарюючого суб'єкта дало змогу поглибити та конкретизувати її сутність та визнати, що фінансово – економічна безпека взагалі є основним складником економічної безпеки підприємства.

Процес забезпечення фінансової безпеки підприємства можна розглядати, як процес запобігання всебічних збитків від негативних дій на економічну

безпеку підприємства за різними аспектами її фінансово-господарської діяльності.

В сучасному економічному середовищі існує безліч загроз, які впливають на фінансові інтереси підприємства і які в довгостроковому періоді можуть негативно відобразитись на його фінансовій стійкості, платоспроможності та загальному фінансовому стані.

Загрози, що з'являються з зовнішнього середовища в першу чергу обумовлені об'єктивними процесами: глобалізацією фінансових зв'язків, високим ступенем інтеграції, загостренням проблем обмеженості ресурсів, посиленням конкуренції та конфліктів між державами в сфері завоювання світового економічного простору.

Внутрішні загрози виникають в результаті неефективної фінансово-економічної політики керівництва підприємства, нераціональне визначення пріоритетів фінансового менеджменту, невчасне реагування на негативні тенденції в діяльності підприємства.

Для попередження загроз фінансовій безпеці важливим є визначення множини завдань, які потребують першочергового вирішення, зокрема:

- забезпечити й постійно підтримувати високий рівень кваліфікації працівників;
- забезпечити розвиток техніко-технологічних можливостей та потужностей підприємства з метою досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності;
- досягти високої ефективності менеджменту підприємства;
- забезпечити фінансову стійкість та економічне зростання підприємства.

Необхідно відзначити, що дієвою система фінансово - економічної безпеки може бути тільки тоді, коли вона охоплює всі напрямки діяльності підприємства, тобто є комплексною. Крім цього, вона повинна ґрунтуватися на чинному законодавстві і реалізовувати ефективні функціональні стратегії. Для підтримки економічної безпеки підприємства необхідно систематично проводити комплекс заходів:

- організаційно-адміністративні – встановлення режиму роботи підприємства, розробка заходів відповідальності за порушення економічної безпеки, розголошення комерційної таємниці;
- контрольні - формування обмежень вільного доступу до охоронного майна, фінансових ресурсів, інформації;
- програмні - впровадження прогресивних інформаційних технологій, баз даних, систем захисту від несанкціонованого доступу до них;
- моральні - проведення виховної роботи зі співробітниками, розробки кодексів поведінки, створення корпоративної культури;
- економічні - систематичний моніторинг фінансового стану по збалансованій системі показників, оцінка підприємницьких ризиків, управління ризиками, розробка заходів щодо поліпшення фінансового стану, усунення ознак банкрутства, фінансування захисних заходів та ін. Отже, забезпечення фінансово - економічної безпеки підприємства є постійним і безперервним процесом, який

спрямований на досягнення загальної стратегії розвитку підприємства. Система економічної безпеки сприяє успішному функціонуванню підприємства не тільки в теперішньому часі, але і в перспективі.

Таким чином, провівши дослідження наукових праць з питань економічної безпеки підприємств та наявних підходів до визначення фінансово – економічної безпеки, ми не маємо єдиного погляду на суть та зміст відповідних категорій, що породжує різноманітність дефініцій та відповідно, пов'язаних із цим трактувань їх властивостей, характеристик тощо. А пріоритетними напрямками зміцнення фінансової складової економічної безпеки є: забезпечення розвитку підприємства та його фінансової стійкості, ефективність господарювання, збільшення операційного прибутку, операційна активність підприємства та ін.

Література:

1. Штангрет А. М., Пушак Г. І. Потенціал забезпечення економічної безпеки підприємства: теоретичні аспекти. Економічний вісник Донбасу. 2014. №3. С. 127–129.
2. Пономаренко А.І. Система економічної безпеки фірми / А.І. Пономаренко // Шлях України до економічної безпеки : матер. наук.-практ. конф. (м. Харків, 14 квітня 2006 р.). Харків, 2006. 302 с.
3. Управління системою фінансової безпеки підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 21.04.02 [Електронний ресурс] / Ю.Г. Кім; Вищ. навч. закл. "Ун-т економіки та права "КРОК". К., 2009. 21 с. укр. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
4. Мішин О.Ю., Мішина С.В. Сутність поняття «економічна безпека підприємства» Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. № 38. С. 86–92
5. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник / І.П.Мойсеєнко, О.М.Марченко. Львів, 2011. – 380 с.
6. Столбов В.Ф., Шаповал Г.М. Особливості управління системою фінансово-економічної безпеки будівельних підприємств / В.Ф.Столбов, Г.М.Шаповал // Комунальне господарство міст. Науково-технічний збірник.- 2013. №111. с.103-108.
7. Економічна безпека: навч. посіб. / За ред. З.С.Варналія. К.: Знання, 2009. 647с.

КОРУПЦІЙНІ АСПЕКТИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ СТІЙКІСТЬ ТА БЕЗПЕКУ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ

**Нікітчук О.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В. Р.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Корупція в Україні є одним з найбільших негативних факторів, що здійснюють загрозливий вплив на економічну безпеку України. Вона переплітається з усіма сферами суспільного життя – від політики до бізнесу, зумовлюючи серйозні наслідки для економічної безпеки та стабільного економічного розвитку країни.

Метою даного дослідження є вивчення впливу корупції на економічну безпеку України, а також дослідження необхідності прийняття відповідних заходів для запобігання та подолання цього явища.

Поширення корупції порушує принципи правової держави, знижує довіру до державних інституцій та спричиняє втрату інвестиційної привабливості. Окрім перелічених факторів корупція утворює «гальмівний ефект», який гальмує як світовий, так і національний економічний прогрес. Економічна безпека країни – це складна і багатоаспектна концепція, яка визначає здатність національної економіки до стійкого самовідтворення з метою забезпечення належного рівня задоволення потреб свого населення. Вона також визначається як здатність протистояти різноманітним внутрішнім та зовнішнім загрозам, а також забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в глобальній системі. Основне завдання полягає не лише у відбиванні небезпеки, але й у формуванні здатності досягати власних макроекономічних цілей у контексті світових прогресивних тенденцій [1, С. 187].

Економічна безпека України тісно пов'язана з проблемою корупції. Корупція становить серйозну загрозу стабільності та розвитку економіки країни, вона підриває довіру громадян до державних інституцій, порушує конкурентоспроможність бізнесу, спричиняє недооцінку вкладень та втрати бюджетних коштів.

Варто зазначити, що корупція призводить до зменшення ефективності використання бюджетних коштів та інших ресурсів. Необґрунтовані витрати, розкрадання бюджетних коштів і корупційні схеми у сферах закупівель та інфраструктурних проектів призводять до втрати значного обсягу коштів, які можна було б використати для розвитку інфраструктури, освіти та охорони здоров'я. Це відбувається через недостатню прозорість у державних закупівлях, слабкість правової системи та неефективність механізмів контролю.

Прикладом такої корумпованої схеми можна навести ремонт київського крематорію, де було використано не за цільовим призначенням понад 700 тисяч гривень. За матеріалами слідства, підрядна організація, що отримала замовлення від ритуальної служби СКП «Київський крематорій», брала участь у проведенні ремонтних робіт у крематорії та встановленні системи очищення повітря.

Однак, не виконавши роботи повністю, підрядник надав неправдиву інформацію у затверджених актах про виконані роботи, а інженер комунального підприємства, що виконував технічний нагляд, підтвердив ці акти. В результаті цих дій на рахунки підрядника було перераховано понад 4,5 мільйона гривень. Було встановлено, що вартість робіт та їх обсяги не відповідали даним, викладеним у офіційних документах. Згідно з висновком судово-економічної експертизи, державному бюджету було завдано збитків на суму понад 705 тисяч гривень [2].

Корупційні схеми, подібні до розкрадання бюджетних коштів при ремонті київського крематорію, мають серйозний негативний вплив на економічну безпеку України. Зменшення ефективності використання бюджетних коштів та інших ресурсів підриває можливості держави у забезпеченні соціального розвитку та підтримки економічного зростання. У конкретному випадку з крематорієм, недобросовісні дії підрядної організації та інженера спричинили значні збитки для державного бюджету, які могли бути використані для розвитку економіки в країні.

Нелегальна торгівля тютюновими виробами є також серйозною загрозою для економічної безпеки України. Високий рівень корупції та недостатня ефективність правоохоронних органів сприяють розвитку тіньової економіки та мафіозних структур. Зловживання владою та укладення непрозорих угод створюють сприятливе середовище для нелегальних бізнесів, які уникають сплати податків та порушують регуляторні обмеження. Це призводить до великих втрат доходів для державного бюджету та зниження конкурентоспроможності підприємств, які працюють у правовому полі.

У 2023 році рівень нелегальної торгівлі тютюновими виробами в Україні значно зріс, досягнувши рекордних 21,8% що порівняно з 19,9% у 2022 році. Цю інформацію надають дані проєкту «Моніторинг нелегальної торгівлі тютюновими виробами в Україні», проведеного Kantar Україна за замовленням провідних вітчизняних виробників тютюнових виробів. Це свідчить про серйозну проблему, яка має великий вплив на економіку країни. Величезні втрати бюджету через несплату податків, що оцінюються на понад 23 млрд гривень, порушують баланс бюджету та обмежують можливості держави у забезпеченні соціальних та економічних потреб свого населення. Згідно з найновішими даними, які були отримані в жовтні 2023 року, рівень нелегальної продукції зріс до 25,7%. Загальне збільшення нелегальної продукції стало можливим завдяки зростанню підробленої продукції до 11,3%, а також продукції, що призначена для продажу в зоні безмитної торгівлі (з надписом Duty Free) або для експорту, яка нелегально реалізується в Україні та досягла 12,9% [3].

Загальне збільшення обсягу нелегальної тютюнової продукції стало можливим завдяки зростанню кількості підробленої продукції та реалізації продукції, призначеної для продажу в зоні безмитної торгівлі або для експорту, але нелегально реалізованої в Україні. Це свідчить про необхідність реформування системи контролю та боротьби з корупцією, а також про важливість підвищення прозорості в управлінні та забезпечення правової

держави. Тільки за таких умов можливо забезпечити економічну безпеку та стабільність розвитку України.

Таким чином, корупція та недобросовісні практики управління бюджетними ресурсами мають далекосяжний вплив на економічну безпеку України, підриваючи фінансову стійкість держави та стабільність її розвитку. Запобігання та боротьба з корупцією є невід'ємною частиною зусиль з метою забезпечення економічного зростання та підтримки соціально-економічного добробуту громадян. З метою забезпечення економічної безпеки України необхідно активно боротися з корупцією. Тільки комплексні заходи можуть зменшити рівень корупції та забезпечити стабільність економічної ситуації в країні.

Подальші розробки повинні спрямовуватися на впровадження конкретних антикорупційних стратегій та механізмів контролю, а також на підвищення транспарентності діяльності державних установ та бізнес-структур. Тільки відверте і рішуче протистояння корупції може забезпечити стає та стабільне економічне зростання країни. У цілому, корупція підриває основи державного управління та загрожує економічній стабільності країни. Щоб забезпечити економічну безпеку України, необхідно вжити ефективних заходів для боротьби з корупцією, необхідно вдосконалити правову базу, зміцнити інституційний контроль, підвищити рівень антикорупційної свідомості суспільства та забезпечити незалежність судової системи.

Література:

1. Насипайко Д. С., Кузьмін Є. С., Могилей А. О. Економічна безпека України: стан та перспективи. *Наукові записки КНТУ*. Вип.11. Ч. I. 2011. С. 183-187.
2. Хмельницька В. На ремонті київського крематорію розікрали понад 700 тисяч гривень. URL: <https://kyiv.tsn.ua/na-remonti-kiyivskogo-krematoriyu-rozikrali-ponad-700-tisyach-griven-2095435.html>.
3. Моніторинг нелегальної торгівлі тютюновими виробами в Україні 2023. Хвиля 3. URL: https://www.kantar.com/ua/inspiration/ait/monitoring-nelehalnoi-torgivli-tutunovyh-vyrobiv_zhovten-2023.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Недокус М. О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В. Р.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У сучасних умовах рівень розвитку держави, загальний стан життя населення і національна безпека переважно визначаються економічним станом країни. Національна безпека розглядається як здатність суспільства своєчасно реагувати на усі види загроз, адекватно їх оцінювати та приймати необхідні заходи для оптимального зменшення їх негативного впливу чи запобігання, враховуючи наявні можливості країни і її довгострокові інтереси в розвитку, а також співпрацю в цих питаннях з іншими країнами та народами.

Економічна безпека створює умови і формує здатність економіки забезпечити належні умови для життя та розвитку громадян, забезпечити соціально-економічну та військово-політичну стабільність суспільства та держави, і протистояти впливу як внутрішніх, так і зовнішніх загроз. Ефективна та надійна система забезпечення економічної безпеки є критично важливою умовою для забезпечення стабільного та стійкого соціально-економічного розвитку держави і захисту її незалежності.

В монографії В.Т. Шлемка та І.Ф. Бінька економічна безпека розглядається як комплексний показник стану національної економіки, що забезпечує здатність зберігати стійкість у відношенні до внутрішніх та зовнішніх загроз, а також здатність задовольняти потреби особи, сім'ї, суспільства та держави. Автори акцентують увагу на трьох ключових компонентах економічної безпеки:

економічна незалежність – це можливість здійснення державного контролю над національними ресурсами та здатність використовувати національні конкурентні переваги для рівноправної участі у міжнародній торгівлі;

стійкість і стабільність національної економіки – це міцність і надійність усіх складових економічної системи, захист усіх форм власності, забезпечення гарантій для підприємницької діяльності та стримування дестабілізуючих факторів;

здатність до саморозвитку і прогресу – це здатність самостійно реалізовувати і захищати національні економічні інтереси, здійснювати постійну модернізацію виробництва, ефективну інвестиційну та інноваційну політику, а також розвивати інтелектуальний і трудовий потенціал країни [1, С. 18].

У роботі Г.О. Пухтаєвича вказується на те, що економічна безпека визначається як стан національної економіки, що забезпечує захист національних інтересів, стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, а також здатність до розвитку та захищеність життєво важливих інтересів людей, суспільства та держави [2].

Яремко І. І. вказує, що національну безпеку найбільш об'єктивно трактувати як спроможність держави своєчасно реагувати на внутрішні та

зовнішні дестабілізуючі чинники, які проявляються у формі економічної, соціальної, політичної, військової та інших загроз, наявність яких може спричинити глибокі соціально-економічні потрясіння та порушення цілісності країни.

Оскільки безпека держави у всіх її формах реалізується через відповідне державне фінансування, основою якого є створений внутрішній валовий продукт, то чи не найважливішою її складовою є саме економічна безпека. Вона характеризується таким станом національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, забезпечує конкурентоспроможність держави, її незалежність від зовнішнього середовища та економічний добробут населення [3].

Виходячи з вищенаведених визначень, можна дійти висновку, що економічна безпека як одна із складових національної безпеки держави передбачає стан захищеності національних інтересів України в економічній сфері від внутрішніх та зовнішніх загроз, що можуть виникнути у зв'язку зі станом та розвитком економіки, ефективністю її функціонування та використанням ресурсів, а також від окремих непередбачуваних подій.

Забезпечення економічної безпеки ґрунтується на здатності держави здійснювати належний рівень управління економікою, захищати економічні інтереси України, використовувати й розвивати національні ресурси, забезпечувати стійкий економічний розвиток та підвищувати економічну безпеку в умовах глобалізації.

Досліджуючи визначення поняття «національна економічна безпека» варто зазначити, що у сучасних умовах глобалізації та постійних змін у світовій політиці та економіці, термін «національна економічна безпека» набуває особливого значення для кожної країни. Проте, його визначення породжує дискусії та має свої проблематичні аспекти, які потребують ретельного аналізу. Да них можна віднести:

1. *Багатоаспектність поняття.* Поняття «національна економічна безпека» включає елементи економічної, політичної, соціальної та військової безпеки. Визначення та вагомість кожного з цих аспектів можуть змінюватись залежно від умов країни.

2. *Контекстуальний характер.* Поняття «національна економічна безпека» має унікальний характер для кожної країни і повинно враховувати специфіку економічного розвитку та геополітичне положення.

3. *Динаміка змін.* Поняття національної економічної безпеки постійно еволюціонує під впливом глобальних та регіональних трансформацій. Вона має враховувати нові виклики та загрози, такі як кіберзлочинність та економічні санкції.

4. *Взаємозв'язок з іншими видами безпеки.* Національна економічна безпека взаємодіє з політичною, військовою, екологічною та іншими видами безпеки. Її визначення та реалізація повинні враховувати цей взаємозв'язок.

Таким чином, визначення поняття «національна економічна безпека» є складною проблемою, яка потребує глибокого аналізу та розуміння. Лише

шляхом застосування системного підходу можна досягти належного розуміння цього поняття та розробити ефективні стратегії забезпечення національної економічної безпеки.

На нашу думку, поняття національної економічної безпеки можна визначити як існуючий стан економічних умов та процесів в країні, що забезпечує збереження її економічних інтересів, стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз, а також здатність до розвитку і конкурентоспроможності.

Наукове обґрунтування цього визначення повинно базуватися на дослідженнях з економіки, політології, соціології та інших наукових галузей. Воно повинно враховувати такі ключові аспекти:

1. *Економічні інтереси країни.* Цей аспект охоплює широкий спектр економічних цілей та завдань, включаючи забезпечення стабільного економічного зростання, підтримку внутрішнього підприємництва, збереження робочих місць, забезпечення доходів для громадян тощо.

2. *Стійкість до зовнішніх і внутрішніх загроз.* Це означає здатність економіки країни витримувати різноманітні економічні та політичні турбуленції, такі як фінансові кризи, торговельні конфлікти, внутрішні політичні нестабільності тощо.

3. *Здатність до розвитку і підвищення рівня конкурентоспроможності.* Сюди відноситься здатність економіки країни адаптуватися до змінних умов світового ринку, впровадження інновацій, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Ці аспекти носять комплексний характер з метою забезпечення національної економічної безпеки. Наприклад, економічні інтереси країни можуть бути підтримані лише в разі стійкості до зовнішніх та внутрішніх загроз, що, у свою чергу, забезпечує здатність до розвитку та конкурентоспроможності економіки.

Таким чином, поняття «національна економічна безпека» має складний та багатогранний характер. Засноване на дослідженнях з різних галузей науки, це поняття повинно враховувати ключові аспекти, такі як економічні інтереси країни, стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз, а також здатність до розвитку та конкурентоспроможності. Взаємодія цих аспектів є важливою для забезпечення національної економічної безпеки, оскільки лише їхня взаємодія та комплексний характер дозволять забезпечити стійкість та зростання економіки країни в умовах глобалізації та макроекономічної нестабільності.

Література:

1. Шлемко В.Т., Бінько І.Ф. (1997). Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення: монографія. Київ: НІСД, 144 с.
2. Пухтаєвич Г.О. (2005). Аналіз національної економіки: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 254 с.
3. Ярємко І. І. (2013). Економічна безпека як складова національної безпеки держави. У Інтегроване стратегічне управління: проблеми адміністрування, економічної безпеки та проектної діяльності: тези доповідей першої міжвузівської науково-практичної конференції, 24–26 квітня 2013 р. Львів (С. 74-75).

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

**Катауров Є.П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.ю.н., доц. Шишлюк В. Р.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Дослідження особливостей забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах цифрової економіки набуває особливої актуальності в сучасному світі, оскільки високі технології швидко трансформують економічне середовище, створюючи при цьому нові виклики і загрози для економічної безпеки підприємств.

В епоху цифрових інновацій підприємства зазнають істотного впливу небезпек з боку різноманітних кібератак, порушень конфіденційності даних та роботи хакерів. Потреба в захисті цифрових даних та збереження економічної стійкості підприємства стає надзвичайно актуальною.

Водночас, час цифрові технології відкривають нові можливості для оптимізації бізнес-процесів, підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Однак, ефективне використання цих технологій потребує системного аналізу та управління ризиками для гарантування економічної безпеки підприємств.

Дослідження особливостей забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах цифрової економіки є значним кроком у напрямку усвідомлення та ефективного розв'язання цих проблем. Результати таких досліджень дозволяють розробити та впровадити стратегії захисту, політику та інструменти, які дозволять підприємствам ефективно керувати ризиками та забезпечити стійкий розвиток у цифровому середовищі.

Однією з особливостей цифрової економіки є зміщення акценту з матеріальних ресурсів на інформаційні ресурси (інформація, дані, знання). Останні, в свою чергу, не зникають при споживанні, можуть бути неодноразово використані без прив'язки до місця, часу і суб'єкту створення, що призводить до простоти тиражування інформаційних ресурсів. Наслідком цього і виступає, що в останні роки великі і малі підприємства піддаються частішим і серйозним загрозам в цифровому середовищі, що впливає на їх економічну безпеку. З економічної точки зору подібні загрози можуть впливати на їх репутацію, фінансову складову, завдаючи шкоди їх конкурентоспроможності, підриваючи їх зусилля з інновацій і позиції на ринку. Такі загрози можуть порушити доступність, цілісність або конфіденційність інформаційних систем, на яких ґрунтується

У 1995 році в економічну науку вперше був введений термін «цифрова економіка» Доном Тапскоттом. Він визначив це поняття як тип економіки, що ґрунтується на використанні цифрових технологій. [2].

Українські дослідники також зосередили свою увагу на аналізі еволюції цифрової економіки в сучасному суспільстві.

Наприклад, С. Коляденко розглядає цей тип економіки як процес виробництва, продажу та постачання товарів і послуг через комп'ютерні мережі, що відомий як електронна комерція [3]. З іншого боку, С. Веретюк визначає цифрову економіку з урахуванням потенційних переваг, розглядаючи її як ще нереалізовану трансформацію всіх галузей економіки за допомогою перенесення всіх інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу [4].

Отже, при аналізі цих підходів до визначення сутності цифрової економіки слід зауважити, що її виникнення та розвиток напряму залежать від впровадження сучасних технологій, що дозволяють переносити інформацію про різні аспекти функціонування суспільства у цифрову форму.

Головна мета системи управління економічною безпекою підприємства полягає у запобіганні кризових ситуацій та зменшенні впливу негативних чинників на діяльність підприємства. Основні завдання цієї системи включають:

1. збір вихідної інформації щодо можливості виникнення загроз;
2. оцінка та аналіз основних ризиків підприємства;
3. прогнозування стану захищеності підприємства від ризиків;
4. дослідження інтерфейсної складової економічної безпеки підприємства;
5. недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки та інших осіб з протиправними намірами;
6. протидія проникненню до віртуальної бази даних підприємства в злочинних цілях;
7. захист конфіденційної інформації та комерційної таємниці;
8. захист матеріальних цінностей підприємства;
9. багатоетапний захист банківських рахунків підприємства;
10. захист законних прав і інтересів підприємства та його співробітників;
11. виявлення потенційних злочинних намірів щодо підприємства та його співробітників;
12. виявлення, попередження та припинення протиправної та іншої негативної діяльності співробітників підприємства;
13. захист співробітників підприємства від насильницьких зазіхань;
14. формування ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення системи управління економічною безпекою підприємства;
15. формування та інтенсивне використання інноваційного забезпечення системи управління економічною безпекою підприємства;
16. прийняття найбільш оптимальних управлінських рішень щодо стратегії та тактики забезпечення економічної безпеки підприємства;
17. фізична та технічна охорона будівель, споруд, території та транспортних засобів;
18. відшкодування матеріального та морального збитку, завданого в результаті неправомірних дій підприємства та окремих співробітників;
19. постійний контроль за ефективністю функціонування системи економічної безпеки та удосконалення її елементів [5, С. 36-37].

Враховуючи вищевкладене, важливим є перманентне дослідження та аналіз нових викликів і загроз, які виникають у сфері забезпечення економічної безпеки підприємств у зв'язку з стрімким розвитком цифрової економіки.

Необхідним є також, на нашу думку, проведення досліджень щодо оптимальних стратегій захисту підприємств від кібератак, порушень конфіденційності даних та інших цифрових загроз.

Важливо вивчати можливості використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів та підвищення ефективності підприємств, при цьому обов'язкового здійснюючи ретельний аналіз та управління ризиками.

Таким чином, дослідження особливостей забезпечення економічної безпеки підприємств в умовах цифрової економіки є кроком у напрямку усвідомлення та розв'язання цих проблем.

Результати таких досліджень можуть сприяти розробці та впровадженню ефективних стратегій захисту, політики та інструментів для управління ризиками та забезпечення стійкого розвитку підприємств у цифровому середовищі.

Зміщення акценту з матеріальних ресурсів на інформаційні ресурси в цифровій економіці потребує нових підходів до забезпечення економічної безпеки підприємств.

Важливо розглядати цифрову економіку як важливий аспект економічної безпеки підприємств, зосереджуючи увагу на захисті від цифрових загроз та використанні нових можливостей, які вона надає.

Література:

1. Попов, Е. В., Семячков, К. А. (2018). Проблеми економічної безпеки цифрового суспільства в умовах глобалізації. Економіка регіонів, 4, 1088-1101.
2. Tapscott, D. (1995). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill.
3. Коляденко, С. В. (2016). Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент, 6, 106-107.
4. Веретюк, С. М., Пілінський, В. В. (2016). Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку, 2, 51-58.
5. Отенко, І. П., Іващенко, Г. А., Воронков, Д. К. (2012). Економічна безпека підприємства: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Тихоненко К.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник - к.е.н., доц. Згадова Н.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Продовольча проблема супроводжує людство на усіх етапах його розвитку і, попри суттєвий поступ у науково-технічній сфері та все більш активне використання природних ресурсів, не стає менш актуальною. Зростання кількості населення планети, попри суттєвий поступ у більш ефективному використанні природних ресурсів, актуалізує важливість наукового пошуку шляхів досягнення фізичної та економічної достатності продуктів харчування. Поруч із цим проблема продовольчої безпеки є критично важливою сьогодні внаслідок військових дій на території нашої країни, жертвами яких стали понад 4,4 мільйона цивільних осіб, які зазначають суттєвих труднощів не лише щодо місця постійного безпечного проживання, але й отримання доступу до необхідної кількості якісних харчових продуктів.

Актуальні питання щодо продовольчої безпеки розглядаються в публікаціях таких науковців, як О. Білорус, І. Бінько, Ю. Валєтова, В. Геєць, К. Голівкова, Л. Дейнеко, В. Єрмоленко, С. Кваша, В. Ковальов, С. Лушпаєв, Л. Міляр, Я. Пушак, Р. Тринько, В. Шлемко та інші.

Метою дослідження є визначення основних наукових підходів до трактування поняття «продовольча безпека» та окреслення аспектів її забезпечення в сучасних умовах на регіональному рівні.

Вивчаючи наукову літературу можна констатувати, що до теперешнього часу відсутня узгоджена позиція щодо суті поняття «продовольча безпека». Узагальнення наукових поглядів на цю проблему дають підстави виділити та дати коротку характеристику основним підходам до трактування цього поняття, орієнтуючись насамперед на виявленні найсуттєвіші відмінності у поглядах науковців.

В основі першого підходу лежить орієнтація на вирішення проблем продовольчої безпеки у глобальному вимірі, що повинно забезпечити виживання не громадян окремої країни чи регіону, а людства загалом. Здебільшого прихильниками такого підходу є представники наукових кіл економічно розвинутих держав.

В основі другого підходу лежить доступність для громадян необхідних їм для підтримання своєї життєздатності продуктів харчування. Прихильником такого підходу є Р. Тринько, який визначає продовольчу безпеку як «спроможність держави за будь-яких обставин гарантувати і забезпечувати потреби населення в екологічно чистому продовольстві на рівні науково обґрунтованого споживання за платоспроможності за умов, коли третина доходу витрачається на харчування» [1, с. 252]. Акцент на фізичну та економічну доступність є особливо важливим у контексті забезпечення продовольчої

безпеки нашої країни, адже за розвинутого виробництва сільськогосподарської продукції частина громадян обмежена в можливості її придбання через критично низький рівень доходів.

Третій підхід сформований на основі наукових праць, де доводиться важливість самозабезпечення держави. Так, А. Бабенко наполягає на пріоритетності забезпечення продовольчої безпеки «внутрішніми, національними силами для забезпечення громадян продуктами харчування на медично обґрунтованому рівні» [2, с. 12]. Така позиція важлива, адже формує основу для підтримання національного товаровиробника, забезпечення необхідного рівня платоспроможності населення та зменшення залежності від імпорту, через який інші країни можуть загрожувати реалізації національним інтересам.

Четвертий підхід відрізняється від попереднього тим, що науковці допускають для забезпечення продовольчої безпеки як стимулювання внутрішнього виробництва, так і сприяння збільшенню імпорту продуктів харчування, визначаючи пріоритетним споживання. Г. Прунцева обґрунтовує необхідність розуміти під продовольчою безпекою «сукупність державних інструментів регулювання стану продовольчого ринку, за якого досягається фізична та економічна доступність населення до продовольства у кількості, необхідній для активного здорового життя» [3, с. 35].

Узагальнюючи, доцільно підкреслити, що кожен із підходів відображає певний важливий аспект, який заслуговує на увагу, оскільки проблема забезпечення продовольчої безпеки є комплексною і вимагає пошуку оптимальних у певних умовах шляхів вирішення, які можуть відрізнятися залежно від політичних, економічних та соціальних процесів у кожній окремій країні.

Проблема забезпечення продовольчої безпеки сьогодні стоїть доволі гостро перед нашою країною, попри значний потенціал сільськогосподарського сектору. Військові дії, низька купівельна спроможність населення, технологічне відставання сільськогосподарських підприємств, нераціональне використання земельних ресурсів, зростання імпортних продуктів харчування та інші фактори вимагають активізації та наукового обґрунтування шляхів досягнення достатньої кількості продуктів харчування, забезпечення доступності продовольства для усіх верств населення; механізмів контролю за складом та якістю продуктів, а також стабільністю їх поставок.

Важливо підкреслити, що в поточних умовах продовольчу безпеку доцільно трактувати як гарантію незалежності, а її забезпечення залежить як від темпів розвитку сільського господарства, так і від стабільності національної економіки. Складність та важливість досліджуваної проблеми вимагає в подальшому зосередження уваги на розгляді стратегічних пріоритетів та механізмів реалізації державної політики у сфері продовольчої безпеки.

Література:

1. Тринько Р.І. Соціально-економічна сутність та основні шляхи реалізації продовольчої безпеки в Україні. Науковий вісник ЛДУВС. 2006. № 2. С. 246–260.
2. Бабенко А.А. Забезпечення продовольчої безпеки України в умовах реформування і регулювання аграрного сектору економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Луганськ, 2005. 24 с.
3. Прунцева Г.О. Економічна сутність поняття «продовольча безпека» країни. Інноваційна економіка. 2016. № 1–2. С. 34–37.

ПСИХІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСОБИСТОСТІ У СИТУАЦІЯХ КОНКУРЕНЦІЇ ТА СПІВКОНКУРЕНЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ткачук О.О., Скалка Р.І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – доц. Заболотна О.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У сучасному суспільстві конкуренція стала необхідною складовою багатьох аспектів життя, від професійної кар'єри до особистих відносин. Люди постійно знаходяться у ситуаціях, де їм потрібно конкурувати за ресурси, визнання, позиції чи інші цінності. Це може створювати різні психологічні виклики та властивості у особистості.

Дослідження психічних аспектів поведінки особистості в умовах конкуренції та співзмагання є предметом інтересу для багатьох психологів і вчених, які працюють у різних галузях психології, таких як соціальна психологія, організаційна психологія, спортивна психологія та інші. Ось деякі відомі вчені, які зосереджуються на цих проблемах:

-**Альфред Адлер** - австрійський психіатр і психолог, який вивчав вплив конкуренції на формування особистості та психічне здоров'я.

-**Леон Фестінгер** - американський соціальний психолог, який вніс вагомий внесок у розуміння внутрішніх механізмів самовизначення та порівняння, що впливають на поведінку в умовах конкуренції.

-**Джеймс Берн** - американський психолог, відомий своєю роботою у галузі теорії атрибутів, яка досліджує способи, якими люди приписують причини свого та інших людей поведінки в конкурентних ситуаціях.

-**Карол Двейк** - американський психолог, який досліджував мотиваційні аспекти поведінки людей у конкурентних умовах.

- **Джонг Ші Лі** - китайський психолог, який досліджував психологічні аспекти спортивної конкуренції та їх вплив на емоційний стан спортсменів.

Ці вчені та багато інших займаються вивченням різних аспектів психічних реакцій і властивостей особистості в умовах конкуренції та співзмагання, щоб краще зрозуміти, які фактори впливають на поведінку та емоційний стан людей у подібних ситуаціях.

Одна з проблем, пов'язаних з психологічними аспектами конкуренції, - це стрес. Багато людей відчують підвищений рівень стресу, коли їхні зусилля та навички порівнюються з іншими в ситуаціях конкуренції. Це може призвести до різних психологічних реакцій, таких як тривога, невпевненість у собі, депресія та навіть низька самооцінка.

Ще однією проблемою є ризик формування ворожих взаємин. У ситуаціях конкуренції люди можуть стати агресивними, заздрісними чи ворожими один до одного, що може призвести до погіршення взаємин та загального клімату в середовищі.

В психології цю проблему вивчають в рамках соціальної психології, особливо з урахуванням впливу соціальних факторів на поведінку людини.

Дослідження в цій області зосереджені на вивченні емоційних реакцій на конкуренцію, механізмах саморегуляції в умовах змагання та співзмагання, а також на впливі конкурентного середовища на формування ідентичності особистості.

Соціологи досліджують вплив конкуренції на соціальні структури та взаємини між групами в суспільстві. Вони вивчають, як конкурентна динаміка впливає на соціальне нерівноправ'я, стабільність та динаміку соціальних систем.

Економісти аналізують ефективність конкуренції на ринках, вивчають вплив конкурентних стратегій на економічний розвиток та споживчі вподобання.

Менеджери досліджують конкурентні стратегії та тактики в управлінні організаціями, вивчають як підтримувати конкурентоспроможність підприємств та організацій у змінних умовах ринку.

Отже, проблема психічних аспектів поведінки особистості в умовах конкуренції та співзмагання вивчається інтердисциплінарно залежно від специфіки дослідників та їхніх цілей дослідження.

Крім того, конкуренція може впливати на самоідентифікацію та самовизначення особистості. Деякі люди можуть відчувати, що їхня цінність як особистості пов'язана з результатами конкуренції, що може призвести до постійного стремління до досягнень та недостатньої самоповаги, коли результати не відповідають очікуванням.

Існує кілька шляхів вирішення проблем психічних властивостей особистості у ситуаціях конкуренції та співконкуренції, які можуть допомогти зменшити стрес, покращити самопочуття та забезпечити здоровий підхід до змагань:

1. **Самосвідомість та самопізнання:** Освідомлення своїх сильних та слабких сторін, мотивацій та цілей допомагає особистості краще розуміти, як вона реагує на конкурентні ситуації та як керувати своїми емоціями.
2. **Розвиток емоційного інтелекту:** Розуміння власних емоцій та вміння ефективно керувати ними може допомогти зменшити стрес та покращити взаємини з іншими у конкурентному середовищі.
3. **Підтримка соціальних взаємин:** Сприяння взаєморозумінню та спілкуванню з іншими учасниками конкуренції може створити позитивну атмосферу та зменшити ворожнечу.
4. **Управління стресом та діалог з собою:** Розробка стратегій для зменшення стресу, таких як медитація, глибоке дихання, фізичні вправи, може допомогти зберегти емоційну стійкість у конкурентному середовищі.
5. **Фокус на особистісному зростанні:** Розвиток особистісних якостей, таких як дотримання обіцянок, етична поведінка, емпатія та толерантність, може сприяти формуванню здорових взаємин та підвищити шанси на успіх у конкурентному середовищі.

Ці підходи можуть допомогти особистості краще адаптуватися до конкурентного середовища та забезпечити більш здоровий та продуктивний підхід до конкуренції та співконкуренції.

Загалом, психологічні аспекти конкуренції та співконкуренції варіюються в залежності від особистості та контексту, але вони завжди можуть впливати на емоційний стан, самопочуття та взаємини між людьми.

Література:

1. Aviles, L. Solving the freeloaders paradox: genetic associations and frequencydependent selection in the evolution of cooperation among nonrelatives// Proc. Natl Acad. Sci. USA. – 2002. Vol. 99, No. 14 pp. 268- 273.
2. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257с.
3. Заболотна О.С. Особистісні особливості здатності до цілепокладання на різних етапах самореалізації Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. –Issue : 256, 2021. – № IX(100). – P. 77–
4. Olena Zabolotna Personal particularities of the ability to goal-setting at different stages of personality's self-realization American Journal of Fundamental, Applied & Experimental Research. - 2020. Vol.18 №3. P.127-132.(<https://ajfaer.org/index.php/ajfaer/article/view/60>)

ВЛАСТИВОСТІ ПСИХІКИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Унгурян А.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – доц. Заболотна О.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

У сучасному світі конкуренція стала невід'ємною частиною багатьох сфер життя, від професійного зростання до особистих відносин. Люди часто знаходять себе в ситуаціях, де вони мусять боротися за різні ресурси, визнання, статуси або інші цінності. Це може викликати різні психологічні виклики та властивості у людини.

Вивчення психологічних аспектів поведінки людей в умовах конкуренції та змагання цікавить багатьох науковців і психологів, що працюють у різних галузях, таких як соціальна психологія, організаційна психологія, спортивна психологія та інші. Ось деякі відомі дослідники, які зосереджуються на цих питаннях:

Дослідження щодо властивостей психіки особистості в умовах конкурентного середовища на підприємстві виконували різні вчені, які спеціалізуються у галузі організаційної психології та менеджменту. Ось кілька авторів, які присвятили свої дослідження цій проблемі:

Джон Р. Холландер - американський психолог, який досліджував взаємозв'язок між особистісними властивостями та успішністю в умовах конкурентного бізнес-середовища.

Річард Е. Бойаціс - американський психолог, який зосереджувався на вивченні стресу та адаптації людини в умовах конкуренції на робочому місці.

Шелдон З. Дубрін - американський психолог і менеджер, автор книг та досліджень, що стосуються ефективного керівництва та розвитку лідерських якостей в умовах конкурентного середовища.

Рендольф М. Стогділл - американський психолог, який досліджував особистісні риси керівників і їх вплив на успішність у конкурентному бізнесі.

Ці вчені докладали зусиль для розуміння того, які особистісні риси та якості сприяють або заважають успіху в умовах конкурентного підприємництва.

Ці вчені та багато інших займаються вивченням різних аспектів психічних реакцій і властивостей особистості в умовах конкуренції та співзмагання, щоб краще зрозуміти, які фактори впливають на поведінку та емоційний стан людей у подібних ситуаціях.

Однією з проблем, пов'язаних з психологічними аспектами конкуренції, є стресовий стан. В ситуаціях змагання багато індивідів відчувають підвищений рівень стресу внаслідок порівняння своїх зусиль та навичок з іншими. Це може викликати різноманітні психологічні реакції, такі як тривога, невпевненість у собі, депресія та низька самооцінка.

Ще однією проблемою є ризик формування ворожих взаємин. У ситуаціях конкуренції люди можуть проявляти агресивність, заздрість або ворожість один

до одного, що може призвести до погіршення міжособистісних відносин та загального клімату в середовищі.

В рамках соціальної психології цю проблему досліджують з особливим акцентом на вплив соціальних факторів на поведінку індивіда. Дослідження в цій області спрямовані на аналіз емоційних реакцій на конкуренцію, механізми саморегуляції в умовах змагання та вивчення впливу конкурентного середовища на формування ідентичності особистості.

Соціологи аналізують вплив конкуренції на соціальні структури та взаємини між групами в суспільстві. Вони досліджують, як конкурентна динаміка впливає на соціальне нерівноправ'я, стабільність та динаміку соціальних систем.

Економісти проводять аналіз ефективності конкуренції на ринках, досліджують вплив конкурентних стратегій на економічний розвиток та споживчі вподобання.

Менеджери досліджують конкурентні стратегії та тактики в управлінні організаціями, вивчають як підтримувати конкурентоспроможність підприємств та організацій у змінних умовах ринку.

Отже, проблематика психічних аспектів поведінки особистості в умовах конкуренції та співзмагання досліджується інтердисциплінарно, враховуючи специфіку підходів дослідників та їхніх наукових цілей.

Крім того, конкуренція може відігравати значну роль у процесі самоідентифікації та самовизначення особистості. Деякі особистості можуть сприймати свою власну цінність як людини в контексті результатів конкурентних ситуацій, що може призвести до постійного прагнення до досягнень та недостатньої самооцінки у випадку, якщо результати не відповідають очікуванням.

Існують різноманітні стратегії для вирішення психологічних аспектів поведінки особистості в умовах конкуренції та співзмагання, які можуть сприяти зменшенню стресу, покращенню самопочуття та встановленню здорових підходів до змагань:

Саморегуляція емоцій: Однією з ключових стратегій є розвиток навичок саморегуляції емоцій. Це може включати техніки релаксації, медитації, глибокого дихання або практики уважності, які допомагають зменшити стрес та покращити емоційний стан.

Позитивне мислення: Важливо розвивати позитивне мислення та віру в свої здібності. Це може включати відсторонення від негативних думок, зосередження на досягненнях та позитивних аспектах ситуації, а також встановлення реалістичних цілей.

Стимулювання розвитку: Особистість може зростати та розвиватися завдяки конкуренції, якщо вона розглядається як можливість для вдосконалення. Спроби постійно покращувати свої навички та знання можуть стати стимулом для особистісного зростання.

Колаборація: В деяких випадках співпраця та колаборація з іншими учасниками конкуренції може бути ефективною стратегією. Вона може

допомогти зменшити напругу та покращити взаємовідносини, а також забезпечити обмін знаннями та досвідом.

Саморефлексія: Важливо регулярно аналізувати свої дії, реакції та стратегії в умовах конкуренції. Це дозволяє розуміти власні мотивації та цінності, а також знаходити способи покращення своєї ефективності.

Ці стратегії можуть допомогти особистості ефективніше керувати психологічними викликами, які виникають в умовах конкуренції та співзмагання, та забезпечити більш успішний та здоровий підхід до таких ситуацій.

Загалом, психологічні аспекти конкуренції та співконкуренції варіюються в залежності від особистості та контексту, але вони завжди можуть впливати на емоційний стан, самопочуття та взаємини між людьми.

Література:

1. Aviles, L. Solving the freeloaders paradox: genetic associations and frequencydependent selection in the evolution of cooperation among nonrelatives// Proc. Natl Acad. Sci. USA. – 2002. Vol. 99, No. 14 pp. 268- 273.
2. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257с.
3. Заболотна О.С. Особистісні особливості здатності до цілепокладання на різних етапах самореалізації Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. Issue : 256, 2021. № IX(100). P. 77.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

**Петоян В.К., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Згадова Н.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Фінансове забезпечення підприємства, організації чи установи займає особливе місце в системі економічної безпеки і впливає на всі сфери діяльності підприємства. Фінансова безпека є невід'ємною частиною фінансового менеджменту підприємства і повинна реалізовуватися в системі певних стратегічних і тактичних заходів та відповідно до сучасних умов господарювання.

Слід зазначити, що фінансово-економічна безпека суб'єкта господарювання – це складна система, яка включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання корпоративних ресурсів у кожній сфері діяльності.

Таким чином, ми вважаємо, що будь-яку безпеку, в тому числі і фінансово-економічну, варто розглядати через призму її функціональних складових, що дозволяє: здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан фінансово-економічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки; проводити аналіз переділу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні показники, що відображають рівень забезпеченості функціональних складових; розробляти заходи, які слугуватимуть досягненню високого рівня складових, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки суб'єкта господарювання у цілому.

Основною метою фінансово-економічної безпеки є забезпечення фінансової стійкості та максимально ефективної діяльності підприємства в поточному періоді та високий потенціал розвитку в майбутньому, її основною умовою є протистояння негативним зовнішнім і внутрішнім факторам, загрозам, що виникають, і загрозам, які завдають шкоди підприємству.

Основними завданнями управління фінансово-економічною безпекою підприємства є:

- визначення пріоритетних фінансових інтересів, які потребують захисту в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства;
- виявлення та прогнозування зовнішніх і внутрішніх загроз фінансово-економічним інтересам підприємства;
- виявлення та попередження кризових явищ;
- забезпечити ефективну нейтралізацію загроз фінансово-економічним інтересам підприємства, розробити необхідні заходи та оцінити їх ефективність.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання є важливим завданням для забезпечення стабільності та ефективності їх діяльності. Ключові аспекти, які слід враховувати для забезпечення фінансово-економічної безпеки:

- фінансове планування та управління ризикам, в якому суб'єкти господарювання повинні ретельно планувати свою фінансову діяльність, враховуючи поточні та майбутні ризики. Управління ризиками включає в себе аналіз можливих загроз, розробку стратегій мінімізації ризиків та застосування заходів з фінансового захисту;
- диверсифікація портфеля активів, та суб'єкти господарювання можуть забезпечити собі більшу фінансову стійкість шляхом розподілу свого капіталу на різні види активів та інвестицій. Диверсифікація допомагає зменшити ризик фінансових втрат у разі знецінення одного з активів;
- ефективне управління ліквідністю та оборотними коштами, де вказується що суб'єкти господарювання повинні забезпечити собі достатній обсяг ліквідних коштів для покриття поточних зобов'язань та забезпечення нормального функціонування діяльності.
- фінансова транспарентність та дотримання законодавства вважається важливим аспектом забезпечення фінансово-економічної безпеки є дотримання відповідного законодавства та стандартів фінансової звітності. Транспарентність фінансових операцій дозволяє уникнути конфліктів із законодавством та підвищує довіру сторін до суб'єкта господарювання;
- ефективне управління борговим навантаженням, і також передбачено що суб'єкти господарювання повинні уважно контролювати свої зобов'язання та забезпечити оптимальний рівень боргового навантаження, який не перевищує їх можливостей щодо повернення заборгованості;
- стабільність макроекономічного середовища призначена для забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання. Важливо, щоб макроекономічне середовище було стабільним та прогнозованим, та для цього необхідна ефективна економічна політика держави, яка сприяє сталому розвитку та зменшенню економічних ризиків.

Загалом, забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання вимагає комплексного підходу, який включає в себе управління ризиками, ефективне управління фінансами та дотримання відповідного законодавства.

Фінансово-економічна безпека відіграє значну роль в управлінні підприємством, сприяє захисту його фінансово-економічних інтересів від негативних внутрішніх і зовнішніх загроз, захищає фінансові інтереси власників підприємства, здійснює контроль за фінансовими ресурсами. підприємство здатне протистояти виникаючим загрозам, які завдають фінансового збитку підприємству або змінюють структуру власного капіталу проти їхнього бажання.

Фінансова безпека повинна бути орієнтована на мінливість економічного середовища підприємства та бути здатною швидко реагувати на стимули. Показники та їх граничні значення важливі для фінансово-економічної безпеки,

недотримання яких може перешкодити нормальній роботі підприємства та призвести до появи негативних, деструктивних тенденцій.

Отже, фінансово-економічна безпека є ключовим фактором для успішної та стійкої діяльності суб'єктів господарювання, яка впливає на їхню можливість розвитку, конкурентоспроможність та вплив на оточуюче середовище.

Література:

1. Бондаренко О.О. Фінансово-економічна безпека підприємництва: теоретичний та практичний аспекти / О.О. Бондаренко, В.А. Сухецький // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2014. – № 10. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3580>
2. Бригінець О.О. Особливості формування механізму правового забезпечення фінансової безпеки України / О.О. Бригінець // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: юридичні науки. – 2016. – №. 837. – С. 36-41.
3. Економічна безпека : підручник. авт. кол.; за ред. д.е.н., проф. О.Б. Жихор, д.е.н., проф. О.І. Барановського. К. : УБС НБУ, 2015. С. 135-136

ФОРМУВАННЯ АКТИВНОЇ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ МОЛОДІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО СПІВТОВАРИСТВА

Барвенко Я., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.і.н., доц. Черняк Г.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В умовах боротьби за виживання та якомога швидшої європейської інтеграції України, формування активної громадянської позиції серед молоді в Україні на сьогодні є одним із найбільш пріоритетних завдань, яке прямо пов'язане із рядом важливих наукових та практичних аспектів, що визначають майбутнє країни та здатність нації вижити та зберегти свою ідентичність.

Повномасштабне вторгнення Росії на територію України вкотре довело, що активне громадянське суспільство завжди перемагає аморфне скупчення підданого стада.

Сучасний світ вимагає від країни не лише господарських та політичних реформ, але й глибоких культурних та ціннісних трансформацій. Молодь виступає каталізатором змін, оскільки вона формує та впливає на громадянську свідомість і менталітет суспільства.

Варто зазначити, що розв'язання цього питання тісно переплітається із загальним геополітичним вибором України. Впродовж багатьох років політичне керівництво країни дискутувало стосовно обрання належного шляху для подальшого розвитку держави.

Результатом політичних дискусій та прояву активної громадянської позиції народу під час «Революції Гідності» стало доповнення преамбули Конституції України текстом про підтвердження європейської ідентичності Українського народу та незворотність європейського та євроатлантичного курсу України. Окрім цього, були доповнені положення статей 85, 102, 116 Конституції України, які визначають основні повноваження Верховної Ради України, Президента України та Кабінету Міністрів України в цій сфері [1].

Варто зазначити, що проводячи дослідження проблеми зовнішньополітичних ціннісних орієнтацій молоді, та їх впливу на формування геополітичної стратегії держави А.С. Мороз пропонує враховувати чотири ключових аспекти існування молоді особистості в політичному просторі:

1. Політико — ідеологічне самовизначення;
2. Політичну активність, як одну з форм суспільної активності;
3. Громадянську свідомість;
4. Національну свідомість [1 – с. 492].

Безумовно, ми погоджуємося із визначеними аспектами та вважаємо необхідним також враховувати й наступні:

1. Громадянська активність та участь в політичних процесах: Молодь, яка бере активну участь у політичних процесах, може впливати на прийняття рішень, що стосуються майбутнього країни. Вони можуть висловлювати свої погляди через голосування на виборах, участь у громадських організаціях, та

інші засоби.

2. Розвиток освіти та інформаційної грамотності: Молодь повинна мати доступ до якісної освіти та навчатися критичного мислення, щоб розрізняти інформацію та аналізувати політичні події. Це робить їх більш обізнаними громадянами та здатними до участі у політичному діалозі.

3. Підтримка громадянського суспільства: Розвиток громадянського суспільства, включаючи неприбуткові організації та активну громадянську участь, сприяє формуванню громадянської позиції молоді. Вони можуть брати участь у проєктах та ініціативах, спрямованих на розв'язання соціальних проблем та поліпшення умов життя.

4. Міжнародна співпраця та обмін досвідом: Взаємодія з молоддю та організаціями з інших країн може розширити горизонти молодих українців і надати їм можливість долучитися до світової спільноти. Міжнародні обміни, стажування та участь в міжнародних проєктах сприяють формуванню глобальної громадянської ідентичності.

Ми переконані, що формування активної громадянської позиції молоді неможливе без ґрунтовної базової освіти у сфері права, політики, соціології, конфліктології, без приділення окремої уваги виборчому процесу та аналізу наслідків здійснення того чи іншого вибору.

Як показують українські реалії, реалізація запиту суспільства на «нові обличчя» призводить до неочікуваних для електоральної маси наслідків, які не завжди є позитивними.

Така ситуація є наслідком відсутності в Україні базової освіти у сфері виборчого процесу, внаслідок чого переважна більшість (приблизно 73%) громадян України реалізують своє виборче право керуючись не інтересами держави та виходячи з аналізу геополітичної ситуації в регіоні, а виключно через ефективні маркетингові кампанії, влучні лозунги та «нові обличчя» в уряді. При цьому, ані перше, ані друге не гарантують якість таких народних обранців.

Зі зрозумілих причин, переважну більшість існування України внутрішні та зовнішні сили стримували реформування та розбудову активного громадянського суспільства, що, врешті-решт, призвело до повномасштабного вторгнення на територію України.

На наш погляд слід виділити наступні проблеми, які потребують якомога швидшого вирішення задля пришвидшення формування активної громадянської позиції молодого покоління:

1) Недостатній рівень громадянської освіти. Питання створення виборчої компетентності серед молоді залишається поза межами офіційної громадянської освіти. Яскравим прикладом цього є відсутність у програмі шкільного курсу громадянської освіти будь-якого згадування виборчої частини соціально-громадянської компетентності [3]. При цьому випускники шкіл стають виборцями. Це також свідчить про те, що суспільство не розуміє, які навички та знання повинні бути пріоритетними у контексті сучасних умов української демократії. Ми погоджуємося з думкою С. Топалової стосовно того, що аналіз сутності когнітивного виборця показує, що його не можливо

підготувати, навіть надавши людині найбільш ґрунтовну інформацію про вибори та виборчий процес. Для цього потрібні ще знання про суспільство і політику, загальне раціональне та критичне мислення, певні аналітичні здібності та ін. Тобто, електоральна компетентність може формуватися лише у сукупності з іншими складовими соціально-громадянської компетентності як наслідок системної і наскрізної громадянської освіти на усіх рівнях – від початкової до вищої та неперервної [4].;

2) Низький рівень економічного патріотизму та масовий відтік кадрів. Цю багатоскладову проблему можна розкласти на декілька підпроблем:

- Низький рівень економічного патріотизму означає, що громадяни України не відчують прихильності до української економіки та не прагнуть її розвивати. Зазначена проблема породжена відсутністю прозорого функціонування контролюючих органів, надмірний тиск податкової та силових структур на українські компанії, що спричиняє банкрутство таких компаній, а отже неможливість забезпечення належного рівня заробітних плат та як наслідок скорочення штатів, поганий інвестиційний клімат, спроби «оптимізації» податкового навантаження на такий бізнес;

- Масовий відтік кадрів означає, що велика кількість кваліфікованих працівників виїжджає з України. Зазначена проблема має велику кількість передумов, зокрема повномасштабне вторгнення на територію України, низькі рівні заробітних плат для кваліфікованих працівників, високий рівень інфляції, політична та економічна нестабільність в країні. Ця проблема частково вирішується українським Урядом, через запровадження спеціальних податкових режимів (наприклад «Дія.Сіті»), запровадження програм пільгового іпотечного кредитування (наприклад «Оселя»), проте загальне питання як повернути висококваліфікованих працівників в Україну залишається відкритим. Одним із можливих кроків до реалізації цього задуму є запропонована податкова модель «10-10-10», яка передбачає зниження до 10% податку на додану вартість, який зараз становить 20%, та податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) із поточних 18%. Податок на прибуток підприємств також хочуть зменшити із 18% до 10%, а в середньостроковій перспективі та зовсім відмовитися від нього. Натомість пропозиція включає введення податку на виведений за кордон капітал — 10-15% [5].

Висновки.

Підбиваючи підсумки хочемо наголосити на необхідності якомога швидшого розв'язання окреслених проблем, оскільки вони є суттєвою перепорою для формування молоді, з активною громадянською позицією. Для підготовки відповідальних виборців та активних громадян, необхідно розглядати формування виборчої компетентності як частину більшого процесу громадянської освіти, що включає різні аспекти соціально-громадянської компетентності, зокрема: знання про суспільство, політику, право, розвинуте критичне мислення. На наше переконання можливим є запровадження досвіду партнерів у цій сфері, зокрема, в Естонії, в якій рівень компетентності громадян дозволяє повною мірою запроваджувати та використовувати механізми

електронної демократії, що свідчить про високий рівень обізнаності та підготовки таких громадян.

Література:

1. Конституція України. Закон України № 254к/96-ВР від 28.06.1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Мороз А.С. Формування активної громадянської позиції молоді як запорука успішної інтеграції України до світового співтовариства. Матеріали збірника наукових праць: Гілея – науковий вісник. К., 2010. Випуск 41 (11) – 2010 – С. 490-501.
3. Топалова С. Впровадження громадянської освіти в українській школі: про компетентного виборця забули. Матеріали статті на ресурсі Аналітичний центр «Обсерваторія демократії». URL: <https://od.org.ua/uk/внедрение-гражданского-образования/>.
4. Топалова С. Як виховують компетентного громадянина в Естонії. Ч. 1. Аналітична стаття у персональному блозі на ресурсі “LB.UA”. URL: https://lb.ua/blog/svetlana_topalova/460211_yak_vihovuyut_kompetentnogo.html.
5. Виговська Л. 10-10-10: яку податкову реформу пропонують урядовці та чи проголосують за неї депутати. Суспільне Новини. URL: <https://suspilne.media/275150-10-10-10-aku-podatkovu-reformu-proponuut-uradovci-ta-ci-progolosuut-za-nei-deputati/>.

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ-ІНВЕСТИЦІЇ В МАЙБУТНЄ УКРАЇНИ

Солошенко С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММтаПА
Науковий керівник - к.і.н., доц. Черняк Г.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Анотація. У статті розглянуто значення формування громадянських якостей студентської молоді як важливого чинника розвитку українського суспільства. Проаналізовано основні громадянські якості та форми їх формування у процесі навчання, позашкільної діяльності та життєвого досвіду. Обґрунтовано стратегічне значення громадянського виховання молоді для демократичного розвитку України. Запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності формування громадянських якостей студентів.

Ключові слова: громадянські якості, студентська молодь, громадянське виховання, громадянська активність.

Мета дослідження – проаналізувати значення та особливості формування громадянських якостей студентської молоді.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями.

У сучасному світі, де відбуваються швидкі темпи змін та викликів, громадянська активність молоді стає однією з ключових складових розвитку суспільства. Молодь, як носій нових ідей та цінностей, впливає на соціокультурний ландшафт та майбутнє країни. Формування громадянських якостей серед студентської молоді є актуальною науковою і практичною задачею, оскільки студенти - це майбутні фахівці та лідери, які визначатимуть курс розвитку України в контексті євроінтеграційних процесів та необхідності побудови громадянського суспільства в Україні під час повоєнної відбудови. Тому важливо, щоб вони були активними громадянами, які усвідомлюють свої права та обов'язки, здатні до критичного мислення та прийняття зважених рішень.

Проблема полягає в тому, як забезпечити формування громадянських якостей у студентів, щоб вони стали активними учасниками суспільного життя, свідомими громадянами, здатними до критичного мислення та прийняття обґрунтованих рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження

Громадянські якості студентської молоді.

Громадянські якості є сукупністю характеристик особистості, що визначають її здатність до активної та відповідальної участі в суспільному житті. Вони включають:

- Патріотизм - готовність захищати та підтримувати свою країну.
- Громадська активність - бажання брати участь у суспільних справах та вирішувати соціальні проблеми.
- Толерантність - повагу до інших людей, незалежно від їхнього соціального статусу, національності, релігії тощо.

-Цивільна відповідальність - усвідомлення своїх прав та обов'язків як громадянина.

-Критичне мислення - здатність аналізувати інформацію та приймати обґрунтовані рішення.

Форми формування громадянських якостей студентської молоді

Формування громадянських якостей студентської молоді відбувається в процесі навчання, позанавчальній діяльності та життєвого досвіду.

У процесі навчання формування громадянських якостей здійснюється через вивчення навчальних дисциплін, які мають громадянську спрямованість, а також через участь у громадських заходах, що організовуються в університеті.

Позанавчальна діяльність також є важливим фактором формування громадянських якостей студентської молоді. До позанавчальних форм громадянського виховання належать:

-Студентське самоврядування – це система органів і організацій, що представляють інтереси студентів і забезпечують їхню участь у управлінні університетом.

-Волонтерська діяльність – це добровільна участь у суспільно-корисній діяльності.

-Громадські організації – це об'єднання громадян, які об'єднуються для досягнення спільних цілей.

-Життєвий досвід також відіграє важливу роль у формуванні громадянських якостей студентської молоді. У процесі повсякденного життя молоді люди стикаються з різними соціальними проблемами, які змушують їх замислюватися про своє місце в суспільстві та про необхідність активної участі в його житті.

Значення формування громадянських якостей студентської молоді

Формування громадянських якостей студентської молоді є важливим завданням, яке має стратегічне значення для розвитку України. Громадські активні молоді люди є запорукою демократичного розвитку країни, її процвітання та безпеки.

Рекомендації

Для підвищення ефективності формування громадянських якостей студентської молоді пропонуються наступні рекомендації:

Посилення громадянської спрямованості навчальних дисциплін, що вивчаються в університеті.

Розширення сфери громадської діяльності студентів, зокрема через залучення їх до волонтерської діяльності та громадських організацій.

Створення сприятливого середовища для громадянського виховання, яке передбачає підтримку ініціатив студентської молоді та створення умов для її активної участі в суспільному житті.

Виконання цих рекомендацій допоможе сформувати у студентській молоді громадянські якості, необхідні для успішної реалізації себе як особистості та для активної участі в розвитку України.

Висновки

Формування громадянських якостей студентської молоді є актуальною науковою і практичною задачею, оскільки вони є важливими для розвитку суспільства та майбутнього України. Для досягнення цієї мети необхідно спільною дією університетів, громадських організацій та держави забезпечити ефективне громадянське виховання студентів через громадську активність, розвиток критичного мислення та патріотизм.

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА УЧАСТЬ В НЬОМУ МОЛОДІ

**Задорожня Н.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черкаський А.В.
Одеський Національний технологічний університет, м.Одеса**

Громадянське суспільство є важливим елементом демократичного розвитку суспільства, а участь молоді у його формуванні та функціонуванні є ключовим фактором для забезпечення сталого і прогресивного розвитку суспільства. Однак існує ряд проблем, що обмежують активність молоді у громадському житті, такі як відсутність свідомості про громадянські права та обов'язки, брак доступу до ресурсів для реалізації ініціатив, а також недостатня підтримка з боку держави та суспільства.

Основна мета виступу:

Ця доповідь спрямована на аналіз проблем та можливостей участі молоді в формуванні громадянського суспільства та надання рекомендацій щодо залучення молоді до активної громадянської діяльності.

Громадянське суспільство відіграє ключову роль у забезпеченні демократії та розвитку країни, а активна участь молоді є його необхідною складовою.

Молодь є сильним джерелом інновацій та змін, тому її участь у громадському житті сприяє розвитку та впровадженню новаторських ідей та практик.

Забезпечення доступу молоді до освіти, інформації та можливостей для активної участі у громадському житті є важливим завданням для формування стійкого громадянського суспільства.

Залучення молоді до рішення громадських проблем та участь у волонтерських та благодійницьких ініціативах сприяє розвитку їхньої соціальної відповідальності та активного громадянства.

Створення платформ для діалогу між молоддю та владою сприяє взаєморозумінню, спільним рішенням проблем та підвищенню довіри до державних інституцій.

Розвиток громадянського суспільства потребує підтримки з боку уряду, сприяння соціальних ініціатив та створення умов для вільного розвитку громадянських організацій та ініціатив.

Впровадження інформаційних технологій та новітніх комунікаційних засобів сприяє підвищенню свідомості молоді та залученню її до громадської діяльності.

Зміцнення громадянського суспільства забезпечує стабільність та розвиток країни, тому підтримка активної участі молоді є стратегічно важливою для майбутнього суспільства.

Розбудова громадянського суспільства серед молоді сприяє формуванню толерантного та багатокультурного середовища, що є основою для мирного співіснування та розвитку суспільства.

Активна участь молоді у громадських ініціативах та рухах сприяє вирішенню соціальних проблем, таких як бідність, безробіття, екологічні проблеми тощо, та сприяє створенню більш справедливого суспільства.

Важливо стимулювати активну участь молоді у політичному житті країни, щоб забезпечити представництво їхніх інтересів у прийнятті рішень та формуванні політики.

Розвиток громадянського суспільства серед молоді сприяє підвищенню рівня їхньої самосвідомості, самореалізації та відповідальності за майбутнє країни.

Зміцнення ролі молоді у громадському житті сприяє формуванню демократичних цінностей та зміцненню правової культури в суспільстві.

Партнерство між державою, громадянським суспільством та бізнесом є важливим чинником для створення сприятливого середовища для розвитку молодіжних ініціатив та підтримки їхньої участі у суспільному житті.

Регулярна молодіжна участь у громадських обговореннях, конференціях та форумах сприяє обміну досвідом, розвитку критичного мислення та пошуку нових шляхів розвитку суспільства.

Розбудова громадянського суспільства та участь молоді в ньому важливі для становлення стабільного та прогресивного суспільства. Для цього необхідно:

1. **Створення освітніх програм:** Розвивати освітні програми з громадянської освіти в навчальних закладах, щоб молодь здобувала знання про права та обов'язки громадян, історію громадянського руху, а також навички активної участі у суспільному житті.

2. **Створення молодіжних центрів:** Забезпечити наявність молодіжних центрів, де молодь може обмінюватися досвідом, отримувати консультації щодо участі у громадському житті та розвивати свої лідерські навички.

3. **Підтримка молодіжних ініціатив:** Надавати фінансову, організаційну та інформаційну підтримку для реалізації молодіжних проєктів та ініціатив у сфері громадянського суспільства.

4. **Розвиток медіа та комунікаційних засобів:** Створювати медійні платформи, які активно включають молодь у громадський діалог, висвітлюють їхні ініціативи та сприяють поширенню їхніх ідей.

5. **Залучення до прийняття рішень:** Створювати механізми для залучення молоді до прийняття рішень на різних рівнях влади, включаючи молодіжні ради, консультації та інші форми участі.

6. **Підтримка молодіжних громадських організацій:** Забезпечити підтримку та розвиток молодіжних громадських організацій, які активно працюють у сфері громадянського суспільства.

7. **Створення можливостей для волонтерства:** Підтримувати програми волонтерства, що дозволяють молоді здійснювати позитивний вплив на своє оточення та навколишнє середовище.

8. **Запобігання дискримінації та насильства:** Розвивати програми та ініціативи, спрямовані на запобігання дискримінації, насильства та конфліктів серед молоді та сприяння взаєморозумінню та толерантності.

Ці заходи сприятимуть активній участі молоді в громадянському суспільстві та сприянню їхнього впливу на формування сучасного суспільства.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розробок: Участь молоді в громадському житті є важливим фактором для сталого розвитку суспільства. Для досягнення цієї мети необхідно розвивати освітні та інституційні механізми залучення молоді до громадської діяльності, а також сприяти створенню умов для самореалізації молоді та розвитку її лідерських якостей. Подальші дослідження в цьому напрямку мають спрямовуватися на пошук ефективних методів та інструментів підтримки громадянської активності серед молоді та розвитку її потенціалу для участі у громадському житті.

Література:

<https://osvita.ua/vnz/reports/politolog/17558/>

СВОБОДА СЛОВА І ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Корна В.Є., студ. ОНТУ «Бакалавр» ф-ту НГтаЕ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Шевченко Г.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Останнім часом багато говорять про свободу слова та громадянський обов'язок. Люди обговорюють межі та відповідальність свободи слова у вільному суспільстві. Свобода слова та громадянський обов'язок – головні ідеї сучасного світу. Вони тісно пов'язані між собою. Вільне спілкування означає право людини ділитися своїми думками, переконаннями та ідеями, не боячись бути переслідуваними чи осудженим, тоді як громадянський обов'язок означає відповідальність за те, що він говорить і робить іншим. Це дослідження розглядає, як ці дві теми пов'язані між собою, та їхній вплив на людей.

Свобода слова - це концепція, що визнає право кожної людини вільно висловлювати свої думки, ідеї та переконання без обмежень чи переслідувань з боку держави чи інших суб'єктів. Це одне з фундаментальних прав, яке вважається ключовим для розвитку демократичного суспільства.

Свобода слова охоплює широкий спектр виразних форм, включаючи публічні виступи, публікації у засобах масової інформації, вільне обговорення та вираження думок у суспільних мережах та інших платформах. Вона стимулює відкритий діалог, сприяє обміну інформацією, розвитку критичного мислення та залученню громадян до політичного та суспільного життя.

Важливою складовою свободи слова є ідея толерантності до різноманітності поглядів та думок, навіть якщо вони відрізняються від загальноприйнятих. Це допомагає суспільству розвиватися, адаптуватися до змін та вирішувати конфлікти мирними шляхами.

Проте, варто пам'ятати, що свобода слова не є абсолютною. Існують обмеження, наприклад, на висловлювання непрямої загрози безпеці чи насильства, образи, фальсифікації та інші форми недостойної поведінки. Такі обмеження встановлюються для забезпечення безпеки та захисту прав інших людей.

Узагальнюючи, свобода слова є важливою складовою демократичного суспільства, яка дозволяє кожному вільно висловлювати свої думки та допомагає створювати відкрите та різноманітне середовище для обміну ідеями та думками. Право вільно висловлюватися є основною потребою, ключовою для суспільства з чесним голосуванням. Це дозволяє нам вільно ділитися інформацією, демонструвати багато поглядів і говорити відкрито. Звісно, свобода слова може призвести до сильних і різноманітних ідей і думок, це життєво важливий спосіб сприяти розумному мисленню.

Але з великою свободою приходить велика потреба доглядати за речами належним чином. Люди повинні переконатися, що те, що вони говорять і роблять, торкається всіх навколо. Це означає дбати про права та свободи інших людей, не ображати інших і обережно висловлювати власні погляди. Прикладом може бути публікація або стаття в засобі масової інформації або в блозі у

блогера(людини яка веде відкрито свої соціальні мережі та показує своє життя на публіку) , де автор може вільно висловлювати свої думки, аналізувати суспільні події або критикувати дії влади без перешкод чи цензури. Цей приклад показує, як свобода слова сприяє вільному обміну інформацією та сприяє розвитку громадської думки. У цифровому віці свобода слова може бути зловживана шляхом онлайн-шифрування, погроз або дискредитації осіб чи груп, що може призвести до психологічних травм та соціальної ізоляції.

Крім того, свобода слова може проявлятися і в повсякденному спілкуванні - обговорення різних тем у родинному колі, серед друзів чи колег на роботі, де кожна людина має можливість вільно висловлювати свої погляди та думки без обмежень чи переслідування. Свобода слова в поєднанні з громадянською відповідальністю може мати позитивний вплив на суспільство. Він сприяє демократичному розвитку, стимулює інновації, допомагає вирішувати соціальні проблеми та збільшує участь громадськості в процесі прийняття рішень. Крім того, вільний обмін інформацією та ідеями сприяє освітньому та культурному розвитку.

Однак безвідповідальне використання свободи вираження поглядів може призвести до соціальної боротьби, ненависті та розпалювати міжетнічні чи міжрелігійні конфлікти.

Громадянська відповідальність - це свідомість і готовність кожного громадянина брати на себе відповідальність за свої вчинки, слова та вплив на суспільство та його членів. Це принцип, що визнає не лише права, але й обов'язки кожної особи перед суспільством, сприяючи покращенню якості життя та забезпеченню гармонійного функціонування суспільства. Зв'язок між свободою слова та відповідальністю як громадянина означає, що ви повинні обережно користуватися свободою слова. Люди повинні знати, що їхні слова можуть мати великий вплив на інших і на все суспільство. Отже, користуючись правом вільно говорити, слід думати про правильність і неправильність того, що говорили.

Відсутність відповідальності може завдати шкоди суспільству, спричинити сварки, розколи та погано вплинути на людей. Таким чином, важливо, щоб люди зрозуміли, наскільки важливо правильно говорити та бути готовими відповідати за те, що вони говорять і роблять. Поважати права та свободи інших громадян - це означає уникати поведінок та висловлювань, які можуть порушувати права, свободи та гідність інших людей.

Кожен зобов'язаний дотримуватись законів і правил, які регулюють соціальну поведінку.

Громадянська відповідальність передбачає активну участь у громадських і політичних процесах і сприяння прийняттю рішень, які впливають на загальний добробут суспільства.

Екологічна та соціальна відповідальність - це усвідомлення свого впливу на навколишнє середовище та готовність приймати рішення, які сприяють екологічній та соціальній стабільності.

Кожен громадянин повинен відповідати за свої слова та вчинки, щоб не завдавати шкоди іншим та суспільству в цілому. Прикладом може слугувати

дотримання правил дорожнього руху та безпечної поведінки на дорозі. Громадяни, які свідомо дотримуються правил дорожнього руху, не тільки захищають себе, але й інших учасників руху від можливих аварій та травм.

Іще одним прикладом може бути участь у виборах та голосування за кандидатів у місцевих, регіональних або національних виборах що є важливим прикладом громадянської відповідальності. Громадяни, які активно використовують своє право голосувати, виражають свою відповідальність за майбутнє своєї країни чи регіону та беруть участь у формуванні суспільства, яке вони бажають бачити. Негативний приклад, коли громадянин не дотримується правил екологічної безпеки та забруднює довкілля, свідомо викидаючи сміття у природу чи забруднюючи водні ресурси. Це може призвести до зниження якості життя для всіх членів суспільства, загрози здоров'ю та екологічним катастрофам.

Висновок. Свобода слова та громадянська відповідальність нероздільні та необхідні для здорового функціонування суспільства. Свобода слова дозволяє кожному вільно висловлювати свої думки та ідеї, тим самим сприяючи розвитку відкритого діалогу, обміну інформацією та критичного мислення. Але це має супроводжуватися громадянською відповідальністю усвідомлювати наслідки своїх слів і дій для суспільства. Крім того, слід зазначити, що правильне ставлення до взаємозв'язку між свободою слова та відповідальністю громадян може допомогти зберегти соціальну злагоду та соціальну гармонію. Це впливає на побудову культури толерантності, взаємоповаги, взаєморозуміння. Крім того, на основі досліджень можна зробити висновок, що безвідповідальна свобода вираження поглядів може призвести до негативних наслідків, таких як поширення ненависті, маніпуляції тощо. порушення громадської думки чи прав людини. Тому важливо, щоб кожна особа усвідомлювала свою відповідальність за слова та дії перед суспільством.

Загалом, збалансований підхід до використання свободи слова, супроводжений громадянською відповідальністю, має позитивний вплив на суспільство, сприяючи його розвитку, стабільності та процвітання.

Література:

1. <https://webportal.nrada.gov.ua/svoboda-slova-osnova-demokratiyi/>
2. http://leksika.com.ua/10740110/legal/pravo_na_svobodu_dumki_i_slova_na_v_ilne_virazhennya_svoyih_poglyadiv_i_perekonan
3. http://pidruchniki.com/18060203/zhurnalistika/svoboda_slova_osnovniy_print_sip_diyalnosti_zasobiv_masovoyi_informatsiyi_pravoviy_zmist
4. <https://svoboda.ictv.ua/ua/>

Законодавчі джерела:

1. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2938-17>
2. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2782-12>
3. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=6&nreg=435-15>

УЧАСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

**Михальчук І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доцент Черкаський А.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Участь студентської молоді в громадських організаціях є актуальним аспектом соціального життя та особистісного розвитку. Проте, існують певні проблеми, пов'язані із залученням студентів до громадських ініціатив: Багато студентів не мають достатньої інформації про можливості участі в громадських організаціях, це може бути через відсутність чіткої комунікації в університетах або недостатню пропаганду з боку громадських організацій, деякі студенти можуть не бачити користі участі в громадських організаціях або не розуміють, як це може вплинути на їхнє майбутнє, навчання в університеті вимагає значних зусиль і часу, що може ускладнювати можливість студентів приділяти час на участь в громадських ініціативах, деякі громадські організації можуть потребувати від студентів фінансових внесків або інших витрат, що можуть бути не досяжними для всіх. Ці проблеми варто розглядати у контексті розвитку студентського активізму та громадянської участі.

Метою даного реферату є вивчення та аналіз участі студентської молоді в громадських організаціях, виявлення факторів, що впливають на їхню активність, та розробка рекомендацій для підвищення рівня участі студентів у громадському житті. Зробити висновки щодо перспектив подальших розробок у сфері участі студентської молоді в громадських організаціях, вказати на можливі напрями та ініціативи, які можуть сприяти подальшому розвитку цього процесу. Отже, мета цього виступу не лише уявляє проведення аналізу ситуації, а й спрямована на знаходження конкретних шляхів вирішення проблем та підвищення ефективності участі студентів, а також на підтримку активної участі у громадському житті.

Дослідження показують, що активна участь студентів у громадських організаціях сприяє їхньому професійному та особистісному розвитку. Вона допомагає розвивати лідерські якості, комунікативні навички, а також здатність до колективної роботи. Крім того, ця участь розширює соціальні контакти студентів та дає можливість реалізувати власні ідеї та проекти. Проте, необхідно враховувати деякі фактори, що впливають на активність студентів у громадських організаціях.

Вирішення цих проблем може включати поліпшення системи інформаційної підтримки для студентів, створення мотиваційних програм, які б підтримували зацікавленість участі, а також розвиток гнучких форматів участі, що враховують особливості навчання та робочого навантаження студентів. Студентські організації існують у формі студентських рад, асоціацій, спортивних клубів, наукових товариств, благодійних організацій тощо. Займаються різноманітними питаннями, від організації культурно-освітніх заходів та спортивних змагань до вирішення соціальних проблем та підтримки студентів у

навчанні. Прикладом залучення студентів до участі у студентському самоврядуванні, є наш Одеський національний технологічний університет.

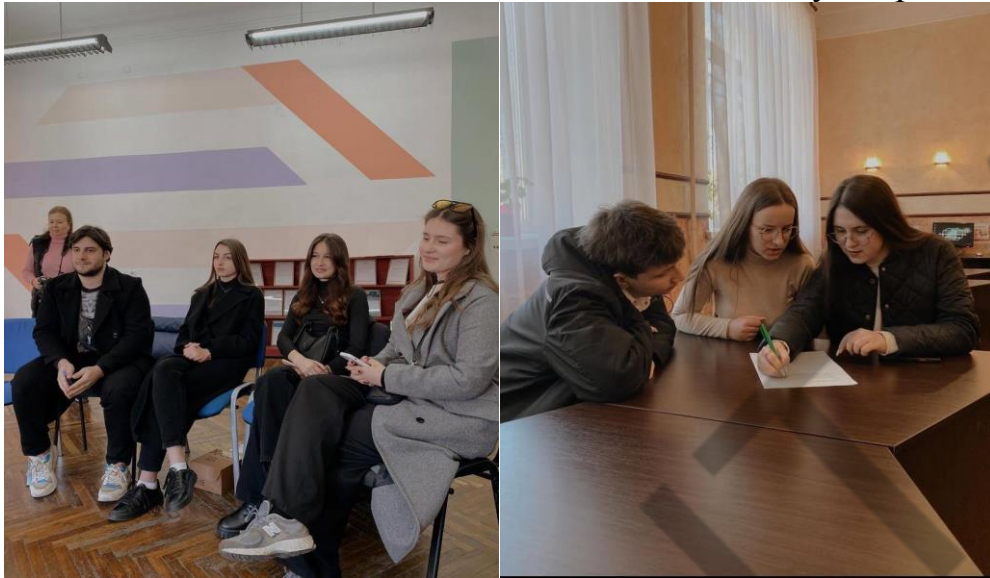


Рисунок 1. Інтелектуально-командна гра "Формула успіху"



Рисунок 2. Благодійний ярмарок



Рисунок 3. Благодійний ярмарок "З любов'ю для ЗСУ"



Рисунок 4. Квест "Активний відпочинок - це здорово!"

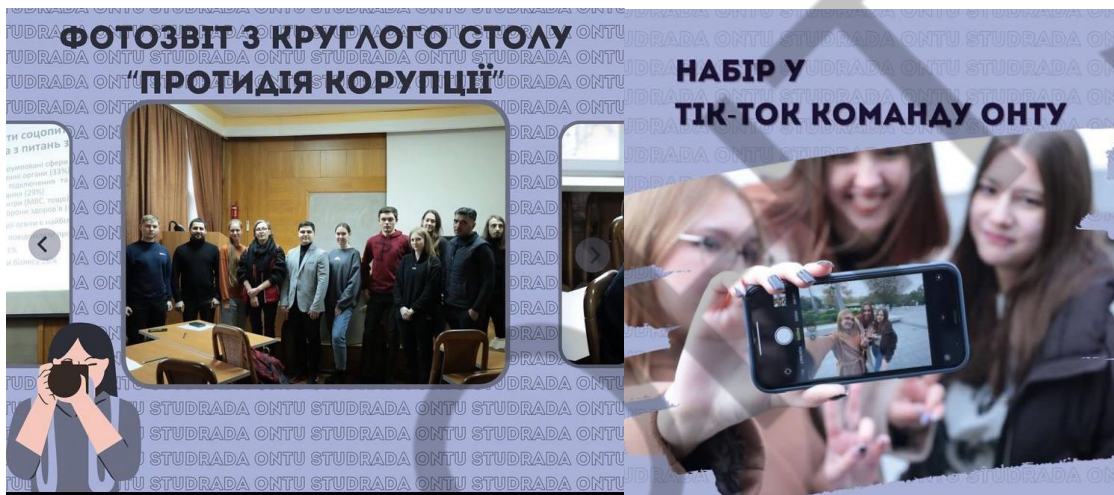


Рисунок 5. Залучення студентського самоврядування

Ось кілька рекомендацій для підвищення рівня участі студентів у громадському житті: Організувати інформаційну кампанію про можливості участі в громадських організаціях на кожному факультеті та у всьому університеті, провести воркшопи, презентації та інші заходи, щоб розповісти студентам про переваги громадської активності та процеси приєднання до організацій, встановити програми стипендій або винагороди за активність у громадських організаціях, проводити конкурси та заходи, щоб стимулювати участь студентів та визначити найактивніших, організувати тренінги та семінари для розвитку лідерських, комунікативних та організаційних навичок студентів, залучити університетське керівництво до підтримки громадських організацій та студентської активності, забезпечити можливість гнучкого графіку та роботи вдалеки для студентів, що мають обмежений час для участі в організаціях, створити безпечне та сприятливе середовище для студентської активності, де кожен може відчувати себе комфортно та захищено. Ці рекомендації можуть допомогти залучити більше студентів до громадського життя та зробити їхню участь більш ефективною та задовільною.

У висновку зазначу, що участь студентської молоді в громадських організаціях має важливе значення як для самого студентського середовища, так і для розвитку громадянського суспільства в цілому. Для підвищення рівня участі студентів необхідно активно працювати над забезпеченням доступності

інформації, створенням мотиваційних програм та підтримки активних ініціатив студентського середовища. Також наразі однією з основних проблем із залученням студентів до громадських організацій, це війна в країні, через це та багато причин стосовно цього, не всі студенти на жаль мають змогу активно долучатись до заходів. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз ефективності заходів, спрямованих на підвищення участі студентів у громадських організаціях, а також на вивчення впливу цієї участі на подальший професійний та особистісний розвиток студентів.

Література:

1. Особливості мотивації до громадської активності у студентів у сучасних умовах. Автор: Ю Вінтюк 2010 [Електронний ресурс] // Сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського – URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/23-Vintyuk>
2. Проблеми організації студентського самоврядування [Електронний ресурс] // Сайт education-ua.org – URL: <http://education-ua.org/ua/articles/1176-problemi-organizatsiji-studentskogo-samovryaduvannya>
3. Рекомендації стосовно участі студентів у громадських організаціях Електронний ресурс // Сайт Фонд Східна Європа – URL: <https://eef.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/Rekomendatsiyi-z-organizatsijnogo-rozvytku-dlya-GO.pdf>
4. Фото взяті з соціальної мережі (Instagram), з сторінки: @studradaontu

ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИНАХ

Мусурін Д.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Тодорова С.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Громадянська відповідальність є однією з важливих складових буття будь-якого суспільства. Це поняття відображає особисту відповідальність кожного громадянина перед суспільством, його участь у вирішенні суспільних проблем і підтримці загального благополуччя. Громадянська відповідальність означає більше, ніж просто дотримання законів і правил, вона передбачає активну участь у громадському житті, дотримання моральних норм і цінностей, а також здатність брати на себе відповідальність за свої дії та їх наслідки.

Важливість громадянської відповідальності для суспільства важко переоцінити. Вона є основою демократії, стабільності та розвитку. Громадянська відповідальність сприяє формуванню довіри між громадянами та владою, зміцнює соціальну солідарність і співпрацю, а також сприяє створенню сприятливого середовища для інновацій та процвітання. Без активної участі громадян у суспільному житті важко досягти повноцінного розвитку та підтримати сталість демократичних інститутів.

Основною метою вивчення є розкриття проблем, що перешкоджають розвитку громадянської відповідальності в українському суспільстві, а також пошук конструктивних шляхів їх розв'язання.

Однією з проблем, що можуть спричинити недостатній рівень громадянської відповідальності є недостатня громадянська свідомість та нерозуміння важливості власної ролі у суспільстві. Багато людей навіть не усвідомлюють свою відповідальність перед суспільством та часто відсторонені від громадських проблем. Також серйозною проблемою є недостатня розвиненість громадянської культури. Суспільство ще не виробило належних норм і цінностей, які б підтримували активну громадянську участь у суспільному житті та відповідальність за його подальший розвиток. Коли люди зазнають соціальної та економічної уразливості через нерівний доступ до ресурсів, вони часто відчують себе відчуженими від суспільства та менше зацікавлені в його розвитку, що ускладнює формування громадянської свідомості та активної громадянської позиції.

Основні причини недостатньої громадянської відповідальності полягають у комплексному впливі різних факторів на суспільство. Відсутність належної громадянської свідомості та нерозуміння важливості власної ролі у суспільстві може буди наслідком недостатньої освіти та інформованості громадян. Також вплив на громадянську пасивність має низький рівень культурного розвитку та відсутність належних цінностей у суспільстві. Недостатня ефективність органів влади та управління, разом із поширеною корупцією, поглиблюють недовіру громадян до владних структур і викликають відчуття безсилля перед системою. Соціально-економічна нерівність, що існує у суспільстві, обмежує можливості

частини населення у реалізації своїх прав та виконанні громадянських обов'язків. В цілому, ці фактори впливають на психологічний стан суспільства, знижуючи мотивацію до активної громадянської діяльності.

Для вирішення проблем недостатнього рівня громадянської відповідальності важливо активно впроваджувати освітні програми, спрямовані на підвищення громадянської свідомості та розвиток навичок активної участі в суспільному житті. Такі програми мають включати в себе навчання основам демократії, правам та обов'язкам громадян, а також стимулювання громадянської активності та самоорганізації. Ефективним засобом є залучення громадських організацій та інших громадських структур до процесів прийняття рішень та реалізації громадських проєктів. Це дозволяє забезпечити більшу відкритість та прозорість у діяльності влади, а також залучати різноманітні погляди та досвід громадян до пошуку рішень. Крім того, важливо розвивати соціальні програми, спрямовані на зменшення соціально-економічної нерівності та підтримку уразливих груп населення. Це може включати в себе заходи щодо забезпечення доступу до освіти, охорони здоров'я та соціального захисту, а також створення умов для розвитку підприємництва і створення робочих місць. Важливо здійснювати постійний моніторинг та оцінку ефективності ужитих заходів, щоб забезпечити їхню адаптацію та вдосконалення відповідно до потреб суспільства. Загальна ефективність таких заходів полягає в їхній інтегрованості та спрямованості на системні зміни у суспільстві, що сприятимуть підвищенню рівня громадянської відповідальності та покращенню якості життя всіх його членів.

Висновок: В підсумках аналізу проблеми рівня громадянської відповідальності в суспільстві, слід визнати, що ця проблема є досить складною. Фактори, які можуть спричиняти недостатню громадянську активність: недостатня освіченість, низький рівень довіри до владних структур, соціально-економічна нерівність. Ці проблеми ускладнюють формування відповідального суспільства, яке було б здатне вирішувати свої проблеми та розвиватися.

Для подолання цих проблем та підвищення рівня громадянської активності необхідно ужити комплексу заходів. Потрібно активно просувати освітні програми, спрямовані на підвищення громадянської свідомості та розвиток навичок громадянської участі. Також слід зміцнювати взаємодію між громадськими організаціями та владними структурами, створюючи механізми для конструктивного діалогу та співпраці.

Важливо вирішувати соціально-економічні проблеми та зменшувати соціальну нерівність, щоб кожний громадянин мав рівні можливості для участі в суспільному житті. Це може бути досягнуто за допомогою реформ освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, а також заохочення підприємницької діяльності та створення робочих місць.

Література:

- Примак В. П. - “Громадянська відповідальність як предмет філософських і педагогічних досліджень”. - Вісник Національної академії державної прикордонної служби України 4 (2012)
- Фурман Оксана.- “Громадянська відповідальність особистості як предмет психологічного дослідження”.- Психологія і суспільство 1 (59) (2015).- 65-91.
- Гуменюк Оксана.- “Психологічний аналіз громадянської відповідальності особистості”.- Психологія і суспільство 4 (30) (2007).- 81-92.

ВОЛОНТЕРСТВО І ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Новицький Г.К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту АтаР
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Тодорова С.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Волонтерство — добровільна, безкорислива та соціально значуща діяльність, що несе в собі ідею допомоги та самореалізації через благодійну працю.

З початком війни у 2014 році разом з першими військовими добровольцями цивільні українці показали приклад дивовижної самоорганізації. З'явилися благодійні фонди та волонтерські організації, які надавали надійну тилову підтримку тим, хто відправлявся на фронт. Саме в ці роки волонтерство поширилося та набуло високого рівня.

У важкі часи цей рух згуртував суспільство, сформувавши ефективну мережу громадських організацій та груп людей, які готові взяти на себе розв'язання найбільш актуальних та важливих проблем країни.

Волонтерство це прояв громадянської відповідальності та зрілості. Волонтери не очікують матеріальної вигоди чи визнання, а їхня робота спрямована на розв'язання нагальних проблем, які не вирішує держава.

Волонтерство в наші дні стає невіддільною складовою, де виклики та потреби постійно зростають. Воно є важкою працею, що не має на меті заробітку, але натомість пройняте бажанням внести корисний внесок у суспільство з власного поклику. Нагородою для волонтерів є визнання громадою, а головна мета полягає в розв'язанні проблем. Благодійні організації, фонди, та окремо діючі волонтери виступають справжньою рушійною силою, надаючи допомогу цивільним та військовим людям в умовах війни, чим впливають на вирішення різноманітних проблем.

З початком повномасштабного вторгнення мільйони людей виявили бажання допомогти військовим. Деякі ініціативно взяли на себе роль координаторів, об'єднуючи зусилля та ресурси тих, хто готовий допомагати фізично або фінансово до пошуку та закупівлі необхідного.

Волонтерство охоплює такі сфери:

1. гуманітарну - всебічна допомога постраждалим та нужденним;
2. військову - допомога покращення забезпечення військових підрозділів;
3. соціальну - надається підтримка малозабезпеченим шарам населення, у постачанні та розподілі харчів і одягу;
4. медичну - волонтери беруть участь у медичних місіях, амбулаторному догляді за хворими, реабілітаційних програмах, допомагають пацієнтам у відновленні здоров'я;
5. екологічну - волонтерські ініціативи спрямовані на збереження природних ресурсів та охорону довкілля, включаючи прибирання довкілля, висадження дерев, збір та переробку вторсировини;

6. освітню - волонтери активно допомагають у педагогічній діяльності, проводячи виховні та навчальні заходи, семінари, засідання, гуртків тощо;

7. культурну - волонтери беруть участь у організації та проведенні культурних заходів, фестивалів, виставок, сприяючи розвитку мистецтва та культурного життя у місті або регіоні.

Чинники, які сприяють розвитку волонтерського руху:

1. Поширення у медіапросторі.

2. Висвітлення проблеми не тільки у нашій державі, але й за кордоном за допомогою медіа, відомих персон, політиків.

3. Пошук інвесторів, організацій, бізнесменів, які готові надавати підтримку постраждалим.

4. Важливим буде не втручання держави у ці процеси, а сприяння.

5. Залучення студентської молоді до волонтерської діяльності через освітні та інформаційні кампанії.

6. Активна участь діаспори.

Ознаками громадянської відповідальності є активна життєва позиція, усвідомлене ставлення до виконання громадянських обов'язків, самостійність та наполегливість, чесність, готовність відповідати за власні вчинки. Українці добре показали це на власному досвіді, ми є прикладом феноменальної здібності гуртуватися у найважчі часи. Ми піклуємося не тільки за себе, але й за тих, кому необхідна підтримка у критичній ситуації.

Кожен з нас може буди волонтером у різних сферах життя. Головне поширювати та говорити про свою допомогу, щоб долучати людей, які не знають, як допомогти. Зараз у цей нелегкий час нам потрібна кожна людина, яка зможе зробити свій внесок і комусь допомогти. Своїм прикладом ми можемо формувати у молоді свідоме ставлення до суспільних викликів, захищаючи наші громадянські цінності.

Література:

1. Реалізація наскрізної лінії «громадянська відповідальність» у підручниках алгебри [Веб-сайт] <https://mathaxiology.wordpress.com/2017/11/26/>

2. Українське волонтерство – явище унікальне. Йому завдячуємо суверенітетом [Веб-сайт] <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2324579-ukrainske-volonterstvo-avise-unikalne-jomu-zavdacuemo-suverenitetom.html>

3. Інформаційний портал про волонтерство в Україні [Веб-сайт] <https://www.volunteeringukraine.com/>

4. «Повернись живим» — це благодійний фонд компетентної допомоги армії [Веб-сайт] <https://savelife.in.ua/>

5. Я хочу пожертвувати на українську армію". Краудфандинг стає частиною арсеналу України [Веб-сайт] <https://www.latimes.com/politics/story/2022-03-08/la-ent-ukraine-digital-resistance>

6. 13 способів допомогти народу України прямо зараз [Веб-сайт] <https://www.forbes.com/sites/gabbyshacknai/2022/02/24/10-ways-to-help-the-people-of-ukraine-right-now/?sh=73e5fc03730f>

ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Сирота В.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.і.н., доц. Черкаський А.В.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Формування громадянської відповідальності базується на усвідомленні учнями своєї *громадянськості* та розумінні й усвідомленні її складових. Як зазначається у Концепції громадянського виховання, *громадянськість* – духовно-моральна цінність, світоглядно-психологічна характеристика людини, що зумовлена її державною самоідентифікацією, усвідомленням належності до конкретної країни. З ним пов'язане більш або менш лояльне ставлення людини до встановлених у державі порядків, законів, інституцій влади, відчуття власної гідності, знання і повага до прав людини, чеснот громадянського суспільства, готовність та вміння домагатися дотримання власних прав та обов'язків.

Громадянська відповідальність – це свідоме ставлення особистості як члена суспільства до його вимог, уміння відповідати за власне життя, дії, вчинки. Ознаками громадянської відповідальної особистості є: активна життєва позиція, усвідомлене ставлення до виконання свого громадянського обов'язку, самостійність та наполегливість, самоаналіз, самоконтроль, самоорганізація, чесність, готовність відповідати за власні вчинки тощо.

На думку фахівців, характеризуючи проблему становлення громадянської відповідальності, яка повинна сформуватись під впливом інформаційно-комунікативних технологій у її загальному вигляді, доцільно звернути увагу на сучасні тенденції побудови відносин між владними структурами та громадянським (правовим) суспільством. Взаємні впливи передбачають не тільки взаємодію у виробленні державних рішень, взяття участі в управлінні державою, вони вимагають відповідальності за результати прийнятих рішень та їх впровадження у всі процеси життєдіяльності. Громадянська відповідальність як результат соціального ефекту може проявлятися у збільшенні кількості каналів і джерел поширення інформації, зростанні числа акторів комунікативних процесів, які враховують інтереси різних груп стратифікованого суспільства [2, с. 323].

Університетська громадська діяльність відіграє *важливу роль* у стимулюванні громадянської активності студентів. Нижче наведено деякі з основних способів, якими університет може сприяти розвитку громадянської активності серед студентського колективу:

1. Створення громадських організацій. Університет може підтримувати та сприяти розвитку різноманітних студентських громадських організацій, таких як: студентські ради, громадські об'єднання, клуби за інтересами тощо. Ці організації надають студентам можливість брати участь у різноманітних громадських та благодійних заходах, організовувати та взаємодіяти з іншими студентами та співпрацювати з місцевими громадами.

2. Проведення громадських заходів. ВНЗ може організовувати та підтримувати проведення різноманітних громадських заходів, таких як семінари, дискусії, круглі столи, форуми тощо, що сприяють обговоренню актуальних громадських проблем та стимулюють участь студентів у їх вирішенні.

3. Волонтерство та соціальні проекти. Університет може підтримувати програми волонтерства та соціальних проектів, спрямованих на надання допомоги місцевим громадам, організаціям або групам людей у складних ситуаціях. Участь у таких програмах допомагає студентам розвивати соціальну відповідальність та активно допомагати світу.

4. Підтримка активних студентів. Університет може активно підтримувати та надавати ресурси активним студентам, які бажають брати участь у громадських ініціативах, організації подій або веденні громадської діяльності. Це може включати фінансову підтримку, консультації та навчальні ресурси.

5. Проведення навчальних заходів. Вищий навчальний заклад може включати громадську активність у навчальну програму, організовуючи спеціальні курси, семінари чи лекції, присвячені питанням громадянської участі, громадянського права, активізму тощо.

Ці ініціативи сприяють не лише розвитку громадянської активності серед студентів, а й формують в них цінність громадянської відповідальності та активного участі у суспільному житті. Крім того, вони сприяють розвитку лідерських та організаційних навичок, які можуть бути корисними в подальшій професійній діяльності студентів.

Таблиця 1 - Результати визначення показника ціннісного ставлення до майбутньої професійної діяльності після закінчення експерименту (за методикою «Мотивація навчання у ВНЗ») (в абсолютних числах, %)

Рівень	Показники							
	ЕГ		ЕГ		КГ		КГ	
	На початку		Після завершення		На початку		Після завершення	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Недостатній	44	23,5	37	19,7	43	22,9	42	22,5
Початковий	95	50,8	80	42,6	97	51,6	95	50,8
Достатній	35	18,7	49	26,1	34	18,1	36	19,3
Високий	14	7,5	22	11,8	13	6,9	14	7,5

*Розраховано за даними контрольного експерименту, проведеному у вересні – жовтні 2018 року [3].

Аналіз результатів, поданих у таблиці, дає підстави стверджувати, що показник ціннісного ставлення до майбутньої професійної діяльності у студентів експериментальних груп, порівняно зі студентами контрольних груп, є *більш сформованим*: недостатній рівень зменшився на 3,8 % (для студентів КГ таке зменшення становить 0,4 %), початковий – на 8,2 % (для студентів КГ – 3,6 %);

натомість достатній збільшився на 7,4 % (для студентів КГ – 2,7 %), а високий – на 4,3 % (для студентів КГ – 1,1 %).

Громадянська позиція викладача вищої школи є невід’ємною складовою його компетенції. Завдяки їй викладач вищої школи демонструє себе як висококультурну людину, що усвідомлює своє призначення в сучасному суспільстві, розуміється на громадянських правах і обов’язках, чинному законодавстві.

Співвідношення відповідей викладачів, які підтверджують цей висновок, наведено нижче (рис. 1).

Рис. 1 - Стан громадянської компетенції викладачів.



*Розроблено на основі джерела [4].

Як свідчить аналіз результатів цієї складової, вона потребує негайної особливої уваги та вимагає підвищення кваліфікації викладачів у питанні усвідомлення та дотримання громадянської позиції.

Інтерактивні методи навчання мають **великий потенціал** у підвищенні рівня громадянської відповідальності у студентів економічних факультетів. Нижче розглянемо деякі з них та їх роль у цьому процесі:

1. Проблемне навчання. Цей метод дозволяє студентам активно займатися пошуком рішень для реальних або уявних проблем. Під час розв’язання проблем студенти вивчають не лише теоретичний матеріал, а й навички роботи в команді, аргументації своїх поглядів та прийняття конструктивних рішень, що сприяє розвитку їхньої громадянської відповідальності.

2. Кейс-метод. Цей метод передбачає використання реальних або симульованих кейсів для аналізу та обговорення студентами. Вони досліджують конкретні ситуації або проблеми, що виникають у сфері економіки, та вирішують їх, враховуючи різні аспекти відповідальності, етики та соціальних наслідків.

3. Рольові ігри. Цей метод дозволяє студентам відчувати себе у ролі різних учасників економічних процесів або приймачів рішень. Шляхом участі в рольових іграх студенти розуміють складність прийняття рішень та вплив своїх дій на навколишнє середовище.

4. Проекти з використанням технологій. Використання сучасних технологій для організації проектів або досліджень може зробити навчання більш захоплюючим та ефективним. Створення веб-сайтів, інтерактивних презентацій або відеоматеріалів може сприяти залученню студентів до тем громадянської відповідальності.

5. Дебати та дискусії. Організація дебатів та дискусій із питань економіки, економічної політики, соціальної відповідальності тощо може стимулювати активну участь студентів у вирішенні суспільних проблем та формуванні власних поглядів на них.

Ці методи сприяють активній участі студентів у навчальному процесі, розвитку аналітичних та критичного мислення, а також розумінню соціальної та економічної відповідальності. Вони допомагають студентам розуміти важливість їхнього внеску у суспільство та розвивати навички для ефективної участі у громадському житті.

Література:

1. Васильєва Д.В. Реалізація наскрізної лінії «Громадянська відповідальність» у підручниках алгебри [Електронний ресурс]. URL: <https://mathaxiology.wordpress.com/2017/11/26/%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%BA%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%BB%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%97-%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4/> (дата звернення 24.03.2024)

2. Матвєєнко І. В. Теоретичні аспекти впливів інформаційно-комунікативних технологій на становлення громадянського суспільства / І. В. Матвєєнко // Наук. вісн. Акад. муніцип. упр. Серія : Управління. – 2010. – Вип. 2. – С. 319–325.

3. Войчун О.В. Дисертація: "Формування громадянської активності студентів університету засобами студентського самоврядування": аналіз ефективності засобів студентського самоврядування у процесі формування громадянської активності студентів університету. Київ, 2020 р., с. 177.

4. Л. Хоружа, М. Братко, О. Котенко, О. Мельниченко, В. Прошкін. Компетенції викладачів вищої школи в добу змін: діагностика та аналітика. Київ, 2018 р., с. 45.

КОРУПЦІЯ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Чехова В.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.ф.н., доц. Шевченко Г.А.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Корупція є серйозною та складною проблемою, яка існує в багатьох країнах світу, і може приймати різні форми, включаючи хабарі, використання влади в особистих цілях, виправдання невідповідальності тощо. Ця проблема має серйозні наслідки для економіки, політичної системи та суспільства країни в цілому. Вона може спричинити недовіру громадян до влади, обмежити економічний розвиток, сприяти злочинності та недемократичним практикам.

Дані соціологічних опитувань свідчать: абсолютна більшість громадян (понад 80 %) вважають корупцію характерним для нашого суспільства явищем. У цілому, населення України оцінює корупцію як зло, що руйнує державу, роз'їдає суспільну мораль, завдає шкоди всьому суспільству. Більшість населення України (56%) корупцію розуміють як хабарництво, продажність та підкуп посадових осіб, політичних діячів. Для інших корупція – це зловживання владою, перевищення посадових повноважень для власного збагачення. Отже, корупцію в загальному та буквальному розумінні можна визначити як зловживання державною владою в цілях особистої вигоди. Найкорумпованішими, на думку населення, є: медичні заклади, правоохоронні та судові органи, заклади вищої освіти, міністерства та інші органи центральної виконавчої влади [1].

Після Революції Гідності в Україні функціонує умовний трикутник у боротьбі з корупцією. Активні представники громади доносять інформацію про проблеми до міжнародних організацій, бо уряд зацікавлений в збереженні статусу кво і не реагує на скарги громадянського суспільства. В той же час, Європейський Союз прагне мати серед сусідів сильну та мирну країну, з якою можна будувати сталі економічні зв'язки. Корупція стає на заваді цьому. Тож донорські організації з цих країн ставлять українській владі вимогу — боротьба з корупцією в обмін на фінансову допомогу. Оскільки влада в Україні зацікавлена в стабільній економічній ситуації і переобранні на наступних виборах, то виконує вимоги донорів. Тож трикутник складається з активістів, міжнародних організацій та української влади [2].

Корупція і громадянська відповідальність - це два поняття, які тісно пов'язані і взаємодіють між собою. Корупція - це зловживання владою або посадовим положенням з метою особистої вигоди чи вигоди для інших осіб чи груп. Громадянська відповідальність - це обов'язок громадян брати активну участь у суспільному житті, дотримуватися законів та правил, та брати на себе відповідальність за долю своєї країни та її майбутнє. Це включає участь у виборах, громадській діяльності, освіті та свідомому сприянні дотриманню правил і принципів демократії. Громадяни, які виявляються активними і свідомими своїх прав та обов'язків, можуть створювати тиск на владу для забезпечення прозорості, відкритості та ефективності управління. Вони можуть виявляти корупційні практики, вимагати розслідування і покарання винних осіб, та підтримувати антикорупційні ініціативи та реформи.

Боротьба з корупцією вимагає комплексного підходу та впровадження різноманітних заходів на різних рівнях суспільства. Деякі з них:

1. «Законодавчі заходи». Ефективні антикорупційні закони та реформи, які встановлюють жорсткі покарання для корупційних діянь, є важливими. Це може включати створення спеціалізованих антикорупційних органів та судових установ, а також впровадження механізмів для забезпечення прозорості та відкритості в урядових закупівлях та фінансових операціях.

2. «Зміцнення інституцій». Незалежність судової системи, поліції та інших контролюючих органів є важливими для ефективної боротьби з корупцією. Такі органи повинні мати достатні ресурси, владу та незалежність для розслідування та притягнення корупціонерів до відповідальності.

3. «Прозорість і доступ до інформації». Забезпечення доступу до інформації про діяльність уряду та публічних інституцій є важливим для уникнення корупції. Відкритість фінансових операцій, закупівельних процедур та владних рішень може допомогти уникнути можливості для корупційних схем.

4. «Підвищення освіти та свідомості». Інформування громадян про їхні права та обов'язки, а також про наслідки корупції для суспільства може допомогти створити культуру відмови від корупційних практик та підтримати громадський тиск на боротьбу з цією проблемою.

5. «Міжнародне співробітництво». Співпраця між країнами у сфері боротьби з корупцією, обмін досвідом та найкращими практиками може допомогти зменшити міжнародну корупційну діяльність та притягнути до відповідальності осіб, які зловживають своїм статусом у різних країнах.

Ці заходи повинні виконуватися у взаємодії з різними секторами суспільства та враховувати специфіку країни.

Висновки: корупція є серйозною загрозою для суспільства, економіки та демократії. Її наслідки можуть бути руйнівними, знижуючи довіру громадян до влади, обмежуючи економічний розвиток та порушуючи справедливість. Боротьба з корупцією вимагає спільних зусиль урядових органів, бізнесу, громадських організацій та громадян.

Громадянська відповідальність грає ключову роль у боротьбі з корупцією. Громадяни мають бути освіченими про свої права та обов'язки, активно виступати проти корупційних практик та вимагати від своїх урядових органів прозорості, відповідальності та чесності. Посилення громадського тиску може стати ефективним інструментом для зміни корупційної системи. Лише через спільні зусилля всіх сфер суспільства можна досягти значного прогресу у боротьбі з корупцією та побудувати більш справедливе та прозоре суспільство.

Література:

1. Стан і проблеми корупції в Україні. URL: <https://pzmrujust.gov.ua/yurydychni-konsultatsii/464-stan-i-problemy-koruptsii-v-ukraini>

2. Чому боротьба з корупцією в Україні відбувається так повільно? URL: <https://kse.ua/ua/community/stories/chomu-borotba-z-koruptsiyeyu-v-ukrayini-vidbuvayetsya-tak-povilno/>

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВИМІРІВ ТА СТРАТЕГІЙ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МОЛОДІ

Кецман Д.О. студ. ф-ту ММтаПА

Науковий керівник – к.філос.н. доц. Мельник Ю.М.

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Вступ. У сучасному суспільстві питання громадянської відповідальності стає все більш актуальним, особливо в контексті розвитку України як демократичної та правової держави. Молодь, яка є активною частиною суспільства, відіграє ключову роль у цьому процесі. В умовах складних економічних, політичних та соціальних викликів виникає потреба вивчати роль університетської освіти в формуванні громадянської відповідальності у молоді.

Основною метою цього дослідження є аналіз ролі університетської освіти в формуванні громадянської відповідальності у молоді з урахуванням соціально-економічних вимірів.

Україна, подібно багатьом країнам, стикається зі складними соціально-економічними викликами, серед яких знаходяться корупція, низький рівень довіри до державних інституцій, соціальні нерівності та неефективна взаємодія між суспільством та владою. Ці проблеми вимагають активної участі молодого покоління в пошуку та впровадженні рішень для досягнення стабільного та сталого розвитку країни.

Одним із ключових чинників, який може сприяти вирішенню цих проблем, є формування громадянської відповідальності серед молоді. Громадянська відповідальність передбачає активну участь у суспільних справах, дотримання законів, повагу до прав людини та демократичних цінностей. Однак, в умовах сучасного суспільства, де різноманітні виклики та інформаційний шум можуть збентежити молодь, необхідно ретельно розглянути роль університетської освіти в формуванні громадянської відповідальності.

Дослідження сучасного стану громадянської відповідальності серед молоді в Україні. Розуміння громадянської відповідальності: здатність молоді розуміти та приймати на себе громадянські обов'язки є важливим аспектом їхньої соціальної адаптації та інтеграції в суспільство. Дослідження показують, що більшість молоді розуміють поняття громадянської відповідальності, але часто відчують дефіцит практичного досвіду його реалізації у повсякденному житті. Ставлення до соціальних обов'язків багато молодих людей виявляють позитивне ставлення до соціальних обов'язків та готовість брати на себе активну роль у суспільному житті. Однак, існують фактори, які можуть обмежувати їхню громадянську активність, такі як відсутність довіри до державних інституцій, економічні труднощі та невідповідність соціальних потреб дійсним можливостям.

Університетська освіта відіграє ключову роль у формуванні громадянської відповідальності у молоді. Багато університетів включають громадянську відповідальність у свої навчальні програми через спеціальні курси, семінари та проекти. Ці програми допомагають студентам розуміти важливість

громадянської участі в суспільних справах та розвивати навички активної громадянської позиції: стимулювання громадянської активності. Університети також стимулюють громадянську активність серед студентів шляхом організації волонтерських проєктів, громадських заходів та лекцій з питань громадянської відповідальності. Ці заходи надають студентам можливість застосовувати отримані знання та навички у практиці та розвивати свій внесок у суспільне життя. Роль викладачів та наукових керівників: викладачі та наукові керівники грають важливу роль у формуванні громадянської відповідальності у молоді, демонструючи приклад громадянської поведінки та підтримуючи ініціативи студентів у цьому напрямі: загальний вплив університетської середовища. Університетське середовище, де студенти мають можливість обговорювати соціальні та політичні питання, також сприяє формуванню громадянської відповідальності. Обмін думками та ідеями з однодумцями та науковими керівниками сприяє розвитку критичного мислення та громадянської свідомості.

Соціально-економічні чинники мають значний вплив на формування громадянської відповідальності серед молоді. Економічний статус та доступ до якісної освіти визначають можливості молоді у розвитку громадянської відповідальності. Молодь з низьким економічним статусом та обмеженим доступом до освіти часто має обмежені можливості для участі у громадському житті та реалізації свого потенціалу. Високий рівень безробіття та соціальна нестабільність можуть призвести до відчуття безпорадності та відсутності перспектив у молоді, що впливає на їхню мотивацію до участі у суспільному житті та розвитку громадянської відповідальності. Розробка та впровадження освітніх та культурних програм, спрямованих на підвищення громадянської свідомості та активізацію участі у громадському житті, може значно покращити ситуацію та сприяти розвитку громадянської відповідальності серед молоді. Медіа та інформаційні технології відіграють важливу роль у формуванні громадянської свідомості та відповідальності. Інформаційна доступність та можливість обміну думками через мережі сприяють усвідомленню соціальних проблем та мотивують до активної участі у суспільному житті. Соціально-економічні чинники мають значний вплив на громадянську відповідальність молоді. Економічний статус, освіта, рівень безробіття, соціальна стабільність, освітні та культурні програми, а також роль медіа та інформаційних технологій визначають здатність молоді до активної участі у суспільному житті та розвитку їхньої громадянської відповідальності. Розуміння цих чинників є важливим для розробки ефективних стратегій формування громадянської відповідальності у молоді.

Одним з ключових підходів є включення громадянської відповідальності у навчальні плани. Університети можуть розробляти спеціальні курси та програми, які сприяють розвитку громадянських навичок, етичних цінностей та соціальної відповідальності. Проведення громадських та волонтерських заходів: організація громадських та волонтерських заходів може сприяти розвитку громадянської свідомості та активної участі у суспільному житті. Університети можуть сприяти студентам у залученні до таких заходів та

надавати підтримку їхнім ініціативам. Університети можуть створювати місця для обговорення соціальних та політичних питань, такі як дискусійні клуби, лекторії та круглі столи. Це дозволить студентам обмінюватися думками та ідеями, розширювати свої знання та розвивати критичне мислення. Викладачі можуть відігравати важливу роль у підтримці громадянської відповідальності серед студентів. Вони можуть надавати настанови, стимулювати обговорення громадянських та соціальних питань у класі, а також демонструвати приклад громадянської поведінки через свою власну активність у громадських ініціативах та проектах. Не менш важливим елементом є впровадження системи моніторингу та оцінки ефективності програм та заходів, спрямованих на формування громадянської відповідальності у молоді. Це дозволить вчасно виявляти проблеми та коригувати стратегії розвитку. Партнерство з громадськими організаціями: університети можуть розвивати партнерські відносини з громадськими організаціями та неприбутковими фондами, щоб спільно реалізовувати проекти та програми з підвищення громадянської свідомості та відповідальності.

Важливим елементом є підтримка студентських ініціатив та проектів, спрямованих на розвиток громадянської свідомості та участь у громадському житті. Університети можуть надавати фінансову, організаційну та інформаційну підтримку таким ініціативам. Участь у міжнародних обмінних програмах та проектах співпраці може сприяти розширенню горизонтів студентів, розвитку міжкультурного розуміння та громадянської свідомості. Розробка та впровадження стратегій формування громадянської відповідальності у молоді через університетську освіту вимагає комплексного підходу та планування. Шляхом включення громадянської відповідальності у навчальні програми, організації громадських заходів, підтримки студентських ініціатив та розвитку партнерських відносин з громадськими організаціями університети можуть сприяти формуванню громадянської свідомості та відповідальності у молоді, що є важливим чинником для будівництва сильного та стабільного суспільства.

Узагальнюючи обговорені питання про роль університетської освіти в розвитку громадянської відповідальності у молоді та аналіз соціально-економічних вимірів цього процесу, можна зробити **висновок** про те, що університети відіграють ключову роль у формуванні громадянської свідомості та відповідальності серед молоді. Шляхом включення громадянської освіти у навчальні програми, організації громадських заходів, волонтерської діяльності та співпраці з громадськими організаціями, університети створюють умови для активної участі студентів у суспільному житті та вирішенні соціально-економічних проблем. Такий підхід сприяє не лише професійному розвитку, але й формує в молоді громадянську свідомість, яка є ключовою складовою будівництва сильного та стабільного суспільства.

Література:

1. Глущенко, Ю. Ю. (2015). "Роль університету у формуванні громадянської компетентності студентів: історико-педагогічний аспект." Вісник

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Психологія, (52), 81-84.

2. Довгалюк, Л. О. (2012). "Громадянське виховання в університетах України: сучасний стан і перспективи розвитку." Наукові записки. Серія "Педагогіка", (116), 17-22.

3. Кулик, І. М. (2018). "Формування громадянської відповідальності студентів університету." Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 16: Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики, (31), 181-185.

4. Маслова, Т. А. (2019). "Формування громадянської позиції студентів вищих навчальних закладів: теоретичні аспекти." Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Педагогіка", (57), 73-76.

5. Петрова, Т. М. (2017). "Формування громадянської культури студентів вищих навчальних закладів." Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки, (83), 105-108.

УНІВЕРСИТЕТСЬКА ОСВІТА У ВИХОВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МОЛОДІ

Прокопчук О.С. студ. ф-ту ММтаПА
Науковий керівник –к.філос.н., доц. Мельник Ю.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Вступ. Університети відіграють ключову роль у формуванні громадянської відповідальності у студентської молоді. Проте, цей процес супроводжується великою кількістю викликів, що вимагають уваги та вирішення. Серед таких викликів можна виділити різноманітність студентського складу, відсутність цілісного підходу до громадянської освіти, відсутність мотивації у студентів, обмежені ресурси, технологічні виклики та культурні відмінності та глобалізація.

Метою цього виступу є детальне вивчення ролі університетської освіти у вихованні громадянської відповідальності, а також ідентифікація викликів, з якими стикаються університети в цьому процесі, і можливостей, які вони мають для їх вирішення.

Університети мають унікальні можливості для виховання громадянської відповідальності у студентської молоді через різноманітність своїх академічних та позашкільних програм. Предметна освіта та академічна програма з громадянської освіти, позашкільні програми та ініціативи, студентське самоврядування, міжнародні обміни та наукові дослідження є основними інструментами, за допомогою яких університети забезпечують виховання громадянської відповідальності.

Проте, цей процес супроводжується великою кількістю викликів. Недостатня мотивація у студентів, відсутність цілісного підходу до громадянської освіти, а також обмежені ресурси університетів ускладнюють проведення програм та ініціатив з громадянської освіти. Технологічні виклики та культурні відмінності та глобалізація також ставлять перед університетами нові завдання та перешкоди.

Роль університетської освіти у формуванні громадянської відповідальності студентів може бути розглянута з різних точок зору та включати в себе різноманітні аспекти. Давайте детальніше розглянемо ці аспекти:

Предметна освіта та академічна програма: Університетська освіта надає студентам можливість вивчати різні дисципліни, які формують їхню громадянську свідомість. Предмети з політичних наук, соціології, етики, права та інших гуманітарних та соціальних наук допомагають студентам розуміти суспільство, його структуру, проблеми та можливості.

Формування критичного мислення: Університети розвивають у студентів навички критичного аналізу та оцінки інформації, що є ключовими для громадянської участі. Студенти навчаються ставити питання, аргументувати свої думки та критично оцінювати різноманітні погляди та думки.

Позааудиторні активності та громадянська діяльність: Університети створюють платформи для студентської громадської діяльності, такі як

студентські організації, громадські служби, волонтерські програми тощо. Ці можливості дозволяють студентам набувати досвіду в участі в громадських проектах, розвивати лідерські якості та відчувати свою причетність до суспільства.

Етичне виховання: Університети сприяють формуванню етичних цінностей та норм поведінки серед студентів. Вони надають можливості для обговорення етичних проблем та конфліктних ситуацій, розвивають у студентів емпатію та повагу до прав та свобод інших людей.

Студентське самоврядування та управління: Участь у студентському самоврядуванні та управлінні університетом дає студентам можливість відчувати себе частиною спільноти, взяти на себе відповідальність за прийняття рішень та формування університетського середовища.

Узагальнюючи, університетська освіта є ключовим фактором у формуванні громадянської відповідальності студентів через предметну освіту, розвиток критичного мислення, позашкільні активності, етичне виховання та участь у студентському самоврядуванні. Університети мають різноманітні можливості для виховання громадянської відповідальності серед своїх студентів. Давайте розглянемо деякі з них більш детально:

Академічна програма з громадянської освіти: Університети можуть розробляти спеціальні курси або включати вже існуючі предмети, що охоплюють теми громадянської освіти. Ці курси можуть включати в себе вивчення історії громадянських прав та свобод, механізмів демократичного управління, проблем глобального співтовариства та інші важливі аспекти.

Позааудиторні програми та ініціативи: Університети можуть сприяти розвитку студентської громадянської активності через організацію волонтерських проектів, акцій благодійності, екологічних ініціатив та інших соціальних заходів. Ці програми дозволяють студентам застосовувати знання, отримані в університеті, на практиці та розвивати навички громадянської участі.

Студентське самоврядування: Участь у студентському самоврядуванні дає студентам можливість брати участь у прийнятті рішень на рівні університетської громади. Це може включати в себе участь у студентських радах, комітетах, органах управління та інших структурах.

Міжнародні обміни та проекти: Університети можуть сприяти міжнародним обмінам студентів, що допомагає розширити горизонти студентів, розуміння різноманітних культур та проблем глобального значення. Це також сприяє розвитку громадянської відповідальності через стимулювання міжнародного співробітництва та розуміння важливості міжкультурної толерантності.

Наукові дослідження та аналіз громадянських питань: Університети можуть стимулювати студентів до проведення досліджень та аналізу громадянських питань у рамках своїх наукових програм. Це дозволяє студентам розвивати критичне мислення, виявляти проблеми та шукати шляхи їх вирішення.

Зважаючи на значущість ролі університетів у формуванні громадянської відповідальності у студентській молоді, існують деякі виклики, з якими ці заклади освіти стикаються в цьому процесі. Детально розглянемо ці виклики:

Багатогранність студентського складу: Університети приваблюють студентів із різноманітних соціальних, культурних та економічних середовищ. Це означає, що вони мають різні рівні попередньої підготовки, різні цінності та погляди на світ. Відповідно, викладачам необхідно забезпечити різноманітні підходи та стратегії для ефективного впливу на громадянську свідомість усіх студентів.

Відсутність цілісного підходу до громадянської освіти: Багато університетів не мають чіткої методології або програми щодо виховання громадянської відповідальності. Часто ці питання залишаються на розсуд викладачів, що може призвести до нерівномірного або недостатнього впливу на студентів.

Відсутність мотивації у студентів: Деякі студенти можуть бути не зацікавлені у залученні до громадянської діяльності або вважати її неактуальною для свого майбутнього кар'єрного успіху. Університетам потрібно знаходити способи, як збуджувати зацікавленість та мотивацію студентів у виявленні громадянської відповідальності.

Обмежені ресурси: Недостатні фінансові, людські та матеріальні ресурси можуть ускладнювати проведення програм та ініціатив з громадянської освіти. Університетам доводиться балансувати між різними потребами та виділяти ресурси для цієї сфери.

Технологічні виклики: Сучасна технологічна революція вносить свої корективи в процеси освіти. Університетам потрібно забезпечити, щоб вони ефективно використовували ці технології для сприяння громадянській освіті, але водночас не допускали розриву між віртуальним та реальним життям.

Культурні відмінності та глобалізація: Університети, особливо ті, що привертають студентів з різних країн, мають враховувати культурні відмінності та глобальні виклики при формуванні громадянської відповідальності. Вони повинні створювати середовище, де кожен студент може відчути свою причетність до громадянської діяльності незалежно від своєї культурної приналежності.

Висновки: З урахуванням викликів, що виникають у процесі виховання громадянської відповідальності у студентів, важливо розробляти комплексні підходи та стратегії, які враховують унікальність кожного університету та його студентського складу. Подальші дослідження у цій сфері можуть спрямуватися на розробку ефективних методик виховання громадянської відповідальності, впровадження новітніх технологій в освітній процес, а також зміцнення співпраці між університетами та громадськими організаціями для спільної реалізації програм громадянської освіти.

Література:

1. Семеренко, В. М. (2018). Громадянська освіта: від ідеї до реалізації. Київ: Наукова думка.
2. Жабинська, О. О. (2015). Громадянська відповідальність: теоретичний аспект. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, (4), 51-55.
3. Громадянська освіта: концепція та практика: Навчально-методичний посібник / За ред. В. М. Корнієнка. – Київ: Наукова думка, 2017.
4. Вакуленко, В. (2014). Громадянська відповідальність як складник громадянського суспільства. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», (30), 103-107.
5. Кулакова, О. В. (2016). Громадянська відповідальність студентської молоді в контексті соціалізації. Актуальні проблеми гуманітарних наук, (50), 160-164.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Топчук С.П., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіГРБ
Науковий керівник –к.філос.н., доц. Мельник Ю.М.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

У Законі України “Про освіту” йдеться: «освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства». [1] Завданням вищих навчальних закладів є не лише навчання певній спеціальності та професійній етиці, але і формування активного громадянина своєї держави, здатного брати дієву участь у житті суспільства, змінювати його на краще, приймати вірні рішення, нести відповідальність за свої вчинки. Ці завдання відповідають плану реалізації Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року, схваленої Кабінетом Міністрів України у грудні 2023 року, однією із стратегічних цілей якої є «Утвердження української національної та громадянської ідентичності на основі суспільно-державних (національних) цінностей України, формування оборонної свідомості, громадянської стійкості, соціальної активності та відповідальності в українців». [2]

Соціально-економічні аспекти формування громадянської відповідальності у молоді дещо змінилися в умовах воєнного часу. Повномасштабне вторгнення показало не лише вражаючу світ здатність українців до захисту своєї Батьківщини, але й викрило ганебно великий відсоток зрадників, пристосуванців, корупціонерів. Особливо гостро це відчутно на окупованих територіях. Доктору філософських наук, викладачці херсонського вишу ХНТУ Галині Береговій, під час окупації Херсона, довелося змінити зовнішність та переховуватись. Вона спостерігала за поведінкою людей під час окупації, за різким зменшенням рівня довіри одне до одного, з одного боку, та здатністю об'єднуватися, щоб допомогти з ліками чи продуктами тим, кому найважче. «Коли відбудеться наша велика перемога, ми повинні навчати студентів працювати зі свідомістю, тому що війна показала, що багато зрадників, багато перевертнів саме через недолугість, недалекість, низький інтелект», — зробила висновки філософія [3]. Справді, численні відео наштовхують нас на думку, що неосвіченість, низький рівень інтелекту та загального розвитку, відсутність критичного мислення та елементарної логіки у частини населення несуть велику небезпеку для всього суспільства. Тому слід приділяти якнайбільшу увагу вихованню свідомості та формуванню інтелекту у вихованні сучасної української молоді.

Виховання громадянської відповідальності сучасної молоді починає формуватися ще під час навчання у закладах загальної середньої освіти. До студентського середовища здебільшого потрапляє інтелектуальна еліта випускників шкіл з уже закладеними почуттями патріотизму, громадянської

активності, власної значимості та відповідальності за долю країни. Але тепер це вже дорослі, повнолітні громадяни, чия громадська активність стає більш дієвою та серйознішою, а отже, відповідальнішою.

Університетська освіта передбачає засвоєння певного рівня правових знань, необхідних як у професійній сфері, так і в громадській. Знання своїх прав та обов'язків, законів своєї країни та законів інших країн робить життя та діяльність людини безпечнішими та комфортнішими. Тим більше, що громадська діяльність у демократичній державі – не завжди провладна, тому часто є небезпечною для людини з недостатнім рівнем правової підготовки.

Звичайно ж, головне завдання у вихованні майбутніх професіоналів – це формування підприємницької компетенції, адже майбутнє держави залежить від того внеску в економіку, який будуть здатні зробити сьогоденні студенти, використовуючи такі якості, як наполегливість, креативність, культура, толерантність, мобільність, етикет. «Зберегти і примножити людське в людині в нестабільних соціально-економічних умовах – необхідно, актуально, тому потрібні активна життєва позиція та громадянська зрілість кожного учасника освітньо-виховного процесу. Важливе не тільки вміння оперувати власними знаннями, а й бути готовим змінюватися та пристосовуватися до економічних перетворень, користуватися інформацією, активно діяти, швидко приймати рішення, навчатися протягом життя». [4] Поєднання підприємницької та громадянської компетенцій створить передумови для дієвої самореалізації молоді особистості на благо себе та свого суспільства.

Виховання патріотичних та громадянських якостей сучасного молодого українця має здійснюватись за допомогою переважно діяльнісних методів. Слід відходити від пафосних закликів та словесного переконання на користь залучення молоді до активних громадських справ, що дають молодій людині задоволення від наслідків своєї праці, усвідомлення важливості власного внеску у покращення життя суспільства, віри у свої сили, свій внесок у діяльність країни, спрямовану на здійснення суспільно-економічних змін на шляху до європейського майбутнього. Такими справами в умовах сьогодення може стати волонтерська діяльність різноманітного спрямування: допомога ЗСУ, екологічні, дитячі, зооохисні проекти тощо. Волонтерська діяльність у військовому шпиталі чи дитячому будинку, допомога іноземним чи українським фондам у здійсненні гуманітарної місії, співпраця в колективі однодумців виховує патріотичні почуття, робить неприйнятним для молоді особистості корупційність чи зраду. Також активне залучення молоді до практичної громадської діяльності у студентські роки сприяє вихованню відповідальності за долю своєї Батьківщини, прагнення втілити свої плани саме в рідній країні, жити та працювати саме в ній. Спрацьовує один з психологічних прийомів: чим більше людина вкладає у щось душу й працю, тим дорожчим це стає для людини.

Отже, концепція розвитку громадянської освіти в Україні базується на необхідності створення сприятливих умов для формування та розвитку громадянської компетентності людини у всіх сферах та на всіх рівнях освіти. Основними аспектами формування громадянської відповідальності у

студентської молоді мають стати: виховання свідомості, формування інтелекту та критичного мислення; достатній рівень правової підготовки; тісне поєднання формування підприємницької та громадянської компетентності; відхід від формально-теоретичного на користь діяльнісного підходу у вихованні патріотичних якостей молоді.

Література:

1. Закон України «Про освіту» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2017, № 38-39. – ст. 380. URL: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-osvituvidomosti-verhovnoji-2017-51849.html>
2. Д. Шмигаль. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2023—2025 роках. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhhvalennia-stratehii-utverdzhennia-ukrainskoi-na-a1322>
3. Береговій Г. "Я поголила голову і привчила собаку виплигувати у вікно, на той випадок, якщо арештують". Суспільне Херсон. URL: <https://www.facebook.com/share/v/hj1DzLiwH78NhGt3/>
4. Шевчук Н. І. Формування громадянських якостей студентської молоді – інвестиції в майбутнє України / Соціально-педагогічні засади формування громадянської відповідальності у студентів: збірник матеріалів / [голова редкол. О. А. Удалова, члени редкол. В. М. Бабич, Ю. В. Ївженко, Л. В. Корецька, О. Д. Літвінчук, Н. К. Наумова]. – Київ, 2019. – 210 с. URL: <http://xn--d1acjtrgde.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/07/SHevchuk-N.-I..pdf>

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

**Герук Д. А., студ. ОПС «фаховий молодший бакалавр» ф-ту Соціальна робота
Науковий керівник – магістр, викладач Гуменюк І. М.
ВСП «Кам'янець – Подільський фаховий коледж» НРЗВО «Кам'янець-
Подільський державний інститут», м. Кам'янець – Подільський**

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну стало викликом для всіх сфер — не винятком стала і соціальна, яка опікується вразливими, малозахищеними та незахищеними категоріями населення [1]. Війна завдала та продовжує завдавати непоправної шкоди соціальній безпеці України. Їх результатом стало:

1. зростання навантаження на систему соціальної підтримки та соціального страхування населення через постійне збільшення кількості громадян, які потребують отримання соціальних, реабілітаційних послуг та виплат при одночасному зменшенні надходжень до державного, місцевого бюджетів та фондів загальнообов'язкового пенсійного та соціального страхування;

2. ускладнення верифікації інформації щодо фактичної кількості як дорослих, так і дітей, які потребують соціального захисту та підтримки;

3. руйнування об'єктів соціальної інфраструктури, втрата доступу до особистих справ бенефіціарів соціальної підтримки;

4. спеціалісти сфери соціальної підтримки населення також стають вимушеними переселенцями, що впливає на обслуговування населення;

5. система соціальної підтримки не встигає адаптуватися до значних міграційних рухів громадян, зміною активної лінії ведення бойових дій та зміни переліку тимчасово окупованих територій, що, серед іншого, ускладнює здійснення соціальних, страхових та пенсійних виплат громадянам;

6. емоційний розпач громадян від нерозуміння своїх соціальних прав та зобов'язань під час війни;

7. недостатнє покриття громад мережею закладів, які надають соціальні, реабілітаційні послуги під час війни, особливо на територіях масового перебування 8. переселенців;

9. унеможливлення отримання громадянами України, які проживають у зоні активних бойових дій чи біля неї, на тимчасово невідконтрольних територіях України,

10. належних їм виплат та соціальних послуг;

11. поглиблення вразливості маломобільних груп населення від початку війни [3].

Метою дослідження є забезпечення надання соціальних послуг та підтримка вразливих, малозахищених та незахищених категорій населення, не зважаючи на складність економічної ситуації зумовленої військовою агресією рф проти України.

Одним з викликів для України в умовах надзвичайно складної економічної ситуації, спричиненою збройною агресією росії, залишається належне функціонування системи соціального захисту та підтримка постраждалих від

війни осіб. З початку її повномасштабного вторгнення в Україну перед системою соціального захисту поставало фактично два основних завдання: підтримання передбачених чинним законодавством соціальних виплат, допомог та пенсій, забезпечення надання соціальних послуг, а також надання підтримки внутрішньо переміщеним особам та особам, які постраждали від збройної агресії [2].

Кардинальних змін чи нововведень у системі соціального захисту впроваджено не було, за виключенням трансформації щомісячної адресної допомоги ВПО на допомогу на проживання і фактичне скасування критеріїв її отримання, які діяли раніше. Було успішно та оперативно внесено зміни до національного законодавства стосовно продовження отримання тих соціальних виплат, допомоги, пільг, які були призначені раніше та можливості продовжити деякі медичні документи, як то підтвердження групи інвалідності. Крім того, українському уряду вдалося вибудувати систему розподілення міжнародної допомоги постраждалим особам з метою максимального охоплення уразливих категорій населення по всіх регіонах та обмежити можливість отримання допомоги тільки в одному агентстві ООН. Незважаючи на певні дублювання та неузгодженості критеріїв та категорій отримувачів, така координація відбувається уперше.

З метою максимального поширення інформації для постраждалих від війни осіб розроблено унікальну електронну платформу «єДопомога», що вже надає можливість отримання майже повного комплексу інформації та порад з питань соціального допомоги, а також її оформлення та подачі заявки на отримання. Тобто, можна відзначити продовження курсу діджиталізації країни, навіть під час війни. Втім, велика кількість питань залишається [2]. На 2023 рік держава також вже передбачила універсальну соціальну виплату, що дасть можливість адресно допомогти кожному українцю у разі потрапляння в складні життєві обставини. Запровадження відповідної допомоги дозволить, серед іншого, суттєво підвищити пенсії для понад 55 % українських пенсіонерів [4].

Враховуючи воєнний стан та пріоритетність оборонних видатків, гарантувати виконання норм Конституції України щодо соціального захисту населення нашої державі допомагає та допомагатиме численна кількість міжнародних партнерів та донорів, які вже дали на це відповідну згоду[4].

Література:

1. URL: <https://cedos.org.ua/researches/soczialnyj-zahyst-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-30-kvitnya-2022/>.
2. Громадський простір «Соціальні права в Україні під час війни – звіт про оцінку потреб» URL: <http://surl.li/hszyt>.
3. Національна рада з відновлення України від наслідків війни проект Плану відновлення України URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/social-protection.pdf>.
4. URL: <https://sluga-narodu.com/halyna-tretiakova-pro-sotsialne-pikluvannia-v-umovakh-voiennoho-stanu/>.

СУТНІСНІ ВИМІРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Черненко К.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.і.н., доц. Ботіка Т.С.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В останні десятиліття сучасний світ, окрім процесів глобалізації та інтеграції характеризується зворотньою тенденцією, що пов'язана з актуалізацією ідентичності країн і народів, пробудженням їхнього національного життя. Таку специфічність вважаємо природною реакцією народів на процеси універсалізації та стандартизації, що, безсумнівно, має позитивне значення. Посилення ролі національної самосвідомості в умовах швидкоплинної дійсності постає пріоритетним фактором збереження, розвитку націй та їхньої національної ідентичності.

Проблема ідентичності, зокрема національної ідентичності, виступає важливим теоретико-методологічним аспектом сучасного гуманітарного знання. Питання про те, хто ми, і де наше коріння, є визначальним питанням національної самосвідомості будь-якого народу.

Насамперед, логічним вважаємо зупинитись на характеристиці поняття «національна ідентичність». Науковий аналіз національної ідентичності тісно переплітається з вченням про нації та національні відносини. Існує чимало визначень нації. В багатьох цих поняттях нерідко домінує так званий довільний підхід, який не дає можливості об'єктивно оцінювати та аналізувати сутність національної ідентичності. Це поняття у науці є достатньо новим. Скажімо у зарубіжній науковій думці воно почало утверджуватися лише з другої половини ХХ століття, а у вітчизняній – тільки після 1991 року.

Національна ідентичність – надзвичайно багатогранне й різнопланове явище, яке варто розглядати у контексті різних методологічних підходів. Національна ідентичність – це загальноприйняте уявлення громадян про свою країну, її народ і відчуття належності до них. Національна ідентичність – це також ототожнення себе з національною спільнотою на основі певного емоційного зв'язку, що виникає в результаті сформованої системи уявлень щодо традицій, культури, мови, політики, а також прийняття сталих суспільних норм і цінностей.

Впродовж багатьох століть філософське осмислення ідентичності відбувалося у рамках проблеми ототожнення як основної характеристики буття, як зведення множинності до єдиного початку. У класичній традиції питання ідентичності досліджували античні філософи (Парменід, Платон, Аристотель) [1]. Проте, у їхньому уявленні ідентичність виступала фундаментальною якістю буття, єдністю, у якій відсутні розбіжності і відносини впритул до одноманітності. У працях представників німецької класичної філософії проблема тотожності буття і мислення досягнула своєї найвищої розробленості. У сучасній зарубіжній літературі найважливішими критеріями національної єдності виступають культурна, правова та економічна спільність. Під впливом цих

векторів виникає потреба до усвідомлення націями своєї причетності до процесів, які відбуваються у світовій політичній, фінансово-економічній, гуманітарній, інформаційно-технічній, екологічній та інших сферах [2].

Український дослідник М. Козловець у своїй роботі «Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації» [3] стверджує, що національну ідентичність визначають через низку ознак. Насамперед, через усвідомлення себе колективною спільнотою, відмінною від інших, що виступає як підстава так званого «феномену етнічності». Такий напрям об'єктивізує конкретні форми самовизначення національної ідентичності, а саме: національні почуття, національні інтереси, національну ідею тощо.

Варто наголосити, що національна ідентичність робить кожен народ особливим та унікальним, а також є рисою, яка відрізняє одну спільноту від іншої завдяки наявності власної історії, мови, культури, території, цінностей та національних символів. Становлення національної ідентичності як складової концепції особистості підпорядковане певним закономірностям і проходить низку фаз у своєму розвитку. Її пробудження відбувається у дитячому віці під впливом сім'ї, родини, друзів, знайомих, ровесників і продовжує формуватися під час всього періоду соціалізації. З дитинства людина переймає національну ідентичність від оточуючих, вчиться розмовляти мовою, зрозумілою для її спільноти, жити за традиціями, цінностями та законами власної країни. Патріотизм і любов до своєї держави спонукає людину боротися за свою культуру, свободу, свій народ і територію в умовах кризи в країні, трагічних подій, політичної нестабільності, а також у сучасному світі та в умовах глобалізації, яка розмиває кордони між країнами через високу мобільність населення, поширення глобальної культури.

Глибинна сутність національної ідентичності, яка закладена в кожній державі, є основою для формування характерних рис та особливостей кожного народу. Необхідною умовою для повноцінного формування непохитної національної ідентичності в умовах викликів сучасності, є позитивне ставлення громадян до своєї держави, позитивне сприйняття своєї нації, її історії, культури і, на сам кінець, віра у майбутній дбайливий розвиток та успіх держави у світовій політиці.

З початком ХХІ століття глобалізація стрімко охопила всі сфери суспільного життя. Наш світ не стоїть на місці, він швидко розвивається, а також змінює життя кожної людини, яке більше не вкладається у звичні межі особистої, етнічної, національної, культурної самоідентифікації через формування глобальної взаємозалежності країн і народів. Причинами явища взаємозалежності можна назвати формування світового ринку капіталів, праці, товарів і послуг, єдиного інформаційного простору та глобальної системи культурних зв'язків [4].

У сучасному суспільстві національна ідентичність може зазнавати змін, однак елемент етнічності залишається, оскільки він стосується минулого, історії нації, її культури, яка формувалася протягом століть і доповнюється новими перспективами у процесі модернізації. Окрім етнічності, національна

ідентичність спирається на розуміння людиною політичних і громадянських цінностей своєї країни.

Таким чином, можемо стверджувати, що ідентичність нації – її цивілізаційний бренд, соціокультурна ніша країни, визначальна засада зовнішньої та внутрішньої політики держави. Формування національної ідентичності є визначальним чинником політичного, економічного та культурного розвитку держави.

Література:

1. Степико М.Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування. К., 2011. 336 с.
2. Поліщук Ю. Теоретичні виміри етнічної та національної ідентичності // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. 2013. Вип. 2. С. 197-213.
3. Козловець М.А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 558 с.
4. Лазарович Н.В. Соціокультурні виміри національної ідентичності: український контекст // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філософія». Острог: Видавництво національного університету «Острозька академія», 2016. Вип. 19. С. 60-65.

ПРОГРАМНІ ПРОДУКТИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**Дабіжа О.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Цифрові технології щоденно розширюють свій спектр впливу. Інтенсивний розвиток електронно-обчислювальної техніки і технологій має значний вплив на ефективність аудиту і вдосконалення його методів. З'явилась можливість не тільки розрахунку, але й перевірки показників ділової активності, фінансової стійкості короткострокової і довготермінової перспективи, ліквідності і платоспроможності, оцінки рентабельності активів та капіталу.

Завдання аудиту не змінюються, але оброблення, зберігання і взаємозв'язок інформаційних потоків, а також система управління і внутрішнього контролю, які використовує клієнт, зазнають впливу комп'ютерної техніки [1].

Під комп'ютерним аудитом слід розуміти високий рівень автоматизації діяльності аудиторів, який характеризується: застосуванням новітніх інформаційних технологій, як основного інструменту в процесі підготовки і проведення перевірки у комп'ютерній інформаційній системі; підходу до проведення перевірки, що передбачає оцінку надійності середовища комп'ютерної інформаційної системи, як основи для формування висновку щодо достовірності фінансової звітності [3].

Програмні засоби дозволяють аудитору здійснити тестування розрахунків, робити перерахунки і зіставляти отримані результати з нормативними даними, встановити відхилення, з'ясувати їх причини і запропонувати заходи щодо поліпшення облікової та аналітичної роботи, прийняття своєчасних управлінських рішень [2].

Комп'ютерні інформаційні системи аудиту – це середовище комп'ютерних прикладних програм тісно взаємопов'язаних з обліком, аудитом та управлінням, при умові використання комп'ютера будь-якого типу або розміру в процесі оброблення суб'єктом господарювання фінансової інформації, суттєвої для аудиторської перевірки [3].

На сьогодні програмне забезпечення в роботі аудиторів представлено пакетами прикладних програм та спеціальними інформаційними програмами. Виділяють кілька рівнів застосування комп'ютера в роботі аудитора:

- формування робочих документів аудитора, підготовка запитів, оформлення результатів аудиту;
- пошук і обробка інформації в правовій базі;
- визначення рівня суттєвості, аудиторської вибірки, розрахунок аудиторського ризику.

Важливим питанням є вибір програми, в якій найбільш повно реалізуються необхідні функції та яка є найбільш ефективним засобом для проведення аудиту підприємств конкретної сфери діяльності.

Найпоширенішими вітчизняними програмами для використання аудитором є спеціалізовані аудиторські програм Audit Expert, AuditXP «Комплекс Аудит», «КІТ.Аудит», Prime Expert, Project Expert, «ІНЕК:АФСР». «АБФІ-Підприємство» зважаючи на те, що вони враховують специфіку аудиторської діяльності, дозволяють отримати всю необхідну інформацію та виконати необхідні розрахунки для ефективної аудиторської перевірки. Програми містять вбудовані алгоритми розрахунків, планування, формування, аналізу вибірки, вибір виявлених порушень і автоматичної побудови результатів аудиту за його розділами та аудиторського висновку, проте відрізняються функціональністю, переліком базових функцій, засобів їх розширення та додатковими властивостями [2].

Основними перевагами застосування спеціалізованого аудиторського програмного забезпечення є:

- якісне планування аудиторської перевірки та скорочення кількості аудиторських процедур;
- зменшення трудомісткості робіт;
- підвищення якості проведення аудиту;
- скорочення термінів перевірки;
- здійснення поглибленого дослідження стану обліку суб'єкта господарювання та оцінки системи внутрішнього контролю;
- можливість оцінки рівня аудиторського ризику і суттєвості помилок та чіткої організації і методики проведення аудиту;
- контроль якості аудиторської перевірки [1].

Отже, ефективність аудиторських перевірок помітно зростає із застосуванням аудитором спеціалізованих програмних продуктів оскільки, окрім прямих, непрямих методами викриває слабкі місця бізнесу та сприяє підвищенню продуктивності.

Література:

1. Бондаренко О.В. Вдосконалення методики проведення аудиту страхувика із застосуванням комп'ютерних технологій.

URL:<https://cyberleninka.ua/article/n/vdoskonalennya-metodiki-provedennya-audit-strahovika-iz-zastosuvannyam-kompyuternih-tehnologiy> (дата звернення 10.03.2024).

2. Русіна Н.В. Використання програмного забезпечення в аудиті.

URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/8172cdc2-e75c-4ad0-b4d6-7c21ebf4df66/content> (дата звернення 10.03.2024).

3. Фабіянська В.Ю., Бельдій А.М. Комп'ютерний аудит в Україні в контексті вимог європейського законодавства.

URL: <http://repository.vsau.org/getfile.php/22987.pdf> (дата звернення 10.02.2024).

ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ»

**Коломієць Л.М., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Багато вітчизняних економістів готову продукцію тлумачать, як продукція, котра повністю завершена обробкою на конкретному підприємстві, пройшла усі стадії технічного випробовування, приймання, укомплектування, відповідно до умов договорів із замовниками та відповідає стандартам або затвердженим технічним умовам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад чи передана замовнику [2].

Визначення дефініції «готова продукція» досліджувало багато вітчизняних вчених, такі як Ф.Ф. Бутинець, І.Є. Глушков, Д.О. Жернова, В.Я. Кожин, Н.П.Мешков, Н.М. Ткаченко, О.В. Маркус, О.О. Саввон, Є.Ю. Шара та інші (табл.1).

Таблиця 1 – Визначення дефініції «готова продукція» різними вченими

№ з/п	Джерело/автор	Визначення
1.	П(С)БО 9 «Запаси»[1]	Готова продукція належить до запасів. Готовою продукцію вважаються конкретні вироби, що пройшли всі стадії технологічної обробки на підприємстві, відповідають встановленим стандартам чи технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю і здані на склад або безпосередньо замовнику
2.	Чебанова Н.В., Єфіменко Т.І. [8, с. 369]	Готова продукція – продукція, яка закінчила в обробці, пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічними умовами і стандартами.
3.	Бутинець Ф.Ф. [4, с. 324]	Готова продукція – повністю завершена обробкою, укомплектована, яка пройшла необхідні випробування (перевірки). Це виріб (або напівфабрикат), послуга, робота, що пройшли всі стадії технологічної обробки на підприємстві, відповідають затвердженим стандартам або умовам договору, прийняті технічним контролем підприємства і здані на склад або замовникові – покупцеві згідно з діючим порядком прийняття продукції.
4.	Глібко В.М. та Бушан О.П. [6, с. 112]	Готова продукція – це матеріальний результат виробничої діяльності підприємства, коли запаси набувають нової якості. Крім випуску речової продукції, підприємство може виконувати роботи для інших підприємств або надавати послуги. На відміну від тієї, яка в обліку зазначається як готова продукція, цей вид продукції називають «виконані роботи і послуги». Отже, продукція підприємства складається з готової продукції та виконаних робіт і послуг.

Продовження табл.1.

№ з/п	Джерело/автор	Визначення
5.	Хом'як Р.Л. [5, с. 144]	Готова продукція промислового виробництва – конкретні вироби, що пройшли всі стадії технологічної обробки на цьому підприємстві, відповідають встановленим стандартам чи технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю і здані на склад або безпосередньо замовнику.
6.	Шваб Л.І. [9, с. 23]	Готова продукція – це запаси виробів на складі, обробка яких закінчена та які пройшли випробування, приймання, укомплектовані згідно з умовами договорів із замовниками й відповідають технічним умовам і стандартам.
7.	Ткаченко Н.М. [7, с. 671]	Готова продукція – це продукція (виріб, напівфабрикат, робота, послуга), що повністю закінчена обробкою на даному підприємстві, пройшла всі стадії технічного випробування (якщо вимагають відповідні її особливості), приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад.
8.	Г. П. Журавель, П. Я. Хомин [3]	Готовою продукцією є така, яка повністю пройшла передбачені технологією виробництва стадії і процеси, оприбуткована на склад, або прийнята замовником

Слід відзначити, що до визначення дефініції «готова продукція» згідно наукових дослідженнях Бутинця Ф.Ф. схилиються і автори Вороніна В.А., Черниш В.В. та Сопко В.В. З вищенаведених дефініцій, на наш погляд, визначення Ткаченко Н. М. є більш узагальнене і відкриває суть поняття «готова продукція».

Література:

1. Запаси: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 від 20.10.1999 р. №246 за станом на 01.01.2023 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата звернення: 17.02.2024).
2. Витрати: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 від 31.12.1999 р. № 318 за станом на 03.11.2020р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>. (дата звернення: 17.02.2024).
3. Амбівалентність і мімікрія облікової теорії : монографія / Журавель та ін. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 474 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студ. спец. «Облік і аудит» вищих навчальних закладів. 7-ме вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2006. 832 с.
5. Бухгалтерський облік в Україні: навч. посіб. / Хом'як Р.Л., та ін.; за ред. Р.Л. Хом'яка. 2-ге вид. Львів: «Інтелект-Захід», 2003. 820 с.
6. Глібко В.М., Бушан О.П. Судова бухгалтерія: підручник. К. : Юрінком Інтер, 2006. 224 с.

7. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник. 3-те вид., доп. і перероб. К.: Алерта, 2008. 926 с.

8. Чебанова Н.В, Єфіменко Т.І. Фінансовий облік: підручник. К.: ВЦ «Академія», 2007. 704с.

9. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Каравела, 2005. 568 с.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: ПРАКТИЧНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

**Ковальова С.К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБІК
Наукові керівники – к.е.н., доц. Скляр Л.Б., к.е.н., доц. Маркова Т.Д.
Одеський національний технологічний університет м. Одеса**

Політика ефективного управління дебіторською заборгованістю є частиною підприємства з управління оборотними активами. Ця стаття балансу впливає на інші сфери діяльності підприємства (платоспроможність, фінансова стійкість, забезпечення виробництва необхідними матеріалами тощо). Також важливим критерієм оцінки виступає співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей на підприємстві [1].

Відмітимо, що методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності регламентуються положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» (П(С)БО 10). Отже, дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебітори-юридичні та фізичні особи, які в наслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [2].

Слід відмітити, що наші дослідження свідчать, про різну класифікацію дебіторської заборгованості для її ефективнішого управління. Розглядаючи теоретичні аспекти дебіторської заборгованості, можна представити наступну класифікацію [1]:

- дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги з терміном погашення, що не наступив;
- дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, непогашена вчасно;
- дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги за отриманими векселями;
- дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом;
- дебіторська заборгованість за розрахунками з персоналом;
- інші види дебіторської заборгованості.

Виникнення значної дебіторської заборгованості відбувається в той момент, коли підприємство за відвантажені товари отримує відстрочені платежі. Таким чином воно фактично кредитує своїх клієнтів.

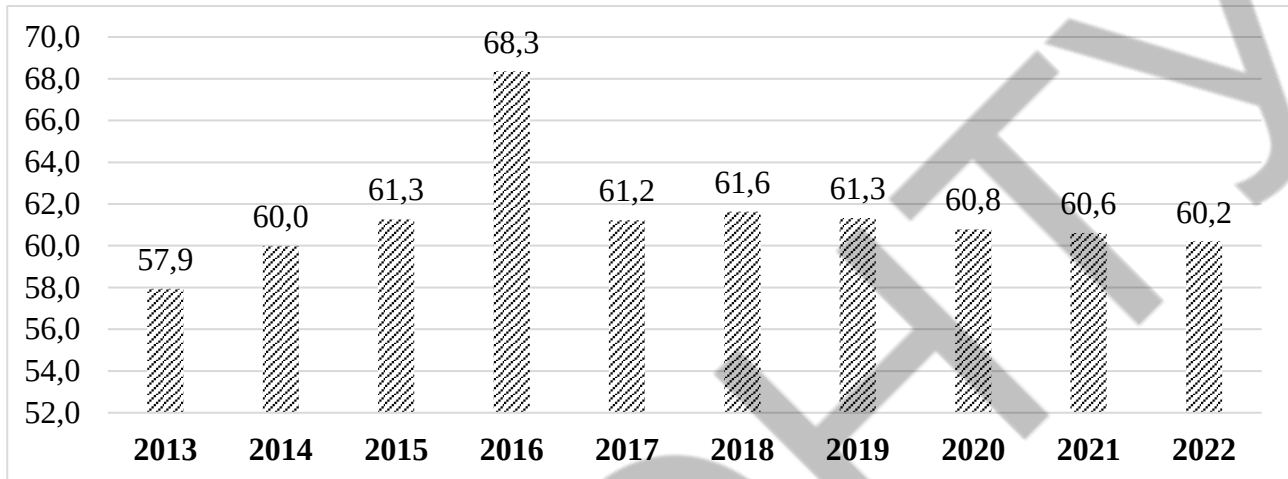
Для контролю над рівнем дебіторської заборгованості важливо знати фактори, які на неї впливають, а саме [1]:

- вид товарів;
- ємність ринку;
- ступінь насиченості ринку даними товарами;
- прийнята на підприємстві система розрахунків;
- платоспроможність покупців.

Робота з дебіторською заборгованістю починається з правильного внутрішнього документообігу. Він включає в себе регулярний аналіз

дебіторської заборгованості та умов поставки. Зазвичай для аналізу дебіторської заборгованості українські підприємства створюють певні звіти в різних спеціальних програмах, або просто проводять відповідний аналіз масивів боржників в Excel.

Дослідження частки дебіторської заборгованості у складі оборотних активів підприємств України за 2013-2022 рр. свідчать про її величину у діапазон 57,9-68,3%.



Мал. 1. Частка дебіторської заборгованості у складі оборотних активів підприємств України за 2013-2022 рр., %*

**складено автором на підставі джерел [3]*

Таким чином, керувати дебіторською заборгованістю можна, стимулюючи покупців до дострокової оплати рахунків. Можна надавати знижки з ціни продажу або вартості поставки, якщо платіж здійснено до терміну, зазначеного в контракті [1], а також врахувати індивідуальний підхід до кожного клієнта-покупця.

Література:

1. Ковшарь А.С. Управління дебіторською заборгованістю підприємства: теоретичні та практичні аспекти. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis03-23.html> (дата звернення 18.03.2024).
2. П(С)БО № 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 8 жовтня 1999 р. № 237, зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text> (дата звернення 18.03.2024).
3. Оборотної активи підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2013-2022) // Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 25.03.2024).

ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ

Марковська О.Р., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Сьогодні у всьому світі розвиток економіки характеризується поступовим звуженням сфери використання готівки та паперових платіжних документів, переходом до нових платіжних інструментів і сучасних технологій платежів [1].

Використання безготівкових розрахунків призводить до економії витрат на їх здійснення, прискорення здійснення розрахункових операцій та руху грошових коштів. Крім того, при безготівкових розрахунках грошова маса акумулюється в банках, і створюються умови для контролю за їх цільовим використанням [2].

Національний банк підтримує рух економіки України до безготівкових розрахунків і сприяє розвитку платіжної інфраструктури.

Безготівкові розрахунки – швидкий, зручний та безпечний спосіб оплатити товари та послуги. Розширення сфери безготівкових розрахунків сприяє прозорості платежів та економічному росту країни.

Національний банк встановлює правила для здійснення безготівкових розрахунків та сприяє їх безпеці та надійності.

Мета:

- безготівкова економіка;
- розвинута платіжна інфраструктура;
- прозорі, безпечні та надійні розрахунки;
- використання інноваційних платіжних інструментів [3].

У 2023 році, незважаючи на продовження повномасштабної війни, більшість операцій з платіжними картками в Україні були безготівковими. **Частка безготівкових операцій з картками вища за довоєнну.**

Загалом в Україні та за кордоном здійснено 7 397,2 млн безготівкових операцій на суму 3 980,0 млрд грн.

Тобто частка безготівкових операцій із використанням платіжних карток за сумою торік досягла 65% у загальній сумі операцій із платіжними картками. За довоєнний 2021 рік цей показник становив 61%. Частка безготівкових операцій за кількістю – 93,5% (за 2021 рік – 90,1%).

Позитивна динаміка свідчить, що платіжна інфраструктура України забезпечує безперебійне та стає обслуговування безготівкових операцій з платіжними картками, що дає змогу зберігати високий рівень довіри українців до безготівкових розрахунків.

Аналіз розподілу безготівкових операцій в Україні за їхніми видами свідчить, що у 2023 році, як і раніше, найбільше операцій із використанням платіжних карток припадало:

- за кількістю – на розрахунки в торговельній мережі – майже 70% (майже 5,0 млрд операцій). Їхня сума становила 40,4% від усіх безготівкових операцій;
- за сумою – на перекази з картки на картку – 37,1% (або 1 478,6 млрд грн). Їхня кількість перебувала на рівні 10,1% від усіх безготівкових операцій.

Оплата товарів і послуг в інтернеті у 2023 році становила 18% за кількістю та 16% за сумою від усіх безготівкових операцій із платіжними картками. Це 646,5 млрд грн.

За 2023 рік кількість платіжних терміналів у торговельній та сервісній мережах порівняно з 2022 роком збільшилася на чверть (25,1%) – до 449,5 тис. [із них 445,9 тис. шт. (99,2%) – безконтактні термінали]. Це перевищує кількість платіжних терміналів на кінець довоєнного 2021 року на 5,4%. Тобто термінальна мережа в Україні за кількістю повністю відновилася від втрат першого року повномасштабного вторгнення.

Кількість пунктів продажу та надання послуг, які приймають платіжні картки, зокрема в мережі Інтернет, за підсумками 2023 року також майже на чверть (23,7%) перевищила довоєнний рівень і становила 459,7 тис. (станом на 31.12.2021 – 371,6 тис.).

За 2023 рік зросла майже на 2% і кількість працюючих банкоматів – до 15,8 тис. Водночас це на 14,4% менше, ніж на кінець довоєнного 2021 року, що зумовлено тимчасовою окупацією деяких територій України.

Також зберігають свою популярність і токенизовані платіжні картки (NFC-технологія). Так, у грудні 2023 року порівняно з груднем 2022 року їх кількість збільшилася на 57% – до 12,4 млн. Тобто токенизованою є приблизно кожна четверта активна платіжна картка (на кінець довоєнного 2021 року – лише кожна шоста).

У результаті близько 90,0% від кількості та суми безготівкових операцій у торговельній мережі у 2023 році здійснювалися з використанням безконтактної технології оплати та NFC-технології [4].

Література:

10. Мельничук О.І. Ринок платіжних карток в Україні: сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку / О.І. Мельничук // Студентський вісник національного університету водного господарства та природокористування. – 2015. – № 1(3). – С. 100-103.

11. Чкан І. О. Безготівкові розрахунки – сучасний спосіб оплати / І.О. Чкан // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – 2014. – № 27. – С. 121-124.

12. Безготівкові розрахунки [інтернет ресурс] <https://bank.gov.ua/ua/payments/nocash> (дата звернення 10.02.2024).

13. Другий рік повномасштабної війни: обсяги безготівкових розрахунків зростають. [інтернет ресурс] <https://bank.gov.ua/ua/news/all/drugiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-obsyagi-bezgotivkovih-rozrahunkiv-zrostayut> (дата звернення 10.03.2024).

ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ : СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Нікул О.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т.Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних і мережевих технологій, які із засобу комунікації перетворюються на дієвий інструмент здійснення бізнесу, є рушійною силою розвитку економічних процесів у суспільстві. Використання сучасних інформаційних технологій сьогодні – необхідна умова успішного функціонування бізнесу. Програмне забезпечення бухгалтерського обліку використовується на підприємствах будь-яких розмірів та організаційно-правових форм господарювання. Важливо, що сучасні інформаційні технології змінюють традиційну теорію обліку, а не лише техніку реєстрації обробки й передачі інформації в системі бухгалтерського обліку, призводять до перегляду основних принципів організації бухгалтерського обліку на підприємстві. Процес автоматизації – один із небагатьох процесів у суспільстві, у якого практично немає супротивників. Відкритим залишається питання вибору засобів автоматизації, супроводу автоматизованих інформаційних систем, оцінки ефективності їх функціонування і безпеки. Варто відзначити, що стрімкий розвиток мережевих технологій, зокрема, технологій «хмарних» обчислень, створює як нові можливості для розробників бухгалтерського програмного забезпечення, так і нові загрози для інформаційної безпеки підприємства.

Розглядаючи міграцію в хмару, багато організацій стикаються зі складними рішеннями щодо своїх існуючих центрів обробки даних (дата-центрів). У міру того, як керівники починають більш серйозно розглядати витрати на хмарні технології та свою поточну інфраструктуру, трансформація дата-центрів стає ключовим питанням для підприємств, адже це одноразові безповоротні витрати. Керівники часто задаються питанням, чи варто їм оновлювати існуючі центри обробки даних або повністю мігрувати. Найбільші гіперскейлери усвідомлюють цю проблему, і багато з них почали надавати організаціям стимули для перенесення існуючих робочих навантажень на свої платформи. Необхідність трансформації дата-центрів зумовлена кількома факторами, включаючи прагнення до більшої гнучкості та масштабованості, економії витрат і можливості використання передових хмарних технологій, таких як штучний інтелект і машинне навчання. Міграція дата-центрів до публічної хмари є важливою, оскільки вона дозволяє організаціям досягти більшої гнучкості та ефективності в своїх операціях, а також знизити витрати і потенційно підвищити рівень безпеки. Переходячи на публічні хмарні платформи, підприємства можуть зменшити свою залежність від застарілих систем і отримати вигоду від можливості масштабування своєї інфраструктури в міру необхідності. Крім того, існує кілька публічних хмарних сервісів, які можуть зменшити організаційне навантаження на управління інформації пов'язанні з бухгалтерської сферою, вивільнивши ресурси для інновацій та зростання [1].

Хмарні технології можуть бути представлені у різному вигляді, залежно від мети використання. Розглянемо найпопулярніші архітектури:

- *Приватна хмара.* Така інфраструктура призначена для використання одним клієнтом чи організацією з підключенням кількох користувачів. Особливістю такого формування хмари є можливість повного ним управління компанією-власником. Фізичні складові (хмарного сервера) можуть бути орендовані або знаходитись у власності користувача. Це дуже серйозні переваги хмарних технологій перед фізичними та локальними серверами.

- *Публічна хмара.* Хмара такого типу використовується різними користувачами та повністю належить постачальнику послуг, дотримується принцип повної конфіденційності – всі дані з одного облікового запису розташовані в окремому віртуальному просторі та не стикаються з іншими.

- *Гібридна хмара.* Структура, в якій об'єднані приватна та публічна хмара. Завдяки гібридній хмарі користувач може максимально ефективно налаштувати робочий процес та взаємодію з даними [2].

Кожна з цих моделей має свої переваги та недоліки (табл.1), і вибір конкретної моделі залежить від вимог організації, безпекових умов, бюджету та інших факторів.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки використання хмарних технологій

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
<i>Гнучкість та масштабованість:</i> користувачі можуть легко збільшувати або зменшувати використання ресурсів згідно зі змінними потребами.	<i>Залежність від інтернету:</i> використання хмарних сервісів передбачає наявність стабільного Інтернет-з'єднання. В разі відсутності з'єднання може виникнути проблема доступу до даних та сервісів.
<i>Доступність та надійність:</i> великі хмарні платформи часто працюють на розподілених системах, що забезпечує високий рівень доступності та надійності послуг.	<i>Приватність та безпека даних:</i> Користувачі можуть бути обурені, якщо їх конфіденційна інформація знаходиться на серверах інших компаній.
<i>Глобальний доступ:</i> користувачі можуть отримувати доступ до своїх даних та ресурсів з будь-якого місця, де є Інтернет, що полегшує роботу на віддалених робочих місцях та сприяє спільній роботі.	<i>Вартість:</i> на перший погляд хмарні послуги можуть здаватися економічно вигідними, але в деяких випадках витрати можуть зрости з часом або через несподівані обставини, такі як збільшення використання ресурсів.
<i>Самообслуговування та автоматизація:</i> користувачі можуть легко самостійно керувати ресурсами, запускати віртуальні машини, налаштовувати сервіси та автоматизувати багато процесів, що прискорює розгортання та управління інфраструктурою.	<i>Обмежені можливості налаштування:</i> деякі хмарні сервіси можуть обмежувати можливості користувачів налаштовувати інфраструктуру та програмне забезпечення під їхні потреби.

Оскільки складність сучасних хмарних додатків продовжує зростати, важливість платформної інженерії стає ще більш критичною. Впроваджуючи найкращі практики в цієї сфері, організації можуть зменшити ризик простоїв,

покращити свою здатність реагувати на мінливі ринкові умови і, зрештою, досягти більшого успіху в бізнесі – надаючи цінність своїм клієнтам швидше та ефективніше, ніж будь-коли раніше. Хмарні рішення докорінно змінюють те, як підприємства за наявності правильних стратегій хмарні технології стають інструментом, а не перешкодою для майбутніх успіхів. Лідери на цьому шляху не повинні йти поодиночі. Використання стратегічного партнерства та опора на колег, які мають досвід хмарної міграції, може допомогти швидко виправити або навіть обійти будь-які помилки на шляху до хмарних технологій.

Висновки: Цифровізація облікових систем та їх інтеграція з інформаційними системами компанії є необхідною передумовою для підвищення ефективності діяльності компанії, забезпечення оптимізації бізнес-процесів, підвищення ліквідності та покращення якості управлінських рішень. Пріоритетом розвитку бухгалтерського обліку є хмарна технологія, здатна вивести її функціональність, комунікацію зі стейкхолдерами та прийняття управлінських рішень на якісно новий рівень. Оптимізація виробничого процесу, забезпечення мобільності в роботі з обліковою інформацією в режимі реального часу, транспарентність операцій, зростання рівня довіри з боку стейкхолдерів, економія часу та уникнення помилок. На сучасному етапі розвитку вітчизняним підприємствам досить складно впроваджувати інноваційні програмні продукти в облікові системи, бракує відповідної нормативної бази та високих вимог до технічного та кадрового забезпечення підприємств.

Література:

1. Білоус О.С., Кундеус О.М. Трансформація бухгалтерського обліку в умовах цифрової економіки // Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2023. Том 83. № 4. С. 56-61.
2. Мах. Хмарні технології – що це таке та які хмари найкращі? 2022. URL: <https://ucloud.ua/hmarni-tehnologiyi-shho-cze-take/>.

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ОРГАНІЗАЦІЮ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Саваринська Ю.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Цифрові трансформації спонукали до змін у всіх сферах суспільно-економічного життя людства, що відзначилося і на господарській діяльності суб'єктів господарювання, в тому числі і на їх обліковій практиці. Вони обумовили значну переорієнтацію траєкторії розвитку бізнесу як на мікрорівні, так і на регіональному та глобальному рівнях. Процеси цифровізації загалом змінюють існуючу парадигму взаємодії між стейкхолдерами, що формує новий характер відносин між ними. Віртуалізація бізнес-процесів вимагає змін організаційного та методичного забезпечення обліку. Також цифровізацією викликані зміни в частині формування компетенцій фахівців, необхідних в сучасних умовах господарювання. Таким чином вплив цифровізації має не лише економічний характер, а і виражену соціальну та суспільну спрямованість, оскільки у значній мірі обумовлює попит на робочу силу. Перед фахівцями різних галузей постають нові завдання, які стосуються необхідності створення нових робочих місць, перегляд існуючого набору функціональних зобов'язань, його трансформації відповідно до існуючих вимог [2, с. 168].

Існує певне коло перешкод, які гальмують розвиток цифрових трансформацій в Україні:

- ✓ інституційні – ті, що пов'язані з державним впливом, а саме формування відповідної законодавчої бази та механізмів регулювання процесів цифрової трансформації, розроблення актуальних світовим тенденціям стратегій розвитку країни, регіонів, галузей, що позначається на суспільно-економічній площині;

- ✓ інфраструктурні – ті, що пов'язані з формуванням цифрової інфраструктури, зокрема відсутність рівних умов доступу населення до цифрових технологій, т.з. «цифрові розриви», недостатнє покриття цифровою інфраструктурою території країни, повна відсутність певних видів цифрових інфраструктур, що поширені у розвинених країнах;

- ✓ екосистемні – ті, що пов'язані з інноваційними аспектами, зокрема відсутність належних умов для формування сприятливого інвестиційного клімату країни, недосконалий ринок капіталу інвестицій, невідповідність поточного стану освіти, в рамках якої не формуються необхідні професійні компетенції, що вимагає сучасний рівень підприємницької діяльності відповідно до світових тенденцій, дефіцит кваліфікованих кадрів, необхідних для забезпечення процесів цифрових трансформацій у країні.

Щодо інформаційної грамотності, то бухгалтер повинен набути значної кількості навичок, які дещо виходять за звичні рамки кваліфікації даної професії, а саме: вміти орієнтуватися у процесах фільтрування та відбору даних серед

масивів інформації в цифровому контенті, використовувати нейронні мережі, ідентифікувати бізнес-процеси та використовувати сучасні інформаційні технології в роботі з обліковою інформацією, розуміння специфіки цифрового аудиту тощо.

В рамках комунікації та взаємодії бухгалтер повинен вміти використовувати сучасні технології, нові платформи та сервіси у процесі взаємодії із внутрішніми та зовнішніми користувачами інформації, дотримуючись при цьому правил етикету та поведінки, що існують в рамках даного формату взаємодії.

Важливим умінням є створення, зміни та удосконалення цифрового контенту, що передбачає також знання нормативно-законодавчих аспектів щодо авторських прав, політики рецензування; вміння використовувати імітаційне моделювання та адаптувати бухгалтерські програми до існуючих вимог.

Окремої уваги заслуговує аспект безпеки, оскільки перед бухгалтером стоїть завдання щодо збереження та захисту цифрової інформації, яка в рамках використання цифрових технологій може стати доступною для шахраїв, конкурентів тощо, адже виток інформації, особливо тієї, що належить до комерційної таємниці, негативно вплине на господарську діяльність суб'єкта господарювання.

Таким чином, новий технологічний уклад спонукає до трансформацій у всіх сферах суспільно-економічного життя, зачіпаючи при цьому і бухгалтерський облік. Нові завдання у менеджменті суб'єктів бізнесу сприяють формуванню специфічних запитів, що потребують відповідного обліково-аналітичного забезпечення.

Література:

14. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення 10.03.2024).

15. Соколенко Л. Ф. Розвиток процесів цифровізації як передумова трансформації організаційно-методологічних засад бухгалтерського обліку. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4 (90). С. 167-175.

ОСОБЛИВОСТІ І ВИМОГИ ОФОРМЛЕННЯ БЛАНКІВ

Сахневич Є.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – к.е.н., доц. Маркова Т.Д. ас. Волкова А.Ю.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Бланк – це аркуш паперу з надрукованими на ньому постійними реквізитами документа, який використовується для створення документів різного типу: договорів, актів, листів, наказів тощо. Правильне оформлення бланків є важливим для забезпечення чіткої структури документів, їх уніфікації та зручності використання.

Особливості оформлення бланків є:

- **Наявність реквізитів:** Бланк повинен містити всі необхідні реквізити, які відповідають вимогам ДСТУ 4163-2020 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» [1].

Законодавство України не містить вичерпного переліку первинних документів, проте Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає обов'язкові реквізити, які повинен містити будь який первинний документ [2]:

- Назва документа (форми);
- Дата складання;
- Назва підприємства, від імені якого складено документ;
- Зміст та обсяг господарської операції, одиниця вимірювання господарської операції;
- Посади осіб, відповідальних за здійснення господарської операції і правильність її оформлення;
- Особистий підпис або інші дані, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні операції.

- **Якість друку:** Текст на бланку має бути чітким, легко читаним, без помилок.

- **Формат паперу:** Найчастіше для бланків використовуються папір формату А4 (210х297 мм.)

- **Колір паперу:** Бланки можуть бути білого, сірого або бежевого кольору.

- **Логотип:** На бланку може бути розміщений логотип підприємства.

Вимоги до оформлення бланків [3, 4]:

- Реквізити бланка повинні бути розміщені в певному порядку.
- Шрифт повинен бути чітким, легко читаним.
- Розмір шрифту не менше 12 кеглів.
- Колір шрифту чорний або темно-синій.
- Міжрядковий інтервал 1,5.
- Поля: ліве – 30 мм., праве – 10 мм., верхнє – 20 мм., нижнє – 20 мм.

Додаткові вимоги до оформлення бланків:

Бланки документів, які використовуються для бухгалтерського обліку, повинні мати реквізити, які відповідають вимогам Положення про документальне забезпечення записів бухгалтерського обліку [5].

Бланки документів, які використовуються для кадрового діловодства, повинні мати реквізити, які відповідають вимогам Інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну [6].

Отже, сьогодні до документів чи в паперовому чи в електронному форматі висуваються вимоги уніфікації та стандартизації для їх зручного та ефективного використання в процесі документообігу.

Література:

1. ДСТУ 4163-2020 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/FN070106> (дата звернення 19.03.2024).
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07. 1999 року № 996-XIV (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 19.03.2024).
3. Практичний посібник з діловодства / А.С. Іванова, Л.М. Кравченко, О. В. Перерва. Київ: Арій, 2018. 175с.
4. Діловодство: теорія та практика / Н.М. Кушнарєнко. Київ: Літера ЛТД, 2019. 398с.
5. Положення про документальне забезпечення записів бухгалтерського обліку // Наказ МФУ від 24.05.1995 року № 88: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#n10> (дата звернення 19.03.2024).
6. Типова інструкція з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну // Постанова КМУ від 17 січня 2018 р. № 55: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення 19.03.2024).

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Сидорова Н.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Маркова Т. Д.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Ми живемо на стику двох тисячоліть, коли людство вступило в епоху нової науково-технічної революції. До кінця двадцятого століття люди оволоділи багатьма таємницями перетворення речовини та енергії і зуміли використати ці знання для покращення свого життя. Але крім речовини і енергії в житті людини величезну роль грає ще одна складова це інформація. Це найрізноманітніші відомості, повідомлення, звістки, знання, вміння.

У сучасних інформаційних технологіях виділяють 3 складові: *апаратне забезпечення* (засоби обчислювальної техніки та оргтехніки — hardware); *програмне забезпечення* (прикладне та системне програмне забезпечення, методичне та інформаційне забезпечення — software); *організаційне забезпечення* (включаючи людину в системи інформаційних технологій, взаємодія людини з цими системами, системне використання технічних і програмних засобів — orgware) [1].

Інформаційні технології мають такі властивості [2]:

- високий ступінь розчленованості процесу на стадії, що відкриває нові можливості для його раціоналізації і перекладу на виконання за допомогою машин. Це найважливіша характеристика машинного технологічного процесу;
- системна повнота (цілісність) процесу, що повинний включати весь набір елементів, що забезпечують необхідну завершеність дій людини при досягненні поставленої мети;
- регулярність процесу й однозначність його фаз, що дозволяють застосовувати середні величини при їхній характеристиці, і, отже, що допускають їхню стандартизацію й уніфікацію. У результаті з'являється можливість обліку, планування, диспетчеризації інформаційних процесів.

Зараз інформаційні технології впроваджуються на багатьох підприємствах, організаціях та різних органах влади. Розроблені концепції впровадження ІТ в наукові заклади, фабрики тощо. Наприклад, Концепція впровадження інформаційних технологій у законодавчих органах влади передбачає як автоматизацію самого процесу, так і аналізу роботи, налагодження спілкуванням між різними органами влади та населенням.

Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій у світі посідає 56 місце (2016; Всесвітній економічний форум у своїй шостій щорічній доповіді). У попередньому рейтингу Україна займала 71 позицію [3]. Єдина конкурентна перевага, яку має Україна в цьому аспекті, це традиційно сильні ІТ-кадри, тобто в Україні дуже високий рівень підготовки програмістів. Україна є одним зі світових центрів офшорного програмування.

Недоліками галузі інформаційних технологій в Україні можливо вважати [4]:

- низька якість освіти та підготовки ІТ-фахівців;
- «відтік мізків» еміграція високо-кваліфікованих кадрів закордон;
- аутсорсинг ІТ-компаній закордон;
- невідповідність світовим та європейським стандартам;
- низький попит на ІТ-послуги на внутрішньому ринку, у порівнянні із пропозицією;
- низький рівень залучених іноземних інвестицій у розвиток галузі;
- відсутність показників оцінки, що можуть характеризувати ефективність працівників;
- відносно високий рівень оподаткування ІТ-компаній та ФОПів

Найпоширенішою глобальною мережею є мережа Інтернет. Численні прогнози говорять про те, що вже до початку наступного століття Інтернет не тільки перетворить стали вже звичними персональні комп'ютери в щось принципово інше, але і змінить тим самим образ життя більшості населення Землі.

Сучасне суспільство навряд чи можна уявити без інформаційних технологій. Перспективи розвитку обчислювальної техніки сьогодні складно уявити навіть фахівцям.

Література:

1. Основи інформаційних технологій і систем: підручник / В.А.Павлиш, Л. К.Гліненко, Н.Б.Шаховська. Львів: Львівська політехніка, 2018. 620 с.
2. Основи інформаційних технологій і систем: навч. посіб. / В.А.Павлиш, Л.К.Гліненко; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2013. 500 с.
3. Інформаційні технології [Архівовано 14 березня 2016 у Wayback Machine.] // ЕС. URL: <https://esu.com.ua> (дата звернення 17.03.2024).
4. Барвінок В. Ю. Сучасні тренди та проблеми ІТ-сектора в Україні: підготовка та міграція ІТ-фахівців // Механізм регулювання економіки. 2020. №4. С.90-102. URL: https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_47/Veronika_Y_BarvinokCurrent_trends_and_problems_of_the_IT_sector_in_Ukraine_training_and_migration_of_IT_professionals.pdf (дата звернення 17.03.2024).

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ НАЯВНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Чебанова Т. Р., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

За сучасних умов господарювання виробничі запаси забезпечують постійність, ритмічність та безперервність діяльності кожного підприємства, гарантуючи його економічну безпеку. Виробничим запасам належить одна з головних ролей у складі матеріальних ресурсів підприємств. Ефективне управління та чіткий контроль запасів дають змогу знизити витрати на їх зберігання, вивільнити із поточного господарського обороту частину фінансових ресурсів.

Одним із найдивніших інструментів виявлення резервів підвищення ефективності використання запасів та управління ними є чітка організація бухгалтерського обліку виробничих запасів. Від достовірності, об'єктивності, правдивості та повноти відображення господарських фактів, пов'язаних із рухом виробничих запасів, залежить правдивість і неупередженість усіх суттєвих для користувачів показників. Контроль за використанням виробничих запасів дозволяє мінімізувати ризик банкрутства підприємства та підвищити ефективність обліку, контролю та політики управління виробничими запасами з метою збереження, стабілізації та підвищення ефективності роботи суб'єкта господарювання.

Рациональне формування і використання матеріально-технічної бази і ресурсозбереження є важливим напрямом ефективного ведення господарювання. Вирішенню цих проблем сприяє належно організований економічний контроль.

Метою контролю операцій із виробничими запасами є встановлення достовірності первинних даних, їх наявності й руху виробничих запасів; повноти і своєчасності відображення даних у первинних документах і облікових регістрах; достовірності відображення запасів у звітності суб'єкта господарювання [2, с. 108].

Основними завданнями економічного контролю виробничих запасів є:

- виявлення законності правильності та економічної доцільності їх придбання, оприбуткування, зберігання, витрачання і використання у процесі реалізації виробничої програми;
- контроль за станом зберігання матеріальних ресурсів, виявлення їх наявності, встановлення нестач, надлишків, з'ясування причин і винних осіб, які це допустили;
- виявлення фактів неповного оприбуткування виробничих запасів, перевитрати сировини і матеріалів, псування матеріальних цінностей на всіх стадіях виробничого процесу;

- виявлення матеріальних цінностей, які не використовуються, зайвих, непотрібних підприємству і не придатних для використання майна, сировини й матеріалів із визначенням суми заподіяного збитку та винних осіб;
- перевірка стану обліку і внутрішнього контролю, достовірності інформації про наявність активів;
- перевірка дотримання вимог П(С)БО 9 «Запаси».

Досягнення ефективного використання запасів можливе при правильній організації їх обліку та внутрішньому контролю за їх використанням та рухом.

Основними проблемами організації обліку виробничих запасів підприємства є:

- неправильне визначення первісної вартості придбаних запасів;
- неправильне визначення справедливої вартості запасів при їх внесенні до статутного капіталу, безоплатному одержанні, бартерному обміні;
- неправильний вибір оцінки на дату складання балансу;
- недоцільність використання методів списання виробничих запасів;
- незадовільна організація складського господарства та зберігання запасів;
- недостатність автоматизації первинного обліку виробничих запасів підприємств;
- невідповідний рівень контролю та оперативного регулювання процесів утворення та використання запасів.

Для ефективнішої розробки і впровадження системи внутрішнього контролю підприємство повинно обґрунтувати прийняте ним рішення [3].

Одним із методів контролю операцій із виробничими запасами є аудит. Аудит виробничих запасів здійснюється за двома напрямками: перевірка їх фактичної наявності, яка здійснюється за допомогою інвентаризації, та перевірка правильності оцінки запасів в обліку і звітності.

Для вирішення проблеми невідповідного контролю за використанням запасів, необхідне створення взаємопов'язаних узгоджених систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю цього виду ресурсів.

Реалізація вказаних напрямів удосконалення контролю запасів підприємством приведе до підвищення результативності його фінансово-економічної діяльності.

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства Фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246. (Редакція від 01.01.2023) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата звернення: 15.02.2024)
2. Бойцова М. Усе про облік запасів / М. Бойцова, О. Маханько, Я. Клищенко; 2-е вид., перероб. і доп. – Харків : Фактор, 2014. – 160 с
3. Світлична В. Ю. Актуальні проблеми організації і ведення обліку виробничих запасів підприємствами України [Електронний ресурс] / В. Ю. Світлична. – Режим доступу: http://www.economyconfer.com.ua/full_article/716 (дата звернення: 10.03.2024)

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ

Дубова Н.І., Конон Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕВФ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Наумова Т.А.
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій потребує змін інформаційне середовище сучасного бізнесу. Прийняття управлінських рішень відбувається за наявності великого масиву інформації, серед яких саме облікова інформація потребує більш детальної обробки, систематизації та аналізу. Тому наразі актуальними постають питання своєчасного реагування облікової системи на цифровізацію клієнтської бази та основ економічного життя.

«В умовах п'ятої промислової революції активно використовуватиметься доступ до розподілених книг (блокчейн) і Big Data, що підтримується хмарними аналітичними інструментами і штучним інтелектом, дасть змогу автоматизувати прийняття рішень у великих масштабах. Важливими цифровими інструментами будуть вебсередовища (Google Drive, Dropbox тощо) для спільного доступу до документів, а також такі платформи, як OCR, які базуються на використанні елементів штучного інтелекту» [1, с. 204]. Бардаш С.В. та Грабчук І.Л. вважають, що «Впровадження цифрових інструментів призводить до зміни в техніці збору та обробки облікової інформації. Хоча всі елементи методу бухгалтерського обліку зберігаються під час використання бухгалтерського програмного забезпечення, вони трансформуються за своєю формою та сутністю» [2]. Цікавим на наш погляд, є ситематизація ризиків, зумовлених впровадженням цифрових технологій в сфері бухгалтерського обліку, запропонованих авторами. Шевчук І.Б., Депутат Б.Я., Тарасенко О.Є. також виділяють у своєму дослідженні наступні ризики: «ризики, пов'язані із застосуванням Інтернету речей, ризики застосування штучного інтелекту, роботизації, автоматизації, ризики використання технології блокчейн, ризики, пов'язані з використанням імпоротної мікроелектроніки, ризики, пов'язані із застосуванням хмарних і розподільних обчислень, ризики, пов'язані зі стійкістю роботи Інтернету, ризики впливу на суспільну свідомість, ризики, пов'язані з підвищенням рівня складності бізнес-моделей і відсутністю кваліфікованих кадрів» [3]. Ми погоджуємося з авторами досліджень та пропонуємо класифікувати ризики в залежності від користувачів облікової інформації, розділяти їх на внутрішні та зовнішні. Саме тому, що облікова інформація в залежності від її користувачів потребує як внутрішнього контролю так і зовнішнього. Отже, вплив сучасних елементів розвитку цифрових технологій на процес формування облікового середовища має як позитивне значення, так і має певні виклики та загрози як на мікрорівні так і макрорівні. Новітні технології обробки облікової інформації сприяють точності її відстеження, прозорості, скороченні часу та витрат на обробку та узагальнення облікових даних, ступеня захисту та формування інформаційної культури у внутрішньому середовищі підприємства, підвищення рівня довіри внутрішніх та

зовнішніх користувачів до результатів перевірки. Але, на нашу думку, існують певні виклики та загрози, які саме через проблему власного захисту (інформаційної безпеки) та зміни у нормативно-правовій базі спонукають власників впровадити заходи щодо збереження конфіденційності облікової інформації. Якщо розглядати проблеми на макрорівні, слід відзначити що існуючий формат розвитку бізнес-процесів сучасних підприємств досить повільно пристосовується до креативного облікового середовища, окрім того в Україні наразі не надто розповсюджена стратегія аналізу онлайн-середовища як одного з ключових джерел інформації про зовнішнє середовище бізнесу. Діджиталізація облікової системи потребує сучасної системи знань та вмінь з цифрових навичок, що практично відсутнє та унеможливорює формування належним чином системи внутрішнього контролю та прийняття своєчасних управлінських рішень. Н.М. Хорунжак, І.Р. Лукановська вважають, що «поява в умовах цифрової економіки нових специфічних господарських операцій і видів діяльності вимагає адекватної системи обліку, здатної відображати досить особливі об'єкти. З огляду на це, актуальним напрямом наукових досліджень є проблематика розвитку системи обліку в умовах цифрової економіки» [4, с.176]. «Основою для успішної цифрової трансформації бухгалтерського обліку є правильне планування та врахування конкретних потреб організації» [5, с.243].

Отже, підсумовуючи думки авторів з приводу необхідності цифровізації облікового середовища, слід наголосити на тому, що цифровізація -це перш за все інвестування коштів у інновації, які передбачають реінжиніринг бізнес-процесів, забезпечення інформаційної безпеки, формування системи внутрішнього контролю та управління з урахуванням ризиків, правових та регуляторних вимог, пов'язаних з обробкою фінансових даних.

Література:

1. Семанюк В., Мельник Н. Вплив цифрових технологій на інформаційне середовище бізнесу в умовах п'ятої промислової революції. *Вісник економіки*. 2022. Вип. 3. С. 203–212. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.03.203>
2. С.В. Бардаш, І.Л. Грабчук. Цифрові технології в сфері бухгалтерського обліку: основні можливості та ризики. *Ефективна економіка*, 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/20.pdf
3. 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. Випуск 47-2. С. 173-177. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/47_2_2019/34.pdf
4. Хорунжак Н.М., Лукановська І.Р. Облік в умовах цифрової економіки: проблеми і перспективи. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 45. С. 175-179.
5. Домбровська Н. Цифрова трансформація бухгалтерського обліку: вплив технологій на ефективність та якість фінансової звітності. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 2. С. 239-246. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.02.239>

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ГРОШОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Левчук В.С. студ. СВО «Бакалавр» Інституту «Кіберпорт»

Науковий керівник - к.е.н, доц. Євдокімова М.О.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Від організації та стану грошових розрахунків, своєчасного і повного надходження від платників коштів залежать ефективність грошового обігу, ціноутворення, кредитні відносини, фінансовий стан підприємств і рівень добробуту населення. У процесі своєї діяльності будь-яке підприємство потребує фінансові ресурси, необхідні для здійснення економічних відносин з іншими юридичними і фізичними особами. Такі відносини реалізуються за допомогою грошових розрахунків, що є однією з необхідних ланок розширеного відтворення [1].

Значення грошових розрахунків полягає у тому, що від правильної їх організації залежить своєчасність та оперативність їх здійснення, а також фінансовий стан підприємства. Для забезпечення прибуткової діяльності доцільно розглядати не тільки організацію грошових розрахунків, але й одночасно управління грошовими потоками. Необхідно підходити комплексно до цих напрямів фінансової діяльності підприємства. Для цього необхідно створити на підприємстві ефективний механізм реалізації грошових розрахунків як інструменту управління грошовими потоками підприємства.

Розрахунки – це спосіб взаємодії суб'єктів господарювання у процесі реалізації, розподілу та перерозподілу суспільного продукту на засадах чинного законодавства країни [2].

Управління грошовими потоками – один із основних елементів фінансової роботи на підприємстві, від ефективної організації якого залежать поточні результати діяльності і майбутні темпи розвитку господарюючого суб'єкта.

Загальна мета управління грошовими коштами – це забезпечення збалансованості потоків, що дає можливість підтримувати достатній рівень платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.

Механізм управління грошовими потоками ґрунтується на принципах системності, інтегрованості, достовірності, динамічності, відповідності цілям підприємства, досяжності, ефективності, багатоваріантності [3].

Увага до управління грошовими потоками пояснюється тим, що в ринкових умовах господарювання потенційний власник повинен дати відповідь на три стратегічні питання: якими повинні бути величина та оптимальний склад активів підприємства, що дають змогу досягти добробуту; де знайти джерела фінансування та якою повинна бути їхня оптимальна структура; як організувати поточне та перспективне управління фінансовою діяльністю, щоб забезпечити платоспроможність та фінансову стійкість підприємства [4].

Грошові розрахунки на підприємстві цілком залежать від загальної грошової системи в країні. Під грошовою системою розуміють встановлену

державою форму організації грошового обороту в країні. Національна грошова система складається історично, її зміст і структурні елементи відображають досягнутий соціально-економічний рівень розвитку країни. Вона регулюється законами держави та іншими нормативно-правовими актами.

Сучасна національна грошова система України – це грошова система ринкового типу, де ринковим відноси́нам властивий вільний рух товарів, послуг, капіталу і ресурсів. Саме це треба враховувати, розглядаючи рух виробництва товарів і пов'язаний з ним оборот грошей. Оборот грошей супроводжує обмін товарів і послуг, коли здійснюється оплата за товар і гроші переходять від покупця до продавця.

Грошові потоки суб'єкта господарювання пов'язані з такими основними напрямками, як: забезпечення процесу виробництва; реалізація продукції; сплата податків, обов'язкових платежів, зборів; забезпечення спільної діяльності підприємств; забезпечення функціонування кредитних договорів.

Кожне підприємство для ефективної організації виробництва та просування своєї продукції на ринки повинно постійно здійснювати грошові розрахунки, що пов'язані не тільки з реалізацією продукції власного виробництва, а і з придбанням необхідних матеріалів, які використовуються підприємством, а також у розрахунках із персоналом за виконану роботу. Тому питання організації та здійснення грошових розрахунків є важливими у фінансово-господарській діяльності підприємства.

На сучасному етапі Україна потребує значних структурних зрушень у напрямі вдосконалення системи безготівкових розрахунків, що забезпечить державі систему контролю грошових потоків і дозволить вивести грошові кошти з тіні. Основними напрямками вдосконалення організації безготівкового грошового обороту на рівні держави є:

- 1) вдосконалення нормативно-правової бази щодо регламенту системи безготівкових розрахунків, що часто неможливо через відсутність політичної волі;
- 2) забезпечення обов'язкового взаємозв'язку безготівкового та реального товарного обороту;
- 3) створення дієвої системи контролю за здійсненням безготівкових операцій і правильне оформленням розрахункових документів;
- 4) організація в Україні Єдиної національної системи банківських карток з урахуванням досвіду платіжної системи Європейських країн. Нова система повинна сприяти збільшенню обсягів безготівкових розрахунків в Україні, акумулюванню фінансових ресурсів на території України;
- 5) здійснення постійного пошуку нових механізмів організації безготівкових розрахунків, які б дозволяли на економічній основі подолати кризові явища і процеси у грошовій сфері.

В банківських установах основними шляхами вдосконалення організації безготівкового грошового обороту є таке:

- 1) заохочувати клієнтів до використання безготівкових розрахунків, тому що нині населення вважає за краще тримати заощадження поза банківськими

установами. Необхідно взяти за основу стандарти європейських країн і створити відповідні правові механізми, які підвищать рівень безготівкових розрахунків, забезпечивши належний рівень їх надійності в Україні.

2) гарантувати безпеку під час здійснення безготівкових операцій.

3) контролювати готівковий ліміт під час підписання тих чи інших угод про купівлю-продаж [5].

Організація розрахунків вимагає строгого виконання фінансової дисципліни, своєчасної сплати боргів із зобов'язань і забезпечення своєчасного одержання засобів за реалізовану продукцію і надання послуг. Затримка оплати за отримані матеріальні цінності або несвоєчасне надходження засобів за реалізовану продукцію і надання послуг приводить до фінансових труднощів у введенні господарської діяльності підприємства [6].

Від правильної організації грошових розрахунків загалом залежить оперативність їх здійснення, а тому і фінансовий стан суб'єктів господарювання. Ефективна організація грошових розрахунків сприяє нормальному функціонуванню суб'єкта господарювання. Дотримання принципів, форм та правил здійснення розрахунків забезпечує чітку їх організацію, прискорює обіг коштів у розрахунках, знижує дебіторську та кредиторську заборгованість, сприяє зміцненню розрахунково-платіжної дисципліни, господарського розрахунку та підвищенню ефективності виробництва. Тому питання організації та здійснення грошових розрахунків є важливими у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Література:

1. Янковська В.А., Косарева І.П., Романюк Ю.А. Основні напрями покращення організації ефективної системи грошових розрахунків підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 29. С. 501-506.

2. Козьмук Н.І., Завалій О.В. Шляхи вдосконалення грошових розрахунків підприємств. *Вісник університету банківської справи*. 2016. № 3(27). С. 36-40.

3. Летуча А.В. Дієвий механізм управління грошовими потоками підприємства. *Національний університет харчових технологій*. 2016. URL: http://www.rusnauka.com/47_NNM_2016/Economics/10_220963.doc.htm (дата звернення: 06.03.2024)

4. Некрасенко Л.А., Гнилосир І.М. Напрями удосконалення управління грошовими потоками суб'єктів господарювання. *Полтавська державна аграрна академія*. 2011. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/118.pdf> (дата звернення: 7.03.2024)

5. Лебедик Г.В., Максютенко Н.О., Яценко В.В. Стан та перспективи організації безготівкових розрахунків в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. С. 166–171. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/22-2016/38.pdf> (дата звернення: 05.03.2024)

6. Музиченко К.О. Економічна сутність розрахункових операцій. *Управління розвитком*. № 15(178). 2014. С. 66-68.

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В БІЗНЕС В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Данилюк І.С., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ФУФБ

Науковий керівник – к.е.н., доц. Лобода Н.О.

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

У сучасному світі, де технології швидко розвиваються, важливою стає цифрова трансформація бізнесу. Один з важливих кроків у цьому напрямку - впровадження електронного документообігу. Цей процес відіграє ключову роль у покращенні ефективності, забезпеченні безпеки і зручності управління документами.

Згідно зі Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг», електронний документообіг (обіг електронних документів) - сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів. Основним об'єктом електронного документообігу є електронний документ - документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа [1]. Також документ, який створений у вигляді електронних даних, і який відповідає вимогам чинного законодавства та містить усі обов'язкові реквізити, має ту саму юридичну силу, що й документ, створений на папері.

Для роботи з електронними документами необхідно мати кваліфікований електронний підпис - електронні дані, що додаються до інших електронних даних або логічно з ними пов'язуються і використовуються підписувачем як підпис (згідно з ст. 1 Закону України «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги») [2]. Отже, створення електронного документа завершується накладенням електронного підпису. Таким чином, одним із ключових реквізитів електронного документа, який надає йому статус документа, є розміщений на ньому електронний підпис.

Електронний документообіг у сучасному світі - це стандартизований процес, який значно полегшує підписання та обмін діловими документами з клієнтами або підрядниками. Дозволяє авторизуватися онлайн, забезпечити прозорість руху документів в системі та контроль за їх виконанням.

Необхідність впровадження в бізнесі електронного документообігу можна визначити такими перевагами:

1. Збереження часу та зменшення витрат: електронний документообіг дозволяє знизити час, необхідний для обробки та передачі документів, що знижує витрати на оплату праці та паперові носії.

2. Підвищення ефективності та продуктивності: електронний документообіг забезпечує більш швидкий та точний обмін інформацією між працівниками, що підвищує їх ефективність та продуктивність.

3. Зручність та доступність: електронний документообіг дозволяє зберігати та отримувати документи з будь-якого місця та в будь-який час, що дозволяє забезпечувати їх доступність та зручність.

4. Збереження та збір даних: електронний документообіг дозволяє зберігати та збирати документи та дані у зручному та організованому форматі, що полегшує аналіз та використання цієї інформації.

5. Забезпечення безпеки даних: електронний документообіг забезпечує безпеку даних та захист від несанкціонованого доступу до них, що дозволяє забезпечити конфіденційність та цілісність інформації [3].

З початку повномасштабного вторгнення багато працівників були змушені залишити свою постійну роботу та виїхати за кордон або до безпечніших західних регіонів України, що призвело до того, що сотні підприємств втратили зв'язок зі своїми працівниками. Керівництво компанії зіткнулося з необхідністю приймати швидкі рішення щодо організації виробничих процесів, оскільки бізнес мав продовжувати функціонувати навіть у таких умовах. Одним з найефективніших рішень і є впровадження електронного документообігу.

Створення на підприємстві електронного документообігу здійснюється в декілька етапів:

1. Відповідальна особа створює проект електронного документу. Документ повинен містити всі обов'язкові реквізити, у тому числі дату та реєстраційний номер. При реєстрації електронного документу використовують реєстраційно-контрольну картку. Вона містить всю інформацію про створення (отримання), проходження та зберігання електронного документу на підприємстві.

2. Перед підписанням або затвердженням електронний документ конвертують (якщо це необхідно) у відповідний формат згідно з Переліком форматів.

3. Створення електронного документа завершується накладенням на нього електронного цифрового підпису [4].

На сьогоднішній день в Україні діє понад десяток різних систем документообігу, однією з найпопулярніших є **М.Е.Doc**. **М.Е.Doc** – це лідер українського ринку програмного забезпечення для бухгалтерів та підприємців. Більше 20 років досвіду роботи на ринку та широкий спектр програмних продуктів для автоматизації бухгалтерського та управлінського обліку. Події останніх років вимагали від підприємців оперативної адаптації задля підтримки швидкого обміну документами між містами та країнами. Це вплинуло на відправку документів у березні-квітні 2022 року, і хоч із травня кількість електронних документів зросла до рівня січня-лютого 2022 року, загалом протягом року користувачі М.Е.Doc відправили 34,5 млн. (рис. 1) [5].

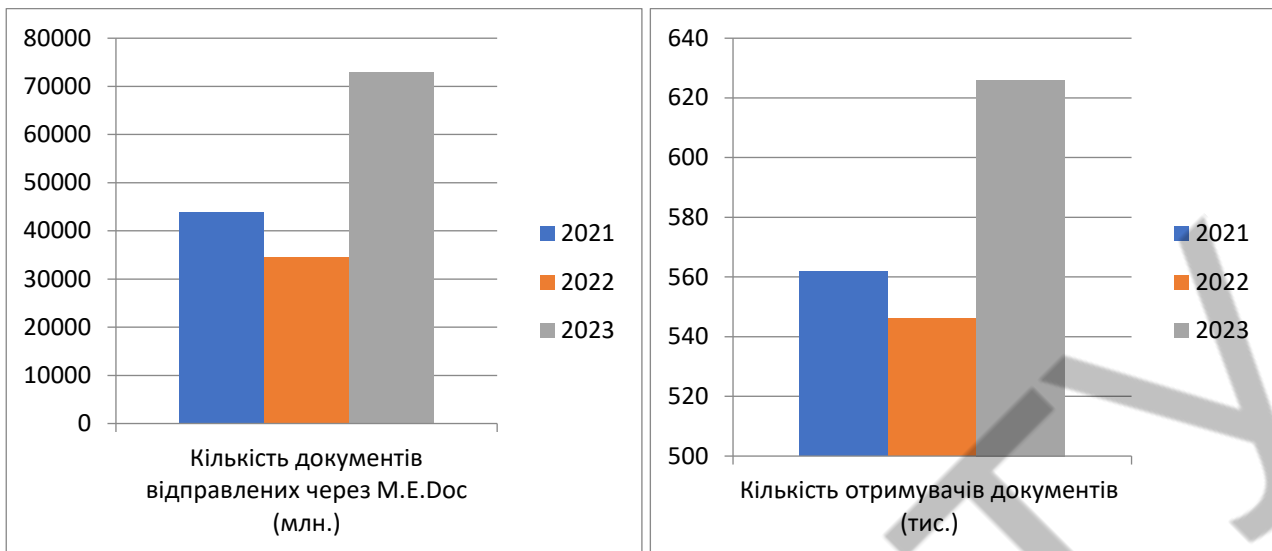


Рис. 1. Кількість документів відправлених через М.Е.Дос та кількість отримувачів документів

**Джерело: сформовано автором на основі [5]*

Одним з прикладів програмного забезпечення українського виробництва є "MASTER:Бухгалтерія", яку розробила компанія IT-Enterprise, яка тривалий час спеціалізувалася на впровадженні виключно комплексних ERP-систем для великого бізнесу. Понад 30 років досвіду було консолідовано в "MASTER:Бухгалтерію". Отже, підприємства малого, середнього бізнесу і державні установи мають можливості користуватися програмним забезпеченням, яким послуговуються компанії світового рівня. Дана програма складається з функціональних модулів, що охоплюють всі ділянки бухгалтерського обліку та обліку в системі оподаткування: **банк, каса, продажі, покупки, склад, виробництво, основні засоби, зарплата, кадри, операції, звіти тощо [6].**

Перші кроки до процесів діджиталізації вже зроблено. Про це свідчить діджиталізація роботи державних служб, контроль за державними фінансами, електронні аукціони, онлайн-послуги. Наразі понад 100 онлайн-послуг дають можливість отримання якісного сервісу без втручання людини [7].

Використання систем електронного документообігу збільшує шанси на захист і відновлення бізнесу, навіть якщо документи й архіви фізично знищуються під час військових дій. Технологічне хмарне сховище захищає всі дані, необхідні підприємствам для безперебійної роботи, навіть у разі знищення комп'ютера. Електронні документи в офісі зберігаються надійніше, ніж паперові. У нестабільних ситуаціях і можливих відключеннях електроенергії електронний документообіг допомагає захистити життя і здоров'я співробітників і створити для них безпечні умови праці. Таким чином, в умовах воєнного стану електронний документообіг стає вимогою безпеки. Отже, якщо раніше відмова від паперових документів була пов'язана з різними перевагами, такими як зручність, екологічність та економічна вигода, то тепер він необхідний усім

підприємствам, які хочуть знизити ризики у своїй діяльності та забезпечити безпеку своїх працівників.

Література:

1. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV : станом на 1 січня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 26.03.2024).
2. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 р. № 2155-VIII : станом на 1 січня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text> (дата звернення: 26.03.2024).
3. Закревська О.Ю. Електронний документообіг в системі управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ, 2023. № 9. С. 71-74. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1342/1/2023.%20-%20%E2%84%96%209.pdf#page=72> (дата звернення: 26.03.2024).
4. Карпушенко М., Волковицький М. Впровадження електронного документообігу на підприємствах. С. 68-70. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/54804/1/%D0%9E-%D0%90%D0%97%D0%A1%D0%A4-%D0%95%D0%91%D0%86-%D0%9A%D0%A2%D0%90%D0%9C202019-68-70.pdf> (дата звернення: 26.03.2024).
5. Електронний документообіг – тренд 2024 року. URL: <https://medoc.ua/news/elektronnij-dokumentoobg-trend-2024-roku> (дата звернення: 26.03.2024).
6. Лобода Н.О., Чабанюк О.М., Шевчук Ю.І. ІТ-процесінг у національній обліковій практиці. *Науково-практичний журнал "Економічні студії"*. 2019. Вип. 4 (26). С. 97-100.
7. Лобода Н.О., Чабанюк О.М., Кольба Р.М. Діджиталізація як функція облікової діяльності: коронакриза як контекст. *Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів Міжнар. наук. конф. (5-6 листопада 2020 р.).* - Житомир: Житомирська політехніка, 2020. - С. 337-338.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА КІБЕРБЕЗПЕКА

**Швець Г.А., студ. СВО «Магістр» ф-ту Соціології і права
Науковий керівник – д-р наук, проф. Ткачова Н.М.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ**

У сучасному цифровому середовищі, де технологічний прогрес рухається стрімко, національна безпека стає надзвичайно вразливою перед новими загрозами та викликами.

Цифрова трансформація призводить до появи нових загроз. Однією з основних загроз є кібератаки, які можуть бути спрямовані на критичну інфраструктуру, владні системи або економічні структури. Зловмисники можуть використовувати різноманітні техніки, включаючи фішинг, атаки на інтернет-підключені пристрої, та використання шкідливих програм.

Крім того, зростає ймовірність кібершпигунства та кібертероризму, де групи або держави можуть використовувати цифрові канали для здійснення шпигунської діяльності або для терористичних цілей. Оскільки багато сфер життя стають все більше пов'язаними з цифровим середовищем, ці загрози стають більш серйозними та складними для виявлення та запобігання.

З метою протидії кіберзагрозам та забезпечення національної безпеки в умовах цифрової трансформації, сучасні методи та технології кіберзахисту відіграють вирішальну роль. Також важливим є розвиток кібербезпеки Збройних Сил України та відповідність їхніх зусиль новим формам атак та загрозам. Удосконалення кіберзахисту передбачає розробку технологій виявлення та відповіді на кібератаки в реальному часі, що вимагає постійного вдосконалення методів протидії кіберзагрозам.

Попередження кіберзагроз також включає в себе ефективну кібергігієну та навчання персоналу щодо кібербезпеки. Широкомасштабні кампанії навчання та тренінги забезпечують кінцевих користувачів та відповідальних фахівців необхідними знаннями та навичками для ефективного управління кіберзагрозами.

Таким чином, в контексті цифрової трансформації, національна безпека стає неперервним завданням, яке потребує вдосконалення та інноваційних рішень у галузі кібербезпеки. Застосування сучасних методів та технологій кіберзахисту виявляється критичним для забезпечення стійкості держави в умовах постійного розвитку цифрових технологій.

У контексті сучасної реальності, де світ зіткнувся зі зростаючими загрозами та ризиками, цифрова трансформація виступає важливим інструментом управління кризами та надзвичайними ситуаціями. Цифрова трансформація дозволяє використовувати великі обсяги даних та аналітику для прогнозування потенційних кризових ситуацій, визначення схем та трендів, що можуть свідчити про небезпеку або виникнення потенційно кризових ситуацій, та швидкого реагування на них. Наприклад, системи моніторингу в соціальних мережах можуть виявляти сигнали про можливі кризові ситуації та швидко

реагувати на них. Управління кризовими ситуаціями також здійснюється за допомогою цифрових платформ та систем. Вони дозволяють реагувати на кризові ситуації в реальному часі, розподіляти ресурси та організовувати допомогу в умовах надзвичайних подій. Це може охоплювати відправлення автоматичних попереджень громадянам до організації рятувальних операцій та управління логістикою.

Одним з прикладів цифрової трансформації в управлінні кризами та надзвичайними ситуаціями можна назвати цифрові технології у боротьбі з пандемією. Пандемія COVID-19 виявилася великим викликом для національної безпеки України, але одночасно стала каталізатором для активізації цифрової трансформації в управлінні кризами та надзвичайними ситуаціями. Зокрема в контексті застосування системи “Дія. Здоров’я” та інших платформ, в управлінні пандемією та забезпеченні національної безпеки. Однією з ключових складових успішної боротьби з пандемією стало впровадження цифрових інструментів для моніторингу, контролю та інформування громадян. Система “Дія. Здоров’я” виявилася важливим інструментом у цьому процесі. Вона дозволила громадянам отримувати електронні медичні сертифікати про вакцинацію, тестування та одужання від COVID-19. Це не лише забезпечило легкість доступу до важливої інформації, але й сприяло створенню електронного та надійного механізму моніторингу захворюваності в реальному часі. Крім того, безкоштовні веб-ресурси щодо коронавірусу “COVID-19: моніторинг поширення коронавірусу в Україні” стали інструментом, який надавав громадськості та владі актуальну статистику та інформацію про поширення вірусу. Це дозволило приймати швидкі та обґрунтовані рішення щодо введення та послаблення карантинних обмежень, забезпечуючи оптимальний баланс між збереженням життів та підтримкою економіки.

Ще один приклад цифрової трансформації в управлінні кризами та надзвичайними ситуаціями: підвищення готовності до надзвичайних ситуацій. Екстренна служба “112” в Україні є прикладом успішної інтеграції цифрових технологій у систему екстреного реагування. Громадяни можуть одержувати допомогу швидше та ефективніше, завдяки можливості виклику екстрених служб за єдиним номером телефону.

Симуляційні та тренувальні платформи, засновані на віртуальній реальності та інших цифрових технологіях, дозволяють тренувати персонал з реагування на різні надзвичайні ситуації без реального ризику. Це сприяє підвищенню ефективності та координації дій у надзвичайних ситуаціях.

Використання цифрових інструментів для реалізації планів евакуації, контролю за станом інфраструктури та організації допомоги дозволяє забезпечити оперативну та координаційну готовність у випадку надзвичайних ситуацій.

Отже, цифрова трансформація не лише допомагає прогнозувати та управляти кризовими ситуаціями, але й забезпечує засоби для підвищення готовності до надзвичайних подій, роблячи суспільство більш стійким у вирішенні викликів.

Література:

1. Впровадження антикорупційних цифрових інструментів і посилення кіберзахисту: Уряд ухвалив завдання Національної програми інформатизації [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. – 2023. – 21 лип. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/vprovadzhennia-antykoruptsiinykh-tsyfrovykh-instrumentiv-i-posylennia-kiberzakhystu-uriad-ukhvalyv-zavdannia-natsionalnoi-prohramy-informatyzatsii> (дата звернення: 25.02.2024).
2. Індекс сприйняття корупції 2022 [Електронний ресурс] // Трансперенсі Інтернешнл Україна. – 2022. – Режим доступу: <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2022/> (дата звернення: 25.02.2024).
3. Кібербезпека: світові тенденції та виклики для України. Аналітична доповідь. [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень. – 2021. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/kiberbezpeka-svitovi-tendencii-ta-vikliki-dlya-ukraini-analitichna> (дата звернення: 25.02.2024).
4. Крок до стійкого кіберзахисту: Мінцифра і Cyberfame GmbH співпрацюватимуть у сфері цифрової безпеки [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. – 2023. – 12 лип. – Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/news/krok-do-stiykogo-kiberzakhistu-mintsifra-i-cyberfame-gmbh-spivpratsyuvativimut-u-sferi-tsifrovoi-bezpeki> (дата звернення: 25.02.2024).
5. Маркевич К. Л., к. е. н. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – 2020. – 18 листоп. – Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napryamky/sotsialno-ekonomichni-doslidzhennia/tsyfrovizatsiia-perevahy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv> (дата звернення: 25.02.2024).

АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЗВІТІВ

Желясков Г.Г., Ставнійчук О.П., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – д.е.н., проф. Іванченкова Л.В., д.е.н., проф. Ткачук Г.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Звітність, яку в сучасному економічному середовищі укладають підприємства та організації є мовою бізнесу, особливо за умов віддаленого доступу до фінансових даних та розвитку інтернет-комунікацій. Для прийняття управлінських рішень, враховуючи рішення щодо інвестування коштів, у сучасному світі недостатньо інформації щодо самих тільки фінансових показників діяльності. Інвесторів цікавлять сильні та слабкі сторони бізнесу, перспективи розвитку потенціалу підприємства (кадрового, технічного, технологічного тощо), основні фінансово-економічні ризики тощо.

Інтегрована звітність підприємства – це звітність, яка поєднує фінансову і нефінансову інформацію, відображає можливості компанії створювати і підтримувати свою вартість протягом тривалого періоду часу. Економічна категорія «інтегрована звітність» побудована на основі інтегрованого мислення, що «призводить до більш тісної інтеграції інформаційних систем, які підтримують внутрішню і зовнішню звітність і надання інформації, включаючи підготовку інтегрованого звіту» [1] та враховує такі фактори, як:

- всі види капіталів компанії, включаючи їх ефективний розподіл;
- інтереси сторін;
- бізнес-модель компанії у взаємодії із зовнішнім середовищем, можливості і ризики, з якими стикається компанія;
- діяльність компанії в минулому, сьогодні і майбутньому.

Як зазначають науковці, «інтегрована звітність призначена для надання інформації про те, наскільки добре підприємство управляє своїм фінансовим і нефінансовим капіталом для постачальників цього капіталу» [2].

Як визначають сучасні науковці зміст інтегрованого звіту підприємства, який застосовується з метою задоволення інформаційних потреб потенційного інвестора, має складатися з таких елементів:

- 1) фінансова інформація про стан та результати діяльності;
- 2) нефінансова інформація щодо реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності (кадрове забезпечення, соціальний розвиток та забезпечення, екологічна безпека, якість продукції тощо);
- 3) інформація щодо ефективності, можливостей та ризиків бізнесу;
- 4) інформація системи корпоративного управління;
- 5) економічні коментарі щодо організаційної структури, бізнес-моделі, корпоративної та облікової політики, характеристики бізнес-середовища й бізнес-кому [3].

Складання інтегрованої звітності надає такі переваги:

- підвищення рівня залучення зацікавлених сторін і зниження репутаційних ризиків: інтегрована звітність підвищує прозорість, покращує підзвітність, сприяє інклюзивності та надає більше інформації, що дозволяє заінтересованим сторонам сформулювати глибоке бачення фінансової та суттєвої нефінансової інформації;

- стійкість і результативність бізнесу: інтегрована звітність надає інформацію про виконання соціально-економічних цілей підприємства та показників ефективності. Це веде до кращого прийняття рішень щодо інновацій у бізнес-моделі та зростання доходів;

- відповідність вимогам внутрішньої та зовнішньої звітності: інтегрована звітність дає змогу підприємствам відповідати нормам і ефективно керувати регулятивними ризиками. Це сприяє кращому спілкуванню та стійкості завдяки розумінню можливостей і ризиків [4].

Застосування системи інтегрованого звітування мають також свої проблеми та недоліки, а саме:

- недостатній рівень підготовки спеціалістів, спроможних готувати якісні інтегровані звіти;

- недоліком цієї форми звітування є «забезпечення достовірності заходів та процедур для збору даних та якісного їх оприлюднення» [5]. Усунення цього недоліку пропонується шляхом проведення внутрішнього аудиту показників інтегрованих звітів;

- низький рівень розповсюдження інтегрованих звітів серед підприємств України;

- низький рівень методичного забезпечення укладання інтегрованих звітів.

Проблема досить повільного впровадження в практичну діяльність підприємств України інтегрованої звітності пов'язана з:

- відсутністю єдиної концепції та регламентації даного процесу;

- відсутністю усвідомлення необхідності впровадження;

- наявністю ризиків розкриття важливої інформації;

- складністю отримання та систематизації даних різних форматів - на різних підприємствах, та різних підрозділів – одного підприємства;

- відсутність рекомендації щодо інформаційного забезпечення інтегрованої звітності, тобто збір облікових даних та формування показників такої звітності;

- брак фахівців, які мислять та діють рішуче, творчо та на перспективу, а не за застарілими шаблонами. Проявом інтегрованої звітності в Україні є запровадження [6].

Незважаючи на певні недоліки є необхідність прискорення темпів впровадження інтегрованого звітування як в системі управління конкретного підприємства, так і при підготовці інформації для державних органів, власників бізнесу та потенційних інвесторів.

Наявність проблем формування та подання інтегрованих звітів тільки підкреслює актуальність майбутніх наукових досліджень у сфері їх нормативно-правового та методологічного забезпечення.

Література:

1. The International Integrated Reporting Framework. URL: www.theiirc.org/international-irframework.
2. Simnett R. Integrated reporting and assurance: Where can research add value? / R.Simnett, A.L. Huggins // Sustain. Account. Manag. Policy J. 2015. № 6. P. 29–53.
13. Wang R. Corporate Governance, Integrated Reporti.
3. Ткачук Г.О., Іванченкова Л.В., Скляр Л.Б. Інтегрований облік та звітність в управлінні корпоративного підприємства: теоретичні аспекти запровадження та контролю. Економіка харчової промисловості. 2021. Т.13, вип. 2. С. 87-94.
4. Zyznarska-Dworczak B. Determinants for the Development of non-Financial Reporting and its External Verification in the Light of Accounting Theory and Practice / B.Zyznarska-Dworczak // Stud. Oeconomica Posnaniensia. 2017. № 5. P. 136–149.
5. Орлов І.В., Захаров Д.М. Дослідження проблеми забезпечення достовірності інтегрованої звітності. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2023. Вип. 1 (54). С. 46-51.
6. Сторожук Т.М. Проблеми впровадження інтегрованої звітності. Інтернет-ресурс. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/174.pdf>

ПРОБЛЕМИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Король С.О., Залужна Ю.В., студ. СВО «Магістр» ф-ту ЕБіК
Наукові керівники – д.е.н., проф. Іванченкова Л.В., д.е.н., проф. Ткачук Г.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

До сучасного бізнесу застосовуються різні види фінансового контролю: державний, відомчий, незалежний аудиторський, внутрішній (або управлінський) та громадський. Організація контролю на підприємстві – важливий аспект системи його управління. Особливу актуальність проблеми вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві здобули в умовах воєнного стану, коли важливими є збереження матеріальних цінностей та контроль стану розрахунків. Впевнені, що професійна цікавість до нормативно-правового забезпечення фінансового контролю як загалом, так і до нормативно-правового забезпечення контролю за окремими напрямками (витрати, доходи, розрахунки тощо) зокрема, з часом тільки зростатиме.

Нормативно-правове забезпечення контролю – це «сукупність нормативно-правових актів найвищих гілок влади у державі (законодавчої, виконавчої та представницької), Міністерства фінансів України, інших міністерств та відомств, і, власне, кожного підприємства зокрема, які забезпечують повноцінне функціонування та динамічний розвиток бухгалтерського обліку, фінансової звітності й економічного контролю в нашій державі» [1].

Нормативно-правове регулювання фінансового обліку та контролю в Україні відповідно до МСФЗ розглядають на чотирьох рівнях: законодавчому (Закони України, Укази Президента України, постанови КМУ), нормативному (нормативні документи Мінфіну України, Держкомстату України, Держказначейства, ДПА, НБУ України та інших відомств, котрі реєструють у Мінюсті України), методичному (нормативні акти, інструкції, методичні рекомендації, вказівки, листи міністерств і відомств) і організаційно-розпорядчому (робочі документи, що формують облікову політику в підприємстві [2].

Таким чином, до основних актів нормативно-правового забезпечення внутрішнього контролю підприємств варто віднести: Закони України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, “Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність в Україні”, “Про державну податкову службу України”; Укази Президента України; постанови і рішення Кабінету Міністрів України; накази, постанови, розпорядження, листи, роз’яснення міністерств та відомств; Національні положення (стандарти бухгалтерського обліку, Міжнародні стандарти фінансового обліку, Міжнародні стандарти фінансової звітності, Кодекси України (Податковий, Бюджетний, Господарський, Цивільний, про адміністративні правопорушення, Кримінальний тощо); методичні рекомендації з вказівки, інструкції, положення (зокрема Положення

про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку); плани рахунків бухгалтерського обліку (національний, галузеві, спрощений, робочі); наказ про облікову політику підприємства; графік документообігу тощо.

Слід зазначити, що фінансовий державний, відомчий та незалежний контроль є найбільш регламентованим, його термінологія та основні методологічні засади в основному забезпечені нормативно-правовими актами. Що стосується внутрішнього (управлінського) контролю – регламентація контрольного процесу покладена безпосередньо на саме підприємство, а його якість залежить від кмпетентності, професіоналізму та практичного досвіду керівництва.

На наш погляд, сучасними проблемами організації внутрішнього контролю на підприємстві є:

- відсутність (повна або часткова) кваліфікованих кадрів з контролю та аудиту безпосередньо на підприємстві;
- недостатній рівень цифровізації системи контролю, що значно погіршує його якість (знижує оперативність та не забезпечує своєчасності);
- безпечне відношення керівництва та власників підприємства до організації та якості контрольних процедур.

Однією з визначальних умов повноцінної організації контролю є «наявність чіткої нормативної регламентації діяльності суб'єктів, уповноважених на виконання контрольних повноважень» [3].

Вважаємо актуальними проблемами нормативно-правового забезпечення системи внутрішнього контролю наступне:

- відсутність чіткого визначення основних термінів внутрішнього контролю у нормативно-правовій базі діючого законодавства;
- відсутність нормативних актів на державному рівні стосовно організації та регламентації системи внутрішнього контролю підприємства;
- відсутність регламентованої методики здійснення внутрішнього контролю;
- повна або часткова відсутність нормативного забезпечення та внутрішньої регламентації системи контролю на підприємстві.

В подальшій перспективі вивчення проблематики нормативно-правового забезпечення контролю на підприємстві слід звернути увагу на визначення основних термінів та регламентацію системи внутрішнього контролю підприємства.

Література:

- 1.Дерій В.А. Нормативно-правове забезпечення обліку і контролю витрат та доходів підприємств. Міжнародний збірник наукових праць. 2017. Випуск 2(17). С. 77-83.
- 2.Пушкар М.С., Щирба М.Т. Теорія і практика формування облікової політики: моногр. Тернопіль: Карт-бланш, 2009. 260 с.

3.Прасюк В. М. Проблеми нормативно-правового регулювання державного фінансового контролю в Україні та напрями його вдосконалення. Південноукраїнський правничий часопис. 2019. 4-2019. Ч.1. С. 60-64.

ВПЛИВ МОНЕТАРНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА РОЗВИТОК ФОНДОВОГО РИНКУ

Бакалейко О.Я., студ. СВО «Магістр»
спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.
ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ

Вплив монетарних інструментів на розвиток фондового ринку є актуальним і важливим питанням в економічній теорії та практиці, особливо в контексті коливань ринків та економічної нестабільності. Нещодавні події, такі як фінансові кризи, пандемія COVID-19 та реакція центральних банків на них, ще раз підкреслили важливість розуміння взаємозв'язку між монетарною політикою і фондовим ринком.

Зміни у монетарних інструментах, такі як зміна відсоткових ставок, програми квантитативного послаблення або затягування, регулювання ліквідності тощо, мають потенціал значно впливати на фінансові ринки, включаючи фондовий ринок. Це може відображатися в коливаннях цін акцій, обсягах торгівлі, рівні ліквідності тощо [1].

Таким чином, розуміння впливу монетарних інструментів на фондовий ринок залишається актуальним для інвесторів, регуляторів, аналітиків та економістів у всьому світі, оскільки це допомагає прогнозувати та реагувати на зміни на фінансових ринках.

Монетарні інструменти відіграють значну роль у формуванні та розвитку фондового ринку. Ось деякі з головних способів, які вони впливають на цей ринок:

1. Відсоткова ставка центрального банку. Центральний банк може змінювати відсоткову ставку, що впливає на рівень вартості кредитування. Низькі відсоткові ставки можуть сприяти зростанню фондового ринку, оскільки це може збільшити попит на акції та інші фінансові інструменти порівняно з менш ризикованими, але менш доходними інвестиціями.

2. Ліквідність. Монетарна політика впливає на загальний рівень ліквідності в економіці. Висока ліквідність сприяє розвитку фондового ринку, оскільки інвестори легше можуть купувати та продавати цінні папери.

3. Резервні вимоги. Центральний банк може встановлювати резервні вимоги для комерційних банків, що впливає на їх здатність надавати кредити та ліквідність. Зміни в резервних вимогах можуть впливати на доступність кредитів для інвесторів та компаній, які видають акції на фондовому ринку.

4. Квантитативне послаблення/затягування. Центральні банки можуть вживати заходів квантитативного послаблення (наприклад, програми покупки облігацій) або квантитативного затягування (зменшення балансу) для контролю ліквідності в системі. Це може впливати на ціни акцій та інших фінансових інструментів на фондовому ринку.

5. Валютна політика. Деякі монетарні інструменти можуть впливати на

валютний курс, що в свою чергу може впливати на зовнішню конкурентоспроможність компаній та загальну стійкість фондового ринку [2].

Отже, монетарні інструменти можуть мати значний вплив на розвиток фондового ринку шляхом контролю ліквідності, вартості кредитування та загального економічного середовища. Зміни у відсоткових ставках можуть впливати на вартість кредитів та настроїв інвесторів, що впливає на ціни акцій та інші фінансові інструменти. Забезпечення високого рівня ліквідності сприяє активній торгівлі на фондовому ринку та привертає більше інвесторів. Зміни в резервних вимогах можуть впливати на доступність кредитів для інвесторів та компаній, які активно взаємодіють на фондовому ринку. Дії центрального банку щодо купівлі або продажу активів можуть мати значний вплив на ринкову ліквідність та ціни акцій. Валютний курс впливає на експортні та імпорتنі операції компаній, що може впливати на їхню конкурентоспроможність та вартість акцій на фондовому ринку.

Література:

1. Кужелєв М.О., Нечипоренко А.В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку: практика використання в Україні: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 224 с.
2. Wallimann I. Social and solidarity economy for sustainable development: its premises – and the Social Economy Basel example of practice. *International Review of Sociology*. 2014. Vol. 24:1, P. 48-58.

РОЗВИТОК НЕБАНКІВСЬКОГО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Бридун М.І., студ. СВО «Магістр»

спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник: д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.

**ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ**

Розвиток небанківського фінансового сектору в Україні має кілька ключових аспектів, які важливо розглянути. Цей сектор включає різноманітні фінансові інституції, що не є банками, але надають фінансові послуги, такі як страхування, кредитування, інвестиційне управління, лізинг та факторинг. Ось декілька основних напрямків розвитку цього сектору в Україні:

Регулювання та нагляд – посилення регулятивних рамок для забезпечення стабільності та прозорості небанківського фінансового сектору. Важливо забезпечити адекватний нагляд за діяльністю небанківських фінансових інституцій, щоб мінімізувати ризики для економіки.

Залучення інвестицій – підтримка інвестицій у небанківський сектор, що може включати залучення іноземних інвестицій, сприяння розвитку внутрішніх джерел фінансування та створення сприятливого інвестиційного клімату [1].

Інновації та технології – інтеграція новітніх технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект та цифрові платформи, для підвищення ефективності та доступності фінансових послуг. Це включає розвиток FinTech компаній, які можуть революціонізувати сектор.

Розширення доступу до фінансових послуг – покращення доступності фінансових послуг для широких верств населення, включаючи віддалені та сільські райони. Це може включати розвиток мікрофінансування та інших інклюзивних фінансових продуктів.

Співпраця між секторами – формування партнерств між банківським та небанківським секторами, а також між державним та приватним секторами для забезпечення більшої інтеграції та ефективності у фінансовій системі.

Ці ініціативи сприяють не тільки розвитку небанківського сектору, але й загальному зміцненню фінансової стабільності та економічному зростанню країни.

Зміцнення законодавчої бази для захисту прав споживачів фінансових послуг. Важливо забезпечити чіткість та прозорість умов надання послуг, а також ефективні механізми для розгляду скарг та вирішення спорів [2].

Підвищення рівня фінансової грамотності серед населення через освітні програми, які допоможуть громадянам краще розуміти фінансові продукти та послуги. Це включає співпрацю з освітніми установами, розвиток онлайн-ресурсів та проведення інформаційних кампаній. фінансових інституцій. Залучення до "зеленого фінансування", підтримка проєктів, які сприяють екологічній стійкості, та розробка продуктів, що відповідають соціальним потребам. Зміцнення механізмів відшкодування податку на додану вартість для

небанківських фінансових інституцій, що сприяє зменшенню адміністративного тягару та покращенню їх фінансової стабільності. Розширення міжнародної співпраці для обміну досвідом та найкращими практиками у сфері небанківського фінансування. Це може включати участь в міжнародних програмах та проектах, співпрацю з міжнародними фінансовими інституціями та залучення іноземних експертів.

Таким чином, систематичний розвиток небанківського фінансового сектору може забезпечити важливий внесок у загальну економічну та соціальну стабільність України, розширюючи доступність і різноманітність фінансових послуг для всіх верств населення.

Література:

1. Кужелев М.О., Нечипоренко А.В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку: практика використання в Україні: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 224 с.
2. Wallimann I. Social and solidarity economy for sustainable development: its premises – and the Social Economy Basel example of practice. *International Review of Sociology*. 2014. Vol. 24:1, P. 48-58.

КРЕДИТНИЙ РИЗИК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Дідовець М.О., студ. СВО «Магістр»

спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник: д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.

**ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ**

Актуальність кредитного ризику для банківської системи України особливо висока через кілька ключових причин. Україна переживає періоди економічної нестабільності, що включає інфляцію, коливання валютних курсів та загальну економічну невизначеність. Це збільшує ризик невиклати кредитів банками, оскільки позичальники можуть зіткнутися з фінансовими труднощами. Політична ситуація та реформи в банківському секторі, включаючи законодавчі ініціативи щодо регулювання кредитування, можуть раптово змінити умови гри для банків і позичальників. Зростання ринку нерухомості та інших секторів, що активно кредитуються, збільшує обсяги видачі кредитів і, відповідно, потенційний обсяг невиклат. Впровадження новітніх технологій у банківській сфері, таких як кредитний скоринг на базі штучного інтелекту, змінює підходи до оцінки кредитного ризику, що робить важливим оновлення методологій та підходів в оцінці та управлінні ризиками. Глобалізація та міжнародні фінансові кризи можуть мати каскадний вплив на економіку України, викликаючи додаткові кредитні ризики для банківського сектора. Високий рівень проблемної заборгованості у банках може вказувати на системні проблеми в оцінці кредитного ризику та його управлінні, що потребує негайних заходів для покращення.

Розуміння та ефективне управління кредитним ризиком є ключовим для забезпечення стабільності та довіри до банківської системи країни, що в свою чергу сприяє економічному зростанню та розвитку. Кредитний ризик банківської системи України – це можливість втрати банками ресурсів через невиконання кредитних зобов'язань їхніми позичальниками. Цей ризик може мати різні причини та прояви, наприклад:

Економічні умови: Рівень кредитного ризику тісно пов'язаний з економічною стабільністю в країні. Нестабільні економічні умови, інфляція, девальвація національної валюти, і зниження ВВП можуть збільшити кредитні ризики [1-2].

Політичні фактори: Політична нестабільність та зміни у законодавстві можуть впливати на кредитний ризик, адже вони можуть призвести до зміни економічної політики, що в свою чергу впливає на здатність позичальників виконувати свої зобов'язання.

Фінансова недостатність позичальників: Через високу частку неплатоспроможних позичальників банки несуть значні втрати, що підриває їх фінансову стабільність.

Регуляторні заходи: Регулювання в банківському секторі може впливати на рівень кредитного ризику. Наприклад, посилення вимог до кредитування

може зменшити ризики, але також може обмежити доступ до кредитів для деяких категорій позичальників.

Боротьба з кредитним ризиком в Україні включає ряд заходів, таких як покращення кредитного скорингу, впровадження сучасних ІТ-рішень для моніторингу та аналізу кредитних портфелів, а також підвищення кваліфікації персоналу банків у сфері оцінки ризиків.

Оцінюючи кредитний ризик, банки і фінансові аналітики часто використовують статистичні моделі та прогнозування для визначення потенційних втрат у випадку невиконання зобов'язань позичальниками. Це дозволяє банкам адаптувати свої стратегії та мінімізувати можливі збитки.

Література:

1. Кужелєв М.О., Нечипоренко А.В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку: практика використання в Україні: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 224 с.
2. Wallimann I. Social and solidarity economy for sustainable development: its premises – and the Social Economy Basel example of practice. *International Review of Sociology*. 2014. Vol. 24:1, P. 48-58.

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: СТРУКТУРА, СТІЙКІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Єсипчук О.В., студ. СВО «Магістр»

спец. 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник – д.н. з держ. упр., доц. Шестаковська Т.Л.

ЗВО «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая», м. Київ

Тема державного боргу України досить складна і багатогранна. Державний борг України відіграє значну роль у фінансуванні державних і соціально-економічних проектів, одночасно викликаючи обговорення щодо його стійкості та впливу на майбутнє країни. В контексті глобалізації економіки та постійних викликів, як внутрішніх, так і зовнішніх, аналіз державного боргу України набуває особливої актуальності. Внутрішні та зовнішні зобов'язання формують структуру державного боргу, кожен сегмент якої має свої особливості управління та ризику.

Державний борг може включати в себе внутрішні та зовнішні запозичення, і його структура та стійкість значно впливають на економічну стабільність країни. Структура державного боргу України включає в себе: Внутрішній борг - кошти, позичені урядом від власних громадян, компаній або установ через випуск державних облігацій або інші фінансові інструменти. Зовнішній борг - кошти, позичені урядом від іноземних урядів, міжнародних фінансових організацій (наприклад, МВФ, Світовий банк), або закордонних інвесторів.

Стійкість державного боргу вимірюється через кілька показників, включаючи:

Відсоток державного боргу від ВВП - це показник, який дозволяє оцінити, наскільки борг є великим у порівнянні з економічною продуктивністю країни.

Обслуговування боргу - спроможність країни виплачувати відсотки та основну суму своїх боргів [1].

Перспективи управління державним боргом в Україні можуть залежати від багатьох факторів, включаючи політичну стабільність, економічні реформи, зовнішньоекономічну кон'юнктуру, а також від міжнародної підтримки та умов кредитування.

Ефективне управління державним боргом є ключовим для забезпечення економічної стабільності та зростання. Урядам, як правило, потрібно балансувати між залученням необхідних фінансових ресурсів для розвитку країни та підтримкою стійкості боргу на прийнятному рівні, щоб не перевантажити економіку великими виплатами по боргах.

Збалансоване співвідношення внутрішнього та зовнішнього боргу є критично важливим для збереження фінансової стабільності. Україна повинна продовжувати працювати над залученням внутрішніх інвестицій для зниження залежності від зовнішніх запозичень [2].

Україні необхідно підтримувати державний борг на рівні, який не перешкоджає економічному зростанню та соціальному розвитку. Ефективне

управління боргом, включаючи ретельне планування та використання боргових коштів, є ключовим для підтримки його стійкості. Майбутнє управління державним боргом в Україні повинне бути спрямоване на реформування економіки, підвищення прозорості державних фінансів та покращення інвестиційного клімату. Зовнішнє фінансування повинне використовуватися стратегічно, з акцентом на стійкий розвиток і довгострокові проекти. Управління державним боргом вимагає ретельної уваги та адаптації до змінювальних умов глобальної і національної економіки, щоб забезпечити стійке майбутнє для наступних поколінь громадян України.

Література:

1. Кужелев М.О., Нечипоренко А.В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку: практика використання в Україні: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 224 с.
2. Wallimann I. Social and solidarity economy for sustainable development: its premises – and the Social Economy Basel example of practice. International Review of Sociology. 2014. Vol. 24:1, P. 48-58.

ОБЛІК ФІНАНСОВО-РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Заведія М.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
 Наукові керівники – к.е.н., доц. Маркова Т.Д., ст. викл. Пчелянська Г.Б.
 Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Організація обліку розрахунково-фінансових операцій є невід’ємною складовою фінансового управління підприємством. У ході економічної діяльності підприємство постійно взаємодіє з іншими учасниками господарювання, що виникають внаслідок обігу господарських засобів і відомі як розрахунки. Ці розрахунки сприяють розподілу та перерозподілу суспільного продукту, його переходу від товарної форми до грошової і навпаки. Організація обліку розрахунків передбачає комплекс заходів для забезпечення вчасності та повноти погашення заборгованості та відображення цих процесів у бухгалтерському обліку. Основні завдання організації обліку розрахунків включають: визначення методики оцінки заборгованості; розробка форм первинних документів для контролю над розрахунками; класифікація заборгованості та інше [1].

Розрахунки – це система взаємин між юридичними і фізичними особами, що виникають у момент практичного виконання юридично оформлених фінансових зобов’язань при здійсненні товарних і нетоварних операцій.

Класифікація розрахунково-фінансових операцій необхідна для систематизації та структурування цих операцій відповідно до різних критеріїв. Класифікація розрахункових операцій наведена на рисунку 1.

РОЗРАХУНКОВІ ОПЕРАЦІЇ			
Готівкові, безготівкові, інші			
Розрахунки з юридичними особами	Сторонніми, такими, що не належать (ні частково, ні цілком) підприємству:	Розрахунки з фізичними особами	З працівниками підприємства:
	- постачальниками та підрядниками; - покупцями і замовниками; - податковими органами по податках і платежах; - органами соціального страхування та пенсійного забезпечення; - іншими підприємствами й організаціями по інших операціях		- по оплаті праці; - по підзвітних сумах; - по соціальному страхуванню; - по внесках до статутного капіталу; - по інших операціях (аліментам, кредитам і іншим) та ін.
	Сторонніми, такими, що належать підприємству (дочірніми)		Зі сторонніми громадянами:
			- постачальниками та підрядниками; - покупцями і замовниками; - засновниками (учасниками, акціонерами); - з іншими громадянами

Рис. 1. Види розрахункових операцій*

*складено автором на підставі джерел [1]

Облік готівкових операцій регламентується на підприємстві Постановою Правління Національного банку України «Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» № 637 від 15.12.2004 р. [2]. В Положенні про ведення касових операцій у національній валюті в Україні зазначено, що касові операції оформляються касовими ордерами, видатковими відомостями, розрахунковими документами, документами за операціями із застосуванням електронних платіжних засобів, іншими касовими документами, які згідно із законодавством України підтверджували б факт продажу (повернення) товарів, надання послуг, отримання (повернення) готівкових коштів.

Для узагальнення інформації про наявність та рух грошових коштів в касі підприємства призначено активний рахунок 30 «Готівка», по дебету відображається надходження, а по кредиту – їх списання.

Облік безготівкових розрахунків на підприємстві має здійснюватися на підставі Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-III [3]. Для відкриття поточних рахунків підприємства подають установам банків такі документи, а саме заяву на відкриття поточного рахунку встановленого зразка. Заяву підписує керівник юридичної особи або інша уповноважена на це особа; копії належним чином зареєстрованого установчого документа; копії виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, що містить відомості про юридичну особу; картки із зразками підписів і відбитка печатки.

Для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках в банку, які можуть бути використані для поточних операцій призначено активний рахунок 31 «Рахунки в банках», по дебету відображається надходження, а по кредиту – їх списання.

Організація обліку дебіторської заборгованості (розрахунків з покупцями та замовниками) встановлено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» [4], який застосовується з урахуванням особливостей оцінки та розкриття інформації щодо дебіторської заборгованості, встановлених іншими положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторам (це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів).

Облік фінансово-розрахункових операцій з постачальниками, підрядниками, робітниками по оплаті праці, по податками, по питанням страхування ведуться на рахунках 6 класу плану рахунків, зокрема 63, 66, 64, 65, де по кредиту відображається заборгованість підприємства, а по дебету – її погашення.

Отже, інформацію про облік фінансово-розрахункових операцій підприємства, яка є необхідною та корисною для ефективного управління фінансово-господарською діяльністю, можна спостерігати у аналітичних відомостях дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Література:

1. Давидюк Т.В. Бухгалтерський облік : навч. посібник / Т.В. Давидюк, О.В. Манойленко, Т.І. Ломаченко, А.В. Резніченко. Харків, Видавничий дім «Гельветика», 2016. 392 с.
2. Постанова Правління Національного банку України «Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» № 637 від 15.12.2004 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17#Text> (дата звернення 26.03.2024).
3. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-III (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення 26.03.2024).
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» // Наказ Міністерства фінансів України 08.10.1999 р. № 237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text> (дата звернення 26.03.2024).

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ, ДІДЖИТАЛ-ОБЛІК І КОНТРОЛІНГ

Георгієва Д.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК
Науковий керівник – к.е.н., доц. Євтушевська О.О.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

За останні десятиліття цифрові технології почали відігравати ключову роль у перетворенні способів управління, діджитал-обліку та контролінгу на підприємствах. Завдяки широкому використанню цифрових інструментів та аналізу даних ефективність управлінських рішень стає значно вищою. При цьому ефективність управлінських стала ще більш обґрунтованою, а контроль за фінансовими – більш прозорим та ефективним. У цьому контексті розглядається роль цифрових технологій як ключового чинника удосконалення управління та контролінгу на підприємствах у сучасному бізнес-середовищі.

Склярук Н.П., Вовк Н.П. відзначають, що «Управлінський облік у сучасному бізнес-середовищі все більше покладається на цифрові інструменти та технології. Хмарні обчислення, штучний інтелект, та аналітика великих даних, допомагають компаніям підвищити гнучкість та оперативність управління, забезпечуючи швидкий доступ до актуальної інформації для прийняття рішень. Це включає широкий спектр програмних продуктів та систем, які дозволяють автоматизувати облікові процеси, підвищити точність даних та надати керівництву більш глибокий аналіз для прийняття обґрунтованих рішень. Одними з найпопулярніших інструментів управлінського обліку є ERP-системи, такі як SAP, Oracle та Microsoft Dynamics. Ці системи інтегрують різні аспекти бізнесу, включаючи облік, управління ресурсами, логістику та інше, забезпечуючи комплексну оцінку фінансованого стану підприємства».

На ринку IT-рішень є спеціалізовані облікові програми, такі як QuickBooks, Xero та Zoho Books – популярні серед малих та середніх підприємств завдяки своїй гнучкості, простоті використання та доступності. Використовуються вони виключно для потреб управлінського обліку, оскільки не мають адаптованих версій для України та не можуть інтегрувати дані у вітчизняні системи автоматизації бухгалтерського обліку (без залучення IT-спеціалістів).

Для аналізу великих даних та прогнозування використовуються інструменти, засновані на штучному інтелекті та машинному навчанні. Платформи, такі як IBM Watson, Google Cloud AI та Microsoft Azure AI, дозволяють компаніям аналізувати великі обсяги даних, виявляти тренди та робити прогнози, що є критично важливим в умовах високої невизначеності» [1].

На ринку є доволі багато компаній, які пропонують послуги цифрових технологій, діджитал-обліку та контролінгу. До найвідоміших можна віднести такі гіганти як:

1. Intel. Так, компанія відома в першу чергу завдяки своїм мікропроцесорам та чіпам, проте чималу увагу приділяє розробці рішень для цифрового бізнесу та корпоративного сектору. Це включає продукти обробки даних, хмарних обчислень, інтеграційні системи а також рішення для контролю великими обсягами даних (Big Data).

2. Apple Inc. відома завдяки розробці власної екосистеми. Проте також компанія розробляє рішення для бізнесу та корпоративного сектору.

3. Microsoft Corporation. Відома своїми рішеннями для управління підприємствами, такими як Microsoft Dynamics, які включають в себе інструменти діджитал-обліку та контролінгу.

4. Deloitte, Ernst & Young (EY), Pricewaterhouse Coopers (PwC), KPMG. Ці компанії займаються консалтингом та аудиторськими послугами, надають послуги в сфері управління, діджитал-обліку та контролінгу, включаючи розробку та впровадження цифрових рішень для клієнтів

В останні роки цифрові технології набувають дедалі більшого значення в системі діджитал-обліку, контролінгу, а особливо в управлінні підприємством. Тому слід зазначити, що їх розвиток це лише питання часу, причому якщо оцінювати перспективи то в короткостроковій перспективі більша частина управлінського обліку буде здійснюватися за допомогою цифрових технологій.

Література:

16. Склярук, І., & Вовк, Н. (2024). Управлінський облік бізнес-процесів в умовах діджиталізації. Економіка та суспільство, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-69>

Наукове видання

Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді. Матеріали VI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції 17-18 квітня 2024 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2024. – 447 с.

Навчально-науковий інститут прикладної економіки та менеджменту
ім. Г.Е. Вейнштейна

<http://iaeam.ontu.edu.ua/>