

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет будівництва та архітектури
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Львівський державний університет внутрішніх справ
Одеська національна академія харчових технологій

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

«УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ: КОНКУРЕНТНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»

Харківський національний університет будівництва та архітектури
15 жовтня 2020 р.



Харків 2020

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет будівництва та архітектури
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Львівський державний університет внутрішніх справ
Одеська національна академія харчових технологій

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

«УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ: КОНКУРЕНТНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»

Харківський національний університет будівництва та архітектури
15 жовтня 2020 р.

Харків 2020

УДК 658.3

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Управління та адміністрування: конкурентні виклики сучасності»/ За загальною редакцією д.е.н., проф. Аванесова Н.Е., к.е.н. Криворучко Г.В., ас. Сергієнко Ю. І. – Харків: ХНУБА, 2020. 300с.

У матеріалах конференції розглядаються загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти методології та практики сучасного менеджменту. Збірник розраховано на науково-педагогічних працівників, аспірантів, магістрів, студентів та фахівців-практиків, які займаються переліченими питаннями.

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність відповідають автори.

УДК 658.3

©Автори статей, 2020

©ХНУБА, 2020

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ХНУБА заборонено

ВСТУПНЕ СЛОВО

15 жовтня 2020 року онлайн на платформі ZOOM кафедрою менеджменту та публічного адміністрування була проведена II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ: КОНКУРЕНТНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ», присвячена 90-річному ювілею Харківського національного університету будівництва та архітектури.



На початку конференції своє вітальне слово та побажання плідної праці висловила Аванесова Н.Е., доктор економічних наук, професор, завідувача кафедрою менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету будівництва та архітектури.

Спеціальним гостем конференції був Dr. Amit Kumar Goel, Assistant Professor, Department of Commerce and Business Management, Integral University, Lucknow, India. (Лакхнау, Індія). Він виступив із доповіддю та презентацією на тему «Управління та адміністрація в громадській сфері - з особливим посиленням на Україну», де висвітлив актуальні питання та особливості сучасного управління у публічній сфері.



Dr. Amit Kumar Goel відзначив високий рівень проведення конференції, зручність спілкування англійською мовою та висловив бажання подальшого плідного співробітництва з кафедрою менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету будівництва та архітектури.

Протягом конференцій було розкрито актуальні питання управління, були представлені яскраві доповіді та презентації доповідачів як українською так і англійською мовами, велася жива дискусія щодо сьогоденних проблем та питань в сфері управління та адміністрування.

Оргкомітет конференції висловлює щирю подяку всім учасникам за співробітництво. Окрему подяку висловлюємо науковцям і студентам: Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, Національного університету «Львівська політехніка», Львівського державного університету внутрішніх справ, Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Уманського національного університету садівництва, Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського, Приватного закладу вищої освіти «IT StepUniversity», Національної металургійної академії України, Полтавського університету економіки і торгівлі, Білоруського державного аграрного технічного університету, Української академії друкарства, Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», співробітникам філії «Центр будівельно-монтажних робіт та експлуатації будівель і споруд» АТ «Укрзалізниця» та іншим.

Щиро сподіваємось, що результати роботи конференції стануть імпульсами до подальшого натхнення та вирішення питань успішного формування, запровадження та реалізації планів розвитку країни, регіонів, галузей та підприємств на основі розуміння принципів сучасного управління.

З ПОВАГОЮ, ОРГКОМІТЕТ

СЕКЦІЯ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Amit Kumar Goel

Assistant Professor

Department of Commerce & Business Management

Integral university, Lucknow, India

GOVERNANCE AND ADMINISTRATION IN THE PUBLIC SPHERE- WITH SPECIAL REFERENCE TO UKRAINE

Abstract. Citizenship is the basis for democratic governance at the regional level as well as at the national level and decision-making in democracies has to be responsive and accountable to the will of the people. The concept of citizenship, the idea of a public sphere also originally emerged at the regional level and its scope has then been extended to the Country level in the course of the Ukraine integration. When interested in analysing the extent to which Ukraine citizens are visible in the Ukraine public sphere, and in finding the factors that foster their visibility, first a clear conceptual understanding of the public sphere and the relevant actors within it is needed.

Keyword: -Civil Society, Political Party, Public Sphere, Public Administration, Governance.

Introduction. Good governance is not just about government. It is about how citizens, leaders and public institutions relate to each other in order to make change happen. Good governance requires three things: state capability, responsiveness and accountability. Critical to this process are public opinion and the democratic public sphere.

Public opinion can be defined as the majority view on a public issue after it has been discussed in the public arena. The democratic public sphere is the space between the state and the household where free and equal citizens come together to share information and to discuss common concerns.

- Public opinion is the only true basis of power and legitimacy. A regime or a system of government is secure only to the extent that the relevant population willingly consents to its rule.
- Informed, considered public opinion does not only have an impact on governance at election time. It can be a continuous force for social and political change favourable to the poor.
- Communication function is a fundamental part of the machinery of capable and effective states.
- In most modern political communities mass communication recreates that open site where citizens gather to discuss common concerns.

- It is in the free and open public sphere that citizens acting in social movements acquire a public voice, seek to shape public opinion, influence policymakers and bring about change.

In order to develop a democratic public sphere, public sector reform specialists and communication specialists need to work together. For a democratic public sphere to be effective, there needs to be:

- Constitutionally guaranteed civil liberties, especially freedom of expression, opinion and assembly.

- A media system that is free, plural, not under state control, socially responsible and with an independent public service broadcasting.

- Freedom of information legislation and a culture of transparency, openness and free political debate.

- Equal access to the public sphere, plus the use of principles of fair public debate (such as reason, openness to arguments, respect for evidence, the ability to compromise, and the right of reply).

- Strategies to help citizens discharge the obligations of citizenship through the spread of basic education and the constitution of the public sphere.

- Intermediaries who interpret technical issues that ordinary people need to understand in order to carry out their duties as citizens.

- Protection for whistle-blowers and investigative journalists. They take what is hidden into the public domain are central to the workings of the dynamic element of the public sphere.

Chornomord Ye. Ye.

Third year student

Simon Kuznets Kharkiv national university of economics

FINANCING AND ORGANIZATION OF PUBLIC PROCUREMENT IN UKRAINE: PROBLEMS AND DIRECTIONS OF SOLVING

Public procurement is an independent mechanism for regulating economic relations, which is applied in different markets. It covers various spheres of economic policy of the state, namely antitrust, anti-corruption, investment, innovation, foreign economic, industrial, small business development and pricing.

In Ukraine, public procurement is regulated by the Laws of Ukraine “On Public Procurement”, “On Specific Purposes of Procurement in Certain Areas of Economic Activity”, “On State Material Reserves”, “On State Defense Procurement”, and other regulations. The procurement is carried out in accordance with the annual plan by applying one of the procedures, such as open bidding, request for quotations, pre-qualification of participants, procurement from one participant [1].

The national public procurement market is one of the main levers of world trade. Public procurement at the international level ensures greater transparency of

procurement procedures, creates conditions for a competitive environment of the national economy, and increases the efficiency of spending public funds.

Today, Ukraine is actively reforming the economy as a whole, including public procurement. The procurement mechanism should be one of the key elements of improving the use of budgetary resources and should be based, in particular, on the basis of fair competition, openness and transparency, objectivity of the evaluation of tenders, and at the same time prevent corruption manifestations. public procurement.

All participants in the public procurement market, including customs, report the inefficiency of the public procurement system. The main problems arise, first of all, because of the imperfection and frequent changes of the legislative framework governing the public procurement process [2].

In general, there are two sets of problems in public procurement today: internal problems related to the organization of procurement and, so to speak, external problems that lie outside the system. Taken together, these problems reduce the effectiveness of the public procurement process [3].

External problems - system flaws in the process of public procurement:

1. Excessive powers conferred on the Tender Chamber of Ukraine, which is a non-governmental organization;
2. Imperfect procurement procedure in the form of a tender, which leads to inefficient spending of public funds;
3. Inflexibility of the procurement system (unnecessary regulation);
4. Long terms of organizing and conducting procurement;
5. Costs involved in procurement are quite high;
6. Unjustified qualification requirements for procurement participants;
7. Lack of responsibility from the officials for violation of the procedure and procedure;
8. Insufficient transparency of public procurement for society.

Internal problems:

Distortion of competition during bidding:

1. Unreasonable overestimation of the price of goods and services by bidders;
2. The problem of participation of affiliated entities;
3. Participants' conspiracy to intentionally overestimate the price in the tender with the reduction procedure;
4. Submission of inaccurate information about procurement participants;
5. Abuse of rank when applying tenders with one supplier or with limited number of participants.

Abuse before or after procurement:

1. Inappropriate use of funds in carrying out public procurement;
2. Unreasonable assessment of public procurement needs.

Despite the fact that these problems are not new (some of them exist for at least two years), their resolution is a bad attention of the legislator, although the general activity in the adoption of legal acts of procurement increases and the consequences of "accelerated lawmaking" become contradictions and gaps in regulations [4].

Corruption is another major problem in the public procurement system of both customs and budgetary institutions in Ukraine as a whole. Corruption in this area leads to enormous losses, and consequently losses, for any country.

Public corruption has not yet been fully localized in any country in the world, as the temptation is too great - billions of budgetary resources. However, to achieve a significant reduction of its level by taking a set of effective measures is still quite real and this is the main goal of our state.

In spite of numerous changes to the legislation on tendering, today it is also necessary to say that despite all expectations, this procedure was not facilitated, but considerably complicated. By characterizing current legislation, we can conclude that it is too complex, rather opaque, and too soft for violators.

The complexity of the public procurement procedure is that both the contracting authority and the tenderers must prepare a large number of documents, publish on time, conduct open tenders and carry out other procedures, while potential sellers of goods (works, services) are predominantly within one region, district, city (for example, the purchase of fuel and lubricants, food, etc.). [6] Although in this case it would be more appropriate for the customer to negotiate, for example, with the three largest four suppliers within the region. Negotiations must take place simultaneously with all suppliers. Customers, however, not wishing to carry out too complicated tender procedure, entrust its holding to third-party consulting firms with the condition of victory of the specified participant with which negotiations have already been conducted. As a result, avoiding the procedure or conducting it on a formal approach and additional costs for the state for consulting firm services.

Suggestions for improving the state of public procurement:

1. One of the key points in the implementation of such a system is the need to improve and streamline the rules of the current legislation in the field of public procurement and to resolve urgent problems that arise in the process of procurement of goods, works and services for public funds. In this regard, we consider it expedient to develop mechanisms to prevent these violations and to increase the efficiency of public procurement by improving coordination of actions in order to counteract fair competition in the course of competitive procurement procedures for public funds.

2. Significantly simplify the procurement information process and its numerous time limits. It is worth considering the experience of the EU countries, where the central government portal customers publish only key documents: announcements and publications about the conclusion of the agreement, and everything else - on their own sites. There is a need to reduce the number of grounds for cancellation of bidding related to disclosure violations.

3. The mechanism of appeal provided for by the Law needs improvement. The recommendations of international organizations should be taken into account and the bidders should be allowed to appeal only to their bidders. Alternatively, you can offer a mandatory pledge (such as a percentage of the purchase price) to anyone who wishes to complain to the Antimonopoly Committee. If the complaint is found to be unfounded, then the pledge should be transferred to the state budget.

4. An electronic auction card tool should also be introduced to reduce the level of corruption in public procurement. The principle of using electronic auctioning - the more excluded contacts - the official, the organizer of tendering procedures and the direct participant, the less opportunities for corruption intervention [7].

Therefore, in the conditions of transformation of modern economic processes, public procurement is an important instrument of realization of the economic policy of the state. Through the functioning of the public procurement system, the state satisfies the public needs for goods, works, services, and maintains and finances budgetary institutions. However, the shortcomings of the legal support of public procurement create the prerequisites for the emergence of negative phenomena, which reduce the effectiveness and economy of such a mechanism of spending budget funds.

REFERENCES

1. Public procurement [Electronic resource]. – Access: <http://uk.wikipedia.org/wiki>. – (Accessed: 20.09.2020).

2. Topolenko N., Netovchena O. Problems and prospects of public procurement in custom authorities. 2012.

3. Institute of economic research and political consultations. The public procurement process in Ukraine: problems and recommendations for solving them. – 2017.

4. Mamutov V. K. About correlation of government regulation and market self-regulation. *Economy of Ukraine*. 2006. Vol. 1. P. 59–65.

5. Sheyko O. Methods of combating corruption in the sphere of public procurement. *DZU*. 2007. Vol7. P. 3-6.

6. On the purchase of goods, works and services at the state funds: Law of Ukraine of February 22, 2000. №1490-III. *Statement of the Verkhovna Rada of Ukraine*. 2000. Vol.20. – P.322-337.

7. Pinkas G. I. Investigation of problems in public procurement. *Problems of Development of the Banking System of Ukraine*. 2007. Issue 222. P.57-62.

Pavlova I.G.

graduate student

Belgorod state technological University named after V. G. Shukhov

PUBLIC ADMINISTRATION IN THE SYSTEM OF REGULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION

According to Russian and foreign scientists, socio-economic development in the near future is characterized by steady growth and globalization, but it should be noted that these characteristics are not universal and cannot be applied to all processes that occur in modern society. The process of transformation to a new type of socio-economic development is characterized by such a concept as "innovative

development". Innovation activity - activities (including scientific, technological, organizational, financial and commercial activities) aimed at implementing innovative projects, as well as creating innovative infrastructure and ensuring its activities [4].

Today, an acute problem is to assess the region's ability to get the most out of using its own potential resource base for innovation activities by diversifying the regional economy and creating a competitive regional system based on appropriate regulatory and legal regulation. When considering the "Concept of long-term socio – economic development of the Russian Federation for the period up to 2020" [2], it is worth noting an important element-the promotion of certain innovative development programs within the framework of the regional self-government strategy to achieve sustainable and dynamic growth of the regional economy. The innovation process includes the following main components: new production technologies and innovations in the field of organizational systems and management. The latter, in turn, provide an impetus to ensure that the effective use of innovations provides economic entities in the region with tangible advantages over competitors.

The development of performance or innovation performance and the methodology of measuring regional innovation capabilities will enable qualitatively new level of review of programs of development and introduction of new technologies and products, which, accordingly, is one of the main elements of the regional innovation system [1].

Regardless of the level of regulation of the sphere of innovation in various countries, state innovation policy measures are implemented. They can be combined into three blocks related to:financing, dissemination of technical knowledge, competition.

The main component of the system of state support for innovation is financing. Funds can be presented to large, medium and small enterprises at different stages of innovation, especially in the early stages, that is expected high uncertainty of its results, the complexity of assessing the impact of investments in them by high capital intensity initial stages of the innovation process. The system of state measures concerning the competition of entrepreneurial businesses engaged in innovative activities is aimed at overcoming the influence of oligopoly and regulatory forces within the market itself.The most effective methods of innovative regulation are economic ones based on the consideration of motivational factors of commodity production. They differ from administrative ones by their non-Directive nature and the use of economic levers and regulators.

Direct methods of economic impact include investment in the form of financing (targeted, subject-oriented, problem-oriented), lending, leasing, stock operations, planning and programming, as well as state entrepreneurship and government orders.

Methods of state influence in the field of innovation can be divided into administrative and economic (direct and indirect) methods [3]. Their ratio is determined by the economic situation in the country and the concept of state regulation – with an emphasis on the market or on centralized influence.Methods of

indirect influence on innovation include the regulation of international technological exchange, i.e. the regime of export and import control over the transfer of technology. A specific form of government influence on innovation is the collection and processing of data necessary for long-term forecasting and planning of technological development.

It is important that most States have strictly centralized legislation on intellectual property. Through uniform regulation, this serves the interests of the individual and the state as a whole, and also guarantees the protection of the creative activity of the individual, producers and creators of intellectual products. Executive and legislative authorities in the Russian Federation adopt more than 1.5 thousand legal acts every year.

The Federal regulatory framework for innovative development is currently represented by the following main documents:

1. Decree Of the President of the Russian Federation "on the presidential Council For economic modernization and innovative development of Russia»;
2. Decree Of the President of the Russian Federation of 01.12.2016 N 642 "On the strategy of scientific and technological development of the Russian Federation";
3. Federal law "On the SKOLKOVO innovation center "dated 28.09.2010 N 244-FZ;
4. Federal law "On territories of advanced social and economic development in the Russian Federation" of 29.12.2014 N 473-FZ;
5. Federal law No. 216-FZ of 29.07.2017 (as amended on 26.07.2019) "On innovative scientific and technological centers and on amendments to certain legislative acts of the Russian Federation";
6. Federal law No. 127-FZ of 23.08.1996 (edited on 31.07.2020) "On science and state scientific and technical policy", etc.

Thus, this regulatory framework allows us to conclude that innovative development has a wide public response. It is worth noting that the origins of legislation regulating relations in the innovation sphere date back to the mid-20th century. The first regulatory documents were the basis of the Soviet system of scientific, technical and implementation activities, which, undoubtedly, is of great value in terms of positive practical experience.

Taking into account the current state of the legislation of the Russian Federation in the field of innovation, it seems necessary, first, to streamline and systematize the existing array of normative legal acts regulating innovation relations; secondly, to adopt special draft laws on innovation activities and innovation policy.

REFERENCES

1. Doroshenko Y.A., Malykhina I.O., Somina I.V. Methodology of the formation of a comprehensive support mechanism of innovation and investment development in the region // 9th International Conference „Economics and Management-Based on New Technologies“ (EMoNT-2019); 23-26 June 2019, VrnjackaBanja, Serbia. pp. 155-158.

2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Electronicresource]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/ (accessed: 26.09.2020)

3. Реймер, В. Инновационная система России: проблемы управления и перспективы / В. Реймер, А. Бреусов // Международный сельскохозяйственный журнал. 2013. № 2. С. 3-6.

4. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 31.07.2020) "О науке и государственной научно-технической политике" [Electronicresource]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/c0a49fc869aeeb5b28ca88d3d37b7d8f7474375f/ (accessed: 30.09.2020)

Soklakov V. A.

graduate student

Belgorod state technological University named after V. G. Shukhov

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT MODEL

Effective innovation management is possible only if the management process is considered as a complete system of specific tasks that are implemented through the prism of the following functions: forecasting and planning, organization of innovation, accounting and control, coordination and regulation.

Forecasting and planning of innovation activities in the region are aimed at designing innovation processes in time and space. The organization of activities includes the formation of the composition and structure of the innovation management system of the region, the establishment of relationships between the elements of the system in the process of innovation [1].

The process of creating a whole set of interrelated tasks for managing innovation in the region should be based on the fact that this complex should ensure: continuity of the management process; parallel implementation of various tasks; integration into one integrated complex of the entire set of processes for synthesizing an innovation strategy; assessment of innovative opportunities and effectiveness of innovation activities. By creating such a set of tasks, it is possible to design the organizational structure of the region's innovation management in the future.

Assessment of the activity of any economic entity is made, first, by its competitiveness. In turn, this indicator indicates the effectiveness of the innovation policy implemented within the economic entity. Evaluating and developing your own competitive advantages is becoming one of the main areas of improvement of the organization's activities.

The innovative component is put in the first place when discussing any direction of investment. Moreover, the existence of an axiomatic chain: "competitive

innovation"– "profitable enterprise" – "prosperous region" – "economically developed state", puts the problem of innovation management at the state level [3].

While the innovation matrix provides a solid basis for classifying innovations from a market perspective, another perspective is to consider the source of innovation. Innovations are usually divided into the following categories: business models, technological and marketing innovations.

Business model innovation is the ability to rethink your current business in order to find new sources of revenue and maintain a competitive advantage. This can be done either by improving the existing business model, or by finding new ways to deliver value. Many previously successful companies failed to innovate business models because, instead of anticipating possible future innovations, they were too busy with their current operations.

As far as technological innovation is concerned, a common misconception is that innovative breakthroughs are always based on exciting and expensive technologies. Creating positive change doesn't necessarily require the most tech-savvy staff or large technological investments. However, most great innovations still use new technologies, one way or another. For many industries, technology is a major player in finding a competitive advantage and increasing profits.

Marketing innovation is said to be just as important as product innovation for business success. This makes sense, because there is no point in spending time and money on a business model - and product development-if no one is able to find it and benefit from it. However, marketing innovation is not only about finding new unique channels and tactics to promote your offer, but also about finding new markets and creating new value propositions that others can't (or won't) provide.

Currently, there is no single universally recognized methodology in the field of innovation management. All known methods are characterized by the lack of universal and relatively independent indicators that allow unambiguously interpret the available information about the object of innovation, to form an adequate image of innovation and its subsequent assessment [2].

In addition to the methodological problem of assessing competitiveness, there is a problem of collecting, processing, storing and analyzing large amounts of information about products. The need to apply many different approaches to evaluating heterogeneous data significantly complicates the decision-making process and the formation of a system for ensuring competitiveness.

Thus, the problem of developing and creating an automated innovation support system, whose task is to evaluate and predict the results of implementing specific innovative projects in order to develop effective management decisions, is relevant.

The problem cannot be solved without developing a methodological framework for assessing the competitiveness of innovation activities, which contains criteria that meet the requirements: conformity to the accepted limitations, the ambiguity of the interpretation, the relative autonomy and universality.

REFERENCES

1. Doroshenko Y.A., Malykhina I.O., Somina I.V. Methodology of the formation of a comprehensive support mechanism of innovation and investment development in the region // 9th International Conference „Economics and Management-Based on New Technologies“ (EMoNT-2019); 23-26 June 2019, VrnjackaBanja, Serbia. pp. 155-158.

2. Key Innovation Management Models and Theories [Electronicresource]. URL: <https://www.viima.com/blog/innovation-management-models> (accessed: 4.10.2020)

3. Аксенова, Ж. Н. Оценка уровня инновационности региона и формирование условий его повышения: автореф. дис. на соиск. учен.степ. канд. экон. наук / Ж. Н. Аксенова; Том. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники. Барнаул, 2012. 22 с.

Sotnikova A. A.

graduate student

Belgorod, BSTU named after V. G. Shukhov

REGULATION OF THE REGION'S INNOVATION POTENTIAL BY IMPROVING THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES

The primary task of any region is to ensure a high quality of life for the population. And now it is possible to implement it in those regions that actively introduce various types of innovations, thereby creating innovative potential, which has a positive impact on the state of both economic and social development of the region.

The importance of innovation potential for any subject of the country is considered indisputable, since it is due to a stable process of introducing new technologies in various spheres of life. It should be noted that the innovation potential, in a broad sense, is a set of financial, political, human, scientific, technical and other resources that ensure the ability and readiness of the regional innovation system to ensure a continuous continuous innovation process [2].

We can say that in the modern world, every resource should be influenced by an innovative component, and the human resource is no exception. The effectiveness of regulating the use of this type of resources is largely based on the formed professional competencies in the framework of training in educational organizations and subsequent mentoring at the workplace in order to create prerequisites for practical experience in performing certain labor functions.

The quality of human capital is based on the education system, which is a set of institutions that include organizations that carry out educational activities, state educational standards, and educational programs of various types, levels, and directions [3].

Improving the educational process is fundamental in creating high-quality human resources. Therefore, it is important to improve the education system through various artificial intelligence technologies and other innovations that will allow you to build individual educational trajectories taking into account cognitive and personal characteristics.

In the current epidemiological situation in the world, all Universities were transferred to distance learning using new approaches and methods in training, including video conferences, online consultations, a system for monitoring academic performance, etc. At the moment, the results of such classes are very mixed, since many students and teachers have faced a number of technical difficulties associated with the inability to connect to the Internet in different regions of the country. But it should also be noted that the quality of knowledge and assimilation of information among students is at a satisfactory level.

Also, educational institutions should work more closely with potential employers, involving them as experts in the preparation of work programs of the discipline, members of certification commissions, consultants.

Moving on to the consideration of human resources in the enterprise, from the point of view of management impact, it is necessary to ensure the objectivity and realism of management decisions based on the principles of expediency, timeliness and consistency. The main goal of enterprise human resource management in the context of innovative development is to create an effective corporate governance system focused on maximizing the employee's potential.

The innovative potential of an employee should be understood as "the ability to perceive new information, the effective use of their professional knowledge, skills and abilities (competencies), to solve non-standard tasks in professional activities that arise in the new conditions of the enterprise" [1].

Employees of the new formation at the enterprise actively participate in creating innovations, sometimes making decisions in conditions of uncertainty and increased risk. At the same time, they are responsible for their own activities and the activities of the entire enterprise as a whole. Innovators are characterized by a more effective and creative attitude to work, they are characterized by such personal qualities as sociability, self – improvement, independence in decision-making, initiative, etc.

The main goal of the human resource management process in the region is practice-oriented development and implementation of the human resources potential of specific business entities and its most effective use. For this purpose, the entire set of human resource management methods can be divided into groups, taking into account the management functions:

- rationing of human resources;
- their organization and planning;
- their motivation and stimulation;
- their control, analysis and accounting.

When planning the modernization of the human resources management system, it is necessary to have a clear understanding of its strategic advantages, structure,

principles, functions, strengths and weaknesses. According to data from universities in Western Europe, the potential of staff in organizations in different countries is used differently [3]:

- in the USA, France, Singapore, Germany, Italy, Great Britain and Finland - by 70%;

- in Spain, Australia, the Czech Republic, Canada and Japan – by 50%;

- in Mongolia, Ukraine, Russia, Mexico and Poland – by 25%. In General, Russia falls into the group of countries with low indicators and use of human resources. This circumstance is primarily due to the Russian specifics of human resource management:

- lack of requirements for optimizing the personnel management system and the random nature of upgrades carried out in this area without highlighting the main success factors and strategic advantages;

- the presence of an enterprise management system focused on obtaining instant benefits, rather than on image and long-term results;

- a negligible share of non-material methods of motivating human resources in the management system;

Thus, in modern conditions, human resources are a strategically important resource of any type of enterprises and organizations in each Russian region, their priority innovation and intellectual capital, which must be effectively developed and improved along with other resources.

REFERENCES

1. Doroshenko, Yu. a. Strategic aspects of innovative development of the economy / Doroshenko, Yu. a., Glagolev, S. N., Somina, I. V., Glagolev, E. S., etc., ed. Yu. a. Doroshenko // Belgorod: BSTU publishing house, 2017. 173s.

2. Egorova, A. A. conditions for the formation of innovative potential and their implementation in the Russian economy /A. A. Egorova// Human potential and competitiveness of Russia. Chelyabinsk, 2017. Pp. 63-71.

3. Kupriyanova, N. A. Efficiency of personnel management as a necessary condition for improving the competitiveness of the organization / N. A. Kupriyanova, T. V. Kopylova // Young scientist. 2016. No26. Pp. 334-337. — URL <https://moluch.ru/archive/130/36096/> (accessed 20.09.2020).

Транченко Л.В.

Д-р екон. наук, проф.,

Уманський національний університет садівництва

СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку туристичної та рекреаційної діяльності для організаційних структур управління підприємствами на регіональному рівні

однією з важливих проблем є те, що розміщені в регіоні рекреаційні об'єкти підпорядковані різним міністерствам, відомствам, установам, що ускладнює процес управління рекреаційною сферою як єдиною галуззю у межах територіальних санаторно-курортних або туристичних систем. Тому, з метою підвищення ефективної діяльності туристично-оздоровчих підприємств як цілісних територіальних або локальних утворень, доцільно вдосконалити систему управління на основі об'єднання туристичної та оздоровчої сфери в рамках одного відомства, що засвідчує, зокрема, позитивний досвід багатьох зарубіжних країнах.

В організаційній структурі управління туристичними та рекреаційними підприємствами доцільно виділити як окремий департамент туризму і рекреації в системі місцевих органів влади, а також агенції з розвитку туризму та рекреації і комерційні агенції з маркетингу та залучення інвестицій у туристичні підприємства, асоціації сільського (зеленого туризму). З метою підвищення ефективності використання рекреаційно-курортного та туристичного потенціалу туристичних підприємств доцільно створювати такі територіальні утворення, як туристично-рекреаційні кластери (ТРК), що являють собою комплекс взаємодіючих між собою підприємств, установ і організацій, які забезпечують функціонування і розвиток рекреаційно-курортної та туристичної інфраструктури, займаються експлуатацією територіально-ресурсного потенціалу для задоволення потреб населення в організації відпочинку, санаторно-курортного лікування та туристичного обслуговування.

Необхідність і можливість об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності, що надають рекреаційно-курортні та туристичні послуги, в єдиний господарський кластер на певній території пояснюється їх потребою у забезпеченні конституційного права громадян на відпочинок та охорону здоров'я, наявністю цілісної територіально-виробничої і соціальної інфраструктури, проведенням єдиної туристично-курортно-рекреаційної політики з боку органів місцевого самоврядування.

До того ж організація діяльності підприємств рекреаційно-курортного та туристичного господарства у формі кластерів сприятиме інтеграції і координації діяльності підприємств інших галузей, що функціонують у сфері рекреації, курортного та туристичного бізнесу, як ефективної складової господарського комплексу курортних міст сільських територій та дозволяє комплексно розв'язувати економічні і соціальні, а також екологічні проблеми.

Основні завдання, які слід розв'язувати в такому рекреаційно-курортному та туристичному кластері з метою підвищення ефективності його функціонування, можемо сформулювати так: розробка концепції розвитку рекреації та туризму в на території розміщення; розвиток галузевої інфраструктури, у тому числі транспортних комунікацій, і залучення з цією метою інвесторів; трансформація управління кластеру у підприємницьку корпорацію; освоєння корпоративних принципів та форм управління;

збереження та раціональне використання рекреаційно-курортних та туристичних ресурсів; збереження та розвиток виробничого потенціалу; збереження та зростання кадрового потенціалу фахівців рекреаційно-курортного й туристичного бізнесу; розвиток виробничої та обслуговуючої кооперації, проведення семінарів, навчальних програм і програм стажувань у сфері туристичного бізнесу.

Для майбутнього відродження курортно-рекреаційного сектору економіки необхідно формувати ринкові умови для розвитку підприємництва в цілому, комплексно реалізувати державні програми підтримки санаторно-курортних та туристичних підприємств, стимулювати зовнішньоекономічну діяльність, активізувати процес залучення іноземних інвестицій у цей важливий сектор економіки.

Найважливішими стратегічними завданнями туристичних підприємств з метою їх ефективного розвитку можна визначити такі: посилення конкурентних переваг за рахунок поліпшення якості туристичного продукту, розширення асортименту послуг та використання інноваційних технологій роботи з індивідуальними клієнтами, залучення висококваліфікованих спеціалістів для роботи у туристичних та рекреаційних підприємствах, подальше поглиблення маркетингових досліджень у сфері туристичної та рекреаційної діяльності (як на державному, так і на міжнародному рівнях), удосконалення організаційної структури управління туристичними та рекреаційними підприємствами, активізація інвестиційної політики у туристично-рекреаційній сфері, всебічне проведення інформаційно-рекламної та виставкової діяльності на вітчизняному та міжнародному ринку подальша капіталізація туристичних підприємств та корпоратизація управління ними тощо.

Усі ці альтернативні стратегії носять наступальний характер. Туристичні підприємства є інвестиційно привабливими, а отже, саме застосування такого типу стратегій дозволить туристичним та рекреаційним закладам України зміцнити свої конкурентні переваги на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних та рекреаційних послуг, забезпечити підвищення ефективності організаційно-економічних заходів у процесі управління цією важливою сферою національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко М., Гопкало Л. Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України. *Регіональна економіка*. 2013. №1. С. 222–229.
2. Кифяк О. Рекреаційна індустрія як пріоритетний напрям стратегії соціально-економічного розвитку краю. *Регіональна економіка*. 2012. №1. С. 230–233.
3. Павлов О.І. Сільський розвиток та розвиток сільських територій. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. №7. С. 17–27.

Штангрет А. М.
Д-р екон. наук, проф.

Штангрет І. А.
студент

Української академії друкарства

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: БЕЗПЕКОВІ ЗАСАДИ

Сучасні умови ведення бізнесу характеризуються швидкою та складно передбачуваною зміною зовнішнього і внутрішнього середовища, що вимагає гнучкого управління. Із можливих варіантів розвитку управління (екстенсивний або інтенсивний) доцільно обрати той, який сприятиме формуванню безпечних умов для функціонування та збільшення ефективності підприємницької діяльності. Безпеккові засади повинні стати основою змін в системі управління, що потребує глибоких теоретичних досліджень із подальшим застосуванням на практиці.

Розвиток системи управління може здійснюватися двома шляхами: екстенсивним, який полягає у розширенні апарату управління, або інтенсивним, що передбачає застосування нових методів управління, підвищення кваліфікації керівників тощо. У вітчизняній практиці знаходять застосування обидва, оскільки український бізнес, перебуваючи в умовах подальшої трансформації національної економіки та постійних політичних і соціальних збурень, не характеризується поступальним розвитком, а скоріше прагненням вижити. Поруч з цим, в країнах-лідерах економічного розвитку орієнтирами є інтенсифікація, яка сприяє постійному удосконаленню не лише виробничих процесів, але й системи управління за рахунок застосування і теоретичних напрацювань. Відповідно з'ясуємо сутність терміну «інтенсифікація управління».

Термін «інтенсифікація», який походить від французького *intensification*, безпосередньо перекладається як посилення, підвищення продуктивності, покращення творчої діяльності, збільшення продуктивності праці, ефективніше використання технічних, матеріальних й трудових ресурсів.

Здійснене узагальнення дозволило дійти висновку, що сучасне тлумачення терміну «інтенсифікація» не характеризується суттєвими відмінностями, лише ступенем уточнення ключових параметрів. Доцільно відзначити, що найбільш лаконічно його визначення представлено в Енциклопедії сучасної України як «...сукупність заходів, спрямованих на посилення, збільшення напруженості, продуктивності, дієвості» [3]. Якщо ж взяти до уваги наукові праці, то останнє визначення доповнюється розумінням інтенсифікації як «... соціально-економічний прогрес» [2, с. 223] або ж «...формою розширеного відтворення» [4, с. 37]. Попри незначні відмінності, інтенсифікація розглядається стосовно внесення суттєвих змін у виробництво з метою збільшення його ефективності,

тобто нарощування обсягів виробництва, покращення якості продукції, зменшення собівартості тощо.

Для застосування словосполучення «інтенсифікація управління» з'ясуємо в найбільш загальному розумінні сутність базового поняття, тобто «управління». Візьмемо до уваги лише два визначення, авторами яких є відомі науковці. Так, П. Друкер тлумачить управління як «...особливий вид діяльності, що перетворює неорганізований натовп в ефективну, цілеспрямовану і продуктивну групу» [1, с. 25], а у розумінні А. Файоля під цим терміном доцільно розуміти «...ієрархічно організовану діяльність, завдяки якій визначається оптимальний спосіб групування робіт, розподіл повноважень і відповідальності на різних рівнях організації» [5, с. 55]. Сучасні послідовники зазначених науковців доповнюють процитовані визначення, конкретизуючи методи, засоби та форми впливу керуючої підсистеми на керовану, а також визначають орієнтири, на основі яких здійснюється цей вплив із можливістю контролю на основі зворотного зв'язку.

Взявши до уваги розглянуту сутність термінів «інтенсифікація» та «управління», можна стверджувати, що їх поєднання, тобто словосполучення «інтенсифікація управління», передбачає вплив керованої підсистеми на керовану із активним застосуванням нових технологій і техніки, форм організації праці, раціональним використанням, мотивації та розвитку, для досягнення поставлених завдань. У відповідності до зазначеного, вважаємо за доцільне окреслити безпекові засади інтенсифікації управління підприємством, які повинні передбачати:

- використання прогресивних методів отримання, узагальнення, перевірки та аналізування даних щодо зміни внутрішнього та зовнішнього середовища для виявлення слабких сигналів щодо можливого виникнення ризиків та загроз;
- налагодження каналів інформації для відстеження результатів реалізації рішень із виявленням їх впливу рівень економічної безпеки підприємства та можливістю коригування захисних заходів;
- залучення працівників до управління, спираючись на можливість досягнення інтересів кожного з них через сприяння підтримання безпечних умов функціонування підприємства;
- контроль за ефективністю використання корпоративних ресурсів та протидія внутрішнім загрозам, джерелом виникнення яких є працівники підприємства.

Застосування визначених безпекових засад сприятиме:

- більш високій обґрунтованості управлінських рішень та збереженню підконтрольності внутрішніх процесів;
- максимальній оперативності реагування на економічні процеси;
- збільшенню якості управлінських рішень, ефективнішому використанню робочого часу та зростанню кваліфікаційного рівня менеджменту;
- посиленню відповідальності керівників усіх рівнів управління;
- розвитку корпоративної культури.

Розвиток підприємництва в Україні вимагає поетапного відходу від екстенсивного підходу до інтенсивного, надаючи перевагу більш активному використанню науково обґрунтованих методів управління, нових технологій, прогресивних й творчих методів у розробленні альтернативних варіантів управлінських рішень та автоматизації й механізації у процесі їх реалізації. Суттєві переваги інтенсифікації управління вимагають і внесення змін в процедуру забезпечення безпеки керованої і керуючої підсистем, керуючого впливу та зворотного зв'язку. Формування безпечних умов сприяє ефективному використанню наявних корпоративних ресурсів та взаємоузгодженому досягненню інтересів менеджменту, працівників та власників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Друкер П. Ф. Рынок: как выйти в лидеры: практика и принципы. Москва: Book chamber international, 1992. 354 с.
2. Економіка підприємства / Горбонос Ф.В., Черевко Г.В., Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О. Київ : Знання, 2010, 463 с.
3. Енциклопедія сучасної України. URL : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12399 (дата звернення: 10.05.2020)
4. Степаненко П., Коваленко П. Племінна птиця України. *Інформаційний щомісячник «Пропозиція»*. 2009. № 1. С. 36–39.
5. Файоль А. Общее и промышленное управление. Москва: Республика, 1992. 349 с.

Штангрет А. М.

Д-р екон. наук, проф.

Фульмес Я. А.

студент

Українська академія друкарства

БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Стратегічний розвиток промисловості країн-лідерів здійснюється шляхом неоіндустріалізації, яка передбачає збільшення обсягів виробництва високотехнологічної продукції. В нашій країні мають місце дещо відмінні процеси. Так, у відповідності до результатів дослідження П. Леоненка та Н. Краус [2, с. 52] частка високотехнологічних продукції (5-ий та 6-ий технологічні уклади) в загальному обсязі виробленої та реалізованої продукції складає лише 5,9%, а 93% інвестиції скеровуються у низькотехнологічне виробництво (3-ий та 4-ий технологічні уклади). У відповідності до даних Державної служби статистики [1], інноваційно активними були лише 13,8% промислових підприємств. Усі ці показники у 5-7 разів нижчі у порівнянні із країнами-лідерами, які орієнтуються на розвиток економіки знань, в основі якої

лежить максимально ефективно використання нелімітованих ресурсів, якими стали інформація і знання.

Скорочення відставання національної економіки від країн-лідерів можливе шляхом здійснення неоіндустріальної модернізації, процес реалізації якої повинен стосуватися абсолютно усіх процесів в країні і здійснюватися в межах кожного окремого суб'єкта господарювання із обов'язковим врахуванням наступних безпекових аспектів:

- орієнтація в розвитку економіках на посилення конкурентних позицій на світових ринках вимагає приділення максимальної уваги розвитку виробництва, що відповідає 5-му та 6-му технологічним укладам;

- кількість українських підприємств, які можуть розробляти, виготовляти та просувати високотехнологічну продукцію є обмеженою, а їх функціонування, попри важливість для досягнення національних інтересів, при постійній політичній, соціальній та економічній нестабільності, що суттєво ускладнює процес державного регулювання, в найбільшій мірі залежить від наявності системи економічної безпеки в межах кожного окремого суб'єкта господарювання;

- з позицій забезпечення безпеки будь-які зміни (зовнішні та внутрішні), тобто і ті, що спричинені неоіндустріальною модернізацією, вимагають адаптації, зокрема в першу чергу саме системи економічної безпеки;

- підприємства високотехнологічного сектору економіки характеризуються відмінними параметрами щодо фінансово-господарської діяльності, а відповідно й певними безпековими аспектами, які потребують врахування в процесі управління ними.

Зроблені узагальнення формують основу для більше ретельно розгляду особливостей забезпечення безпеки підприємств високотехнологічного сектору економіки. Так, найбільш цінним ресурсом на таких підприємствах є персонал, тобто працівники, які здатні узагальнювати та аналізувати великі обсяги інформації із подальшим генеруванням нових знань. Поруч з цим, саме працівників можна вважати як найбільш вразливим ресурсом, який потребує захисту, так і джерелом найсуттєвіших внутрішніх загроз. Забезпечення економічної безпеки повинно здійснювати у відповідності до цих ключових параметрів. Особливістю є ще те, що вагомість трудових ресурсів в умовах підприємств високотехнологічного сектору економіки вимагає відходу від традиційних методів управління, які спираються на застосуванні адміністративних методів, на користь нових, які передбачають узгоджене досягнення інтересів працівників, менеджменту та власників. Гнучкість із обов'язковим врахуванням безпекових аспектів повинна проявлятися на усіх етапах взаємодії підприємства із працівником, тобто: відбору та найму, оцінки, розвитку, мотивації, контролю та вивільнення. Служба безпеки підприємства повинна бути орієнтована на своєчасне виявлення й зменшення можливих ризиків та протидії негативному впливу загроз. Кожен із етапів взаємодії

характеризується своїми відмінними ризиками та загрозами. Для прикладу, ризиками на етапі розвитку можна вважати:

- відсутність передумов для професійного зростання;
- використання в недостатній мірі вмінь та знань;
- неготовність виконувати нові завдання;
- низькі темпи професійно-кваліфікаційного поступу;
- відсутність стимулів до розвитку;
- несприятливе середовище для саморозвитку;
- неготовність здійснювати безперервне навчання;
- нездатність переймати колективний досвід та формалізувати свої знання.

За відсутності дій зі сторони суб'єктів безпеки щодо мінімізації перелічених ризиків, або ж низька ефективність їх реалізації, негативні наслідки можуть спричинити виникнення та посилення впливу таких загроз:

- низький рівень кваліфікації працівників;
- безініціативність та творча пасивність працівників;
- неефективна система навчання та розвитку персоналу;
- зниження творчої активності та продуктивності праці;
- низькі темпи інноваційного процесу;
- нездатність розробити та виготовити конкурентоспроможну високотехнологічну продукцію.

Особливостями процесу забезпечення економічної безпеки на підприємствах високотехнологічного сектору економіки, які безпосередньо пов'язані із його персоналом, можна окреслити наступним чином:

- орієнтація на творчих особистостей, здатних генерувати нові ідеї із подальшим створенням інноваційного продукту;
- створення сприятливих умов для командної роботи над проектом із формалізацією знань та спадковістю традицій й передаванням досвіду;
- врахування індивідуальних характеристик кожного працівника;
- стимулювання розвитку індивідуального потенціалу кожного працівника;
- індивідуальних підхід щодо формування безпечних умов трудової діяльності для груп працівників із різною участю у розробленні та виробництві високотехнологічної продукції;
- захист результатів творчої роботи працівників щодо створення високотехнологічної продукції;
- застосування політики колективної безпеки, коли кожен учасник, враховуючи безпекові аспекти в поточній діяльності, створює умови для формування безпечних умов для себе та інших.

Розвиток високотехнологічного сектору економіки створює реальні умови для здійснення неоіндустріальної модернізації національної економіки, що повинно сприяти скороченню відставання України від країн-лідерів. Попри важливість функціонування та збільшення обсягів виробництва високотехнологічної продукції підприємствами цього сектору, вирішення

безпекових проблем в повній мірі покладено на їх службу безпеки. Забезпечення економічної безпеки підприємств високотехнологічного сектору економіки вимагає приділення максимальної уваги працівникам як найбільш цінного ресурсу. Створення безпечних умов роботи для працівників сприяє генеруванню ними нових знань як основи розроблення та виробництва високотехнологічної продукції, що потребує застосування відмінних методів управління і технологій. Повинна мати місце гнучка безпекова політика із орієнтацією на взаємоузгоджене досягнення інтересів працівників, менеджменту та власників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.05.2020).
2. Леоненко П. М., Краус Н. М. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні за технологічними укладами. *Фінанси України*. 2016. № 4. С. 50–64.

Верескун М.В.,
Д-р екон. наук, доцент
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Захаров С.В.
Канд. техн. наук
Заступник міського голови м. Маріуполя

ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СИСТЕМНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні тенденції розвитку світової економіки визначено Четвертою індустріальною революцією, яка все більше набирає обертів. Роботизація виробництв суб'єктів господарської діяльності – це реальність сьогодення в розвиненому світі, який стає все більш щільним та інтегрованим, завдяки використанню досягнень науково-технічного прогресу. Ці процеси є поштовхом для системної трансформації суб'єктів господарювання, яка стає не просто умовою їхнього подальшого розвитку, а нагальною необхідністю, яка забезпечує можливість на рівних приймати участь у конкурентній боротьбі на глобальних ринках товарів і послуг.

Навіть експрес аналіз стану відповідності вітчизняних промислових підприємств новим вимогам свідчить про їх неготовність, за рідкими винятками, до конкурентної боротьби за ринки товарів і ресурсів. Так, менш ніж 1% українських товарів та послуг є конкурентоспроможним у світовому ринковому середовищі, а Україна посіла 83 місце у рейтингу глобальної конкурентоспроможності у 2018 році [1].

Тому для вітчизняних підприємств мова має йти не про розвиток, а про системну трансформацію, методологічною основою якої має стати відповідна стратегія системної трансформації промислових підприємств.

В основі стратегії системної трансформації має бути якомога швидша ІТ-трансформація, спрямована на використання високих технологій для кардинального підвищення продуктивності вітчизняних промислових підприємств. Досягнення у цій галузі докорінно змінюють процеси управління бізнесом, дають можливість швидше формувати найбільш привабливі конкурентні пропозиції, змінюють підходи до роботи з персоналом та до обслуговування клієнтів. Результати останніх досліджень свідчать, що компанії, які пройшли ІТ-трансформацію, є на 26% прибутковішими, аніж їх основні конкуренти в галузі, а їх ринкова вартість є на 12% вищою [2].

У 2017 р. Технічний університет Мюнхена разом із компаніями «SAP» та «Accenture» випустив дослідження під назвою «Навички цифрової трансформації», яке свідчить, що 90% вищих керівників промислових компаній (загалом, було опитано 116 керівників із 18 країн) розглядають системну трансформацію, як основу своїх бізнес стратегій [3].

Проведені дослідження дозволили виокремити основні підходи до проведення трансформації; сформулювати основні вимоги, реалізація яких дозволить промислового підприємству якнайкраще підготуватись до цієї складної процедури; визначити основні заходи, що мають бути проведені в межах системної трансформації; виявити основні перешкоди на шляху вдалої системної трансформації та запропонувати шлях їх подолання.

Основним результатом проведених досліджень є сформульовані методичні рекомендації щодо процесів формування і реалізації стратегії системної трансформації вітчизняних промислових підприємств.

1. Сьогоднішній етап розвитку світової економіки характеризується переходом до 4-ї індустріальної революції, основними рушійними силами якої є фізичний блок (3D друк, робототехніка, нові матеріали), цифровий блок (Інтернет речей) та біологічний блок (інновації в генетиці). Очевидним є факт, що розвиток кожного з блоків неможливий без використання на всіх етапах сучасних ІТ-технологій. Тобто, системна трансформація, орієнтована на широке використання ІТ-технологій, є безальтернативним шляхом розвитку сучасних промислових підприємств.

2. Узагальнення результатів досліджень вітчизняних і закордонних вчених дозволило дійти висновку про існування двох підходів до системної трансформації. Перший підхід передбачає трансформацію «по дрібницях», другим є так званий комплексний підхід до трансформації. Перший підхід передбачає: впровадження системи аналітики та збору даних, автоматизація взаємодії з контрагентами, використання хмарних сервісів, розробка і використання мобільного додатку для клієнтів, трансформація бізнес-процесів у відповідності до нових вимог. Для реалізації комплексного підходу

підприємство має пройти наступні рівні: комп'ютеризація, мережева взаємодія, оглядовість, прозорість, прогнозування, адаптивність.

3. Проведені дослідження дозволили виявити п'ять основних вимог, реалізація яких дозволить промислому підприємству якнайкраще підготуватись до проведення системної трансформації: забезпечення щільного зв'язку стратегії системної трансформації із основними цілями підприємства, виважені інвестиції тільки у необхідні технології, підтримка топ-менеджменту, ефективне використання накопиченої інформації, постійний перегляд стратегії трансформації.

4. Результати досліджень свідчать про існування великої кількості варіантів проведення системної трансформації, проте всі вони передбачають певний набір обов'язкових заходів, без реалізації яких трансформація не принесе бажаного результату. Основними з них є: реформування корпоративної культури підприємства; кардинальна зміна бізнес-моделі; оптимізація внутрішніх бізнес-процесів підприємства на базі сучасних ІТ-технологій; автоматизація взаємодії з клієнтами, постачальниками і партнерами.

5. В процесі дослідження були виявлені основні перешкоди на шляху реалізації системної трансформації та запропоновані заходи, спрямовані на їх подолання.

Перспективним напрямком подальших досліджень є адаптація і конкретизація розроблених рекомендацій з урахуванням специфіки окремих галузей та особливостей конкретних промислових підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Shwab K. The Global Competitiveness Report 2018. World Economic Forum. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>.

2. Хиски Т. Готовимся к цифровой трансформации в пять шагов. CAD/CAM и производственные процессы: публикации. Веб-сайт. URL: <https://www.dreambird.ru/articles/2018/5-steps-digital-transformation>.

3. Стельмах С. Шестьбарьеров на пути цифровой трансформации и стратегии по их преодолению. IT-Week №4 (940). URL: <https://www.itweek.ru/digitalization/article/detail.php?ID=201706>.

Маковоз О.С.

Д-р екон. наук, доц.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

АЛГОРИТМ ПОСТАНОВКИ КРІ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні умови модернізації національної економіки характеризуються підвищенням ролі менеджерів щодо результативності організацій. Від

правильної обґрунтованої системи управлінням результативності залежить конкурентоспроможність організації. Результативність системи менеджменту – це здатність системи управління виконувати управлінські функції таким чином, щоб організація могла досягати намічені цілей, своєчасно та адекватно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.

Д. С. Сінк дійшов висновку, що «результативність системи визначається сімома критеріями: дієвістю, економічністю, якістю, прибутковістю, продуктивністю, якістю праці та інноваційністю» [1, с. 18].

Для отримання більш високого результату менеджменту організацій слід оцінити потенціал підприємства та максимально можливо реалізувати його через правильну постановку цілей. Цілевстановлення в менеджменті – це процес усвідомлення та формування мети, один із найважливіших елементів процесу управління, що визначає вид цільової функції системи. У менеджменті мета виступає як передбачення результату управлінської діяльності, як орієнтир, до якого спрямовуються зусилля та порівняно з яким оцінюються кінцеві результати діяльності будь-якої організації.

Одним з розповсюджених на практиці методів встановлення цілей є «управління за цілями» (метод МВО-managementbyobjectives). Зміст МВО полягає в тому, що загальноорганізаційні цілі можна розділити на декілька більш дрібних цілей окремих структурних одиниць організації, які, у свою чергу, можна трансформувати в цілі окремих груп і підрозділів і далі розбити на цілі діяльності окремих виконавців. При цьому цілі діяльності кожного виконавця мають сприяти досягненню цілей його керівника [2].

На думку Говорушко Т.А., Климаш Н.І. «результативність» слід розглядати як формування результату, який виникає за максимальної віддачі ресурсів, що задовольняє «зацікавлене коло осіб» та призводить до генерування вартості підприємства. Для забезпечення достовірності оцінки ефективності діяльності підприємств виникає потреба у комплексному вимірюванні результатів господарювання [3, с. 147].

Управління результативністю охоплює не тільки безпосередньо процес вимірювання результативності, а і визначення належного її рівня, формування та публікацію звітності та використання цієї інформації для моніторингу прогресу організації у межах встановлених стратегічних цілей та тактичних завдань.

Ключові індикатори результативності (КРІ) – це вимірювана величина, яка демонструє, наскільки ефективно організація досягає ключових цілей. Організації використовують КРІ на різних рівнях для оцінки результативності та ступеня досягнення поставлених цілей. Ключові показники результативності високого рівня можуть зосередитись на загальних показниках бізнесу, тоді як показники низького рівня можуть зосередитись на процесах у таких відділах, як продаж, маркетинг, управління персоналом, підтримка та інші.

Розробка ключових показників ефективності повинна бути частиною загального процесу стратегічного управління, який пов'язує загальну місію, бачення та стратегію організації, а також її коротко- та довгострокові цілі із конкретними стратегічними цілями організації та оперативною діяльністю. Врахування вартісних характеристик факторів організації і результатів від основних видів діяльності, що лежать в основі її ціннісного характеру, є важливим першим кроком у цьому процесі.

Таким чином, КРІ – це кількісно виражені фінансові та нефінансові параметри, що показують, наскільки ефективно компанія досягає поставлених цілей та дотримується визначеної стратегії. КРІ пов'язані з певним процесом і, як правило, мають верхню та нижню межу, утворюючи діапазон або цільове значення ефективності, якого повинен досягти цей процес. При встановленні показників КРІ основною задачею є переведення стратегії компанії у комплексний набір показників її діяльності, який визначає основні параметри системи виміру та управління.

Визначення ключових індикаторів результативності може бути складною справою. Оперативне слово в КРІ є «ключовим», оскільки кожен КРІ повинен мати відношення до конкретного результату бізнесу із показником ефективності. КРІ часто плутають з бізнес-метриками. Незважаючи на те, що ключові показники ефективності часто використовуються в однаковому дусі, їх слід визначати відповідно до критичних або основних цілей організації.

Слід зазначити, що алгоритм постановки КРІ базується на цільоспрямованому впливі на об'єкти управління та правильному процесі постановки цілей з урахуванням відповідності визначених цілей стану зовнішнього середовища, можливостям підприємства та інтересів зацікавлених сторін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Синк Д. Управление производительностью: планирование, измерение, оценка, контроль и повышение . [Пер. санг.]. М. 1989. 528 с.
2. Богаченко О.П. Теорія і практика оцінювання ефективності використання систем менеджменту якості: монографія. Запоріжжя. ЗНТУ, 2013. 246 с.
3. Говорушко Т.А., Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : монографія. К. Логос. 2013. 204 с.

Завербний А.С.
д-р екон. наук, доц.
Мищишин О.Л.
асистент
Завербний С.А.
студент

Національний університет «Львівська політехніка»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРУВАННЯ

Репутація за сучасних умов глобалізування, інтегрування виступає одним із найпопулярніших нефінансових індикаторів (мірил) діяльності приватних, суспільних, державних організацій (а також і регіонів, країн, міст тощо). Актуальність формування системи управління репутацією (репутаційного менеджменту) обумовлюється тим фактом, що сучасний світ вступив до інноваційного циклу, так званої «економіки нематеріальних цінностей та корпоративної репутації» [1, 2]. Вартість саме нематеріальних активів організацій непинно зростає. Фінансові результати, рівень дохідності усе більше залежать від обміну, управлінням ідеями, інноваційними розробками, інформацією, знаннями, послугами тощо [2]. До нематеріальних активів прийнято включати патенти, стратегічні союзи/об'єднання, бази даних клієнтів (споживачів), інформацію про співробітників, конкурентів тощо. Але, як показує дослідження [1, 2], для більшості провідних світових організацій найціннішим нематеріальним активом виступає саме бренд. Він може займати до 70% від загальної ринкової капіталізації організації.

Однак, не дивлячись на зазначені світові тенденції, на сьогодні репутація для більшості українських підприємств (особливо малих та середніх за розмірами) і надалі формується здебільшого виключно спонтанно/ситуативно, чим завдає соціально-економічної шкоди розвитку бізнесу. Апарат управління деяких українських підприємств і надалі не задумується над стратегічними пріоритетами (зокрема й репутацією, як довгостроковим активом), живучи «одним днем». В особливості безсистемне управління репутацією (репутаційний менеджмент) суттєво перешкоджає виходу українських підприємств на міжнародні (зокрема стратегічно важливий на сьогодні європейський) ринки. Це прирікає нашу країну залишатися так званим «сировинним додатком» для розвинутих країн.

За умов інформаційної економіки споживачі надаватимуть продукти/послуги із високим рівнем репутації (бренди, а не просто якісні товари/послуги). Тому активізування розвитку українських підприємств можливе за умов вчасного ефективного запровадження сучасних репутаційного менеджменту. Постає необхідність щодо трансферту управлінських технологій (технологій репутаційних) провідних західних компаній до України. І для

вітчизняних підприємств упровадження зазначених технологій виступатиме управлінськими, організаційними інноваціями [3].

Важливий крок для формування ефективної системи управління нематеріальними активами (системи репуаційного менеджменту) лежить у площині формування чіткого трактування сутності поняття «репутація» і розробленні інструментів для вимірювання її рівня, що дозволить оцінювати, вимірювати ефективність конкретних дій, забезпечуватиме отримання додаткових прибутків тощо. Бренд (створюючи імідж у свідомості стейкхолдерів) разом із репутацією виступають важливими інструментами управління процесом формування довіри до організацій/підприємств. Це потрібно враховувати при формуванні системи репуаційного менеджменту вітчизняними підприємствами. Репутація відображатиме вплив, який здійснюватимуть бренди, іміджі на рівень оцінювання організації/підприємства/компанії їх стейкхолдерами. Репутація виникає з іміджів організації підприємства/компанії у наступних 4-ьох сферах: імідж продукції/послуг/робіт, соціальний імідж, фінансовий імідж, імідж співробітників [2, 4]. Репутація володіє здатністю «продукувати» вартість. Саме репутація являє собою своєрідний «запас», що захищатиме компанії в кризових умовах [1, 4].

Оскільки створення/збереження позитивного ставлення/відношення аудиторії є складним, комплексним і головне довготривалим процесом, з яким здатні впоратися не всі організації/підприємства, то саме репутація перетворюється на ресурс, що дозволяє будь-яким організаціям/підприємствам ставати ефективнішими у порівнянні з іншими. Саме це робить репутацію стратегічним фактором/чинником, елементом (складовою) конкурентної переваги. Відповідно, від рівня ефективності системи управління нею (репуаційного менеджменту) напряду залежатиме успіх діяльності організації/підприємства.

При формуванні дієвої системи репуаційного менеджменту потрібно враховувати, що репутація належить виключно стейкхолдерам. Організація/підприємство може вільно володіти своєю продукцією/послугами/роботами, брендом, акціями тощо, але не прихильністю, довірою клієнтів та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Carreras E. Alloza A., Carreras A. Corporate Reputation. London: LID Publishing Ltd., 2013. 501 p.
2. Панченко Ж. Концепт репутації у сучасних міжнародних відносинах: особливості становлення. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. 1(42). С. 27-32.
3. Дерев'янюк О.Г. Проблема відсутності системного репуаційного менеджменту на підприємствах України. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку: зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф.*, 29-30

березня 2016 р., ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ: КНЕУ, 2016. С. 121–123.

4. Fombrun Ch., Van Riel C. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. New York: Routledge, 2007. 306 p.

Перерва П.Г.,
доктор. екон. наук, проф.
Савченко М.Ю.,
студентка гр.БЕМ-1117в
Ходарєва В.А.,
студентка гр.БЕМ-1118а

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МЕТОДОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ТЕМПОРАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ

Темпоральність (від англ. *tempora* - тимчасові особливості) - специфічний взаємозв'язок моментів часу і тимчасових характеристик, динаміка змін тих явищ і процесів, якісна особливість яких зумовлена соціокультурною специфікою людського існування; тимчасова сутність явищ. Концепція темпоральних кластерів (*temporary clusters*) була розроблена відносно недавно. Авторами концепції є Пітер Маскельє, Харальд Батхлт і Андерс Малмберг. Саме вони в 2006 році вперше вжили термін «темпоральний кластер», маючи на увазі під ним форму міжорганізаційних взаємодій, що спостерігається в ході різних професійних зустрічей, конференцій, конгресів і виставок [3]. Ключовою характеристикою, що дозволяє розглядати такі професійні заходи як різновид міжнародних кластерів, став інтенсивний обмін знаннями між організаціями, що проходить під час цих зустрічей. Як приклади міжнародних темпоральних кластерів зазвичай наводяться різного роду професійні зустрічі, такі як міжнародні торгово-промислові виставки, конференції, конгреси і ін.

У сучасній літературі поняття міжнародних темпоральних кластерів на даний момент більш чітко не визначено і частіше позначення терміна і розкриття його суті здійснюється через перерахування різних форм організаційних зустрічей, а сам термін устоявся поки лише у вузькій галузі досліджень, які публікуються в основному в економіко-географічних журналах.

Основна робота П. Маскельє, Х. Батхлта і А. Малмберг [3] по темпоральних кластерам є логічним продовженням попередньої статті авторів, що включає розгляд феномена так званих глобальних каналів знань (*global knowledge pipelines*), які перетинають кордони локальних географічних кластерів і з'єднують їх між собою [5]. Формування таких каналів знань, міркують автори, може відбуватися як раз в рамках темпоральних кластерів, які, відповідно, є майданчиками, що створюють цінність для всіх учасників. Із сучасних авторів слід виділити дослідження сутності міжнародних темпоральних кластерів, яке виконав С.А.Власов [1], на яке ми в основному і спираємося.

Актуальність досліджень темпоральних кластерів також підкріплюється безліччю фактів, що ілюструють зміни, що відбуваються в даний час в світі. Роль феномену темпоральних кластерів в соціально-економічних системах можна оцінити на підставі показників так званої індустрії зустрічей (meeting industry). Індустрія зустрічей щорічно приносить більше 100 млрд доларів в ВВП США (з урахуванням непрямих ефектів внесок оцінюється більш ніж в 450 млрд доларів), що більше, ніж такі індустрії США, як автомобільна промисловість (78 млрд дол.), інформаційні технології (76 млрд дол.), а також музична та кіноіндустрія (60 млрд дол.). Тільки за 2009 рік було проведено близько 1,8 млн заходів, які зібрали більше 205 млн відвідувачів [1, с.204].

Більше половини (52%) цих подій складають корпоративні та бізнес-зустрічі, чверть (25%) - конвенту, конференції і конгреси і трохи більше однієї десятої частини (12%) відносяться до торгово-промислових виставок (trade shows). Інше дослідження - «Віддача від інвестицій в бізнес-поїздки США», проведене дослідницьким центром Оксфорда, - показало, що на кожен долар, який компанія витратила в бізнес-поїздки (face to face business travel), доводиться 12,5 долара в збільшенні доходів. Дослідження також демонструє значення таких інвестицій в утриманні бізнес-позицій, залученні нових споживачів і нових бізнес-партнерів [1]. Поява концепції міжнародних темпоральних кластерів спровокувало її подальший розвиток і дослідження, присвячені цьому явищу. Після введення поняття дослідники продовжили розробку даного напрямку і стали вивчати різні механізми і практики, якими характеризуються ці форми міжорганізаційних взаємодій. Так, в статті Н.Шульдт і Х.Батхлта [5] виділяється кілька взаємозалежних практик, які можуть приносити вигоду для учасників міжнародних темпоральних кластерів: глобальний обмін знаннями, заснований на особистому взаємодії (face-to-face interaction); вивчення ринкових тенденцій; рішення проблем і генерація ідей; створення мереж міжустановних взаємодій і глобальних каналів знань [1].

Серед концептуальних робіт з цієї тематики потрібно також відзначити деякі спроби проведення порівняльного аналізу темпоральних кластерів з іншими формами міжустановних взаємодій. У своїй статті П.Маскельє, Х.Батхлт і А.Малмберг [3] проводять аналогію між темпоральними кластерами і перманентними, або, іншими словами, класичними, кластерами, виділяючи ряд схожих властивостей і ключових відмінностей. Автори розглядають міжнародні темпоральні кластери як особливі форми обміну знаннями між організаціями та створення знань в результаті міжустановних взаємодій. Для порівняльного аналізу форм створення знань в міжустановних взаємодіях автори виділяють дві розмірності: часовий горизонт створення знань і сфокусованість в створенні знань. Таким чином, один з одним зіставляються [1, с.205]:

- а) темпоральні кластери, яким властива нефокусованість при створенні знань і нетривалість їхнього існування;
- б) короткострокові міжорганізаційні проекти, які є сфокусованими на конкретних завданнях, але також можуть бути нетривалими;

в) квазістабільні міжорганізаційні міжнародні мережі взаємодій зі сфокусованими і досить тривалими процесами створення знань;

г) перманентні, або класичні міжнародні кластери, що характеризуються авторами як форми несфокусованого, але при цьому тривалого процесу створення знань в міжорганізаційних відносинах.

З аналізу нечисленних досліджень по міжнародних темпоральних кластерах можна зробити наступні висновки про стан дослідженості феномену. З одного боку, темпоральні кластери описуються як складна взаємообумовлених система інтерактивних процесів, що включають такі практики: обмін знаннями, навчання через спостереження, генерація нових ідей, легітимація індустріальних стандартів, пошук партнерів і т.д. З іншого боку, нечисленні емпіричні дослідження фокусуються лише на якісному описі деяких процесів без розгляду всієї сукупності, як це робиться в концептуальних роботах.

Позначимо суть цих прогалин і визначимо ключові питання для майбутніх дослідних пошуків. Звісно ж, що велику цінність на сьогоднішній день можуть представляти наукові проекти, присвячені кількісному вимірюванню впливу участі організацій в темпоральних кластерах на результати інноваційної діяльності фірми. Іншим потенційним дослідним питанням може стати оцінка мережевих ефектів від участі в темпоральних кластерах для організацій. При цьому під мережевими ефектами можуть матися на увазі як формальні, так і неформальні зв'язки між організаціями на різних рівнях - індивідуальному, організаційному або інституціональному [1].

З огляду на сучасний стан методологічного апарату економічних та соціальних наук і доступність вторинних архівних даних щодо участі міжнародних фірм в кластерах і їх взаємодії, відбитому, наприклад, через спільне цитування, можна розглянути динаміку міжстановних взаємодій в часі і простежити розвиток технологічних траєкторій в окремих індустріях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власов С.А. Концепция темпоральных кластеров // Теории и практики управления: вызовы современности : сборник трудов VIII науч.-практ. конф.-СПб., 2013. – С.203-206.

2. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

3. Maskell P., Bathelt H., Malmberg A. Building global knowledge pipelines: The e role of temporary clusters // European Planning Studies. 2006. 8: Vol. 14. P. 997–1013.

4. Перерва П.Г. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П.Г.Перерва, Т.В.Романчик . - Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка - Суми: Видавець СНАУ, 2018.- С.31-43.

5. Schuldt N., Bathelt H. International Trade Fairs and Global Buzz. Part II: Practices of Global Buzz // European Planning Studies. 2010. 1: Vol. 19. P. 1–22.

6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.

7. Перерва П. Г. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П. Г. Перерва, Т. В. Романчик // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія / заг. ред. Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2018. – Розд. 7.2. – С. 301-314.

8. Pererva P.G., Kocziszy Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.

9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

10. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХП».- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХП", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.

11. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХП». Харків : НТУ "ХП", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

Меліхов А.А.,

д-р екон наук, проф.,

Гаргала О. В.,

здобувач магістерського рівня,

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Аналіз існуючої практики управління інноваційною діяльністю підприємств багатьох галузей промисловості говорить про те, що розвиток систем управління відбувається у напрямі підвищення ефективності інноваційної діяльності, яке включає поліпшення економічних показників інноваційних проектів, що реалізуються, чіткіше визначення цільових ринків і потреб в результатах інноваційної діяльності, оптимізацію використання фінансових, матеріальних, кадрових і інших ресурсів у рамках здійснення інноваційної діяльності.

Істотним аспектом вдосконалення систем управління є введення спеціальних інструментів, що автоматизують ряд процесів управління інноваційною діяльністю, або що надають підтримку особам, що приймають рішення. Але актуальною стає доцільність розглядання найбільш вузьких місць системи управління інноваційною діяльністю і визначення шляхів

вдосконалення системи управління інноваційною діяльністю промислових підприємств.

У провідних галузях промисловості конкурентні переваги підприємств реалізуються переважно за рахунок можливостей і здібностей до здійснення інноваційної діяльності, яке може забезпечити продукції і послугам підприємств як цінові, так і технологічні переваги по відношенню до конкурентів. Тому можна стверджувати, що ефективність інноваційної діяльності чинить прямий і сильний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Одними з основних форм здійснення інноваційної діяльності є програми інноваційного розвитку і інноваційні проекти, які можуть бути включені в ці програми. Важливо відмітити, що програми інноваційного розвитку і інноваційні проекти мають паспорти, що включають найважливіші характеристики напряму програми інноваційного розвитку (проекту) і показники ефективності програми (проекту).

На основі аналізу паспортів програм інноваційного розвитку провідних вітчизняних компаній можна визначити перелік основних завдань, на які вони спрямовані. До таких завдань, зокрема, відносяться:

- створення інфраструктури інноваційної діяльності, що дозволяє ефективно виконувати заходи поточних і майбутніх програм;
- забезпечення правильного вектора розвитку компанії;
- вивід на ринок нових продуктів (послуг), заснованих на існуючій і знову створюваній техніко-технологічній інфраструктурі;
- забезпечення споживачів компанії (населення, підприємств і організацій) продукцією (послугами) заданої якості;
- підвищення ефективності технологічних і управлінських процесів в компанії;
- освоєння нових технологій;
- підвищення енергоефективності і поліпшення екології;
- досягнення рівня продуктивності праці, відповідної показникам світових лідерів галузі;
- підвищення ефективності роботи і досягнення високої ринкової капіталізації компанії на основі впровадження новітніх методів і засобів управління, технологій і техніки, створення принципово нових комплексних форм обслуговування клієнтів;
- приведення рівня якості продукції (послуг) і безпеки виробничих процесів у відповідність з вимогами споживачів і економіки, а також з кращими світовими стандартами;
- підтримка високого рівня готовності до діяльності в надзвичайних ситуаціях, відповідного вимогам обороноздатності і безпеки країни.

Позначені вище завдання є складними і вимагають для вирішення великої кількості різних ресурсів, а також тривалого проміжку часу. Тому реалізація програм інноваційного розвитку нерідко стикається з рядом проблем. Вирішального значення для ефективного інноваційного розвитку підприємств

набувають питання грамотного і ефективного управління, а саме визначення оптимального варіанту здійснення інноваційної діяльності, виходячи з поставлених цілей і наявних ресурсів.

Реалізація інноваційних проектів на підприємствах наукомістких галузей характеризується типовими проблемами: недостатньо ефективним використанням ресурсів, неповним завантаженням потужностей підприємства, високими накладними витратами. Внаслідок цих причин підприємства мають низьку віддачу від ресурсів, що витрачаються на інноваційну діяльність, і недостатню керованість, що може привести до перевищення термінів і вартості реалізації інноваційних проектів. Поточна геополітична і економічна ситуація в Україні привносить додаткові складнощі для інноваційного розвитку підприємств наукомістких галузей промисловості, що пов'язані передусім з обмеженням доступу до імпорту технологій, ряду міжнародних ринків, що привело до зміни пріоритетів розвитку промисловості держави у напрямі концентрації зусиль на розвитку пріоритетних наукомістких галузей.

Аналіз результатів реалізації програм інноваційного розвитку і досягнень планових значень показників ефективності ПІР по цільових групах показує, що підприємства зазнають найбільші труднощі при здійсненні інноваційної діяльності в наступних напрямках:

- фінансування інноваційної діяльності;
- взаємодія із зовнішнім середовищем;
- якість продукції і послуг;
- зовнішньоекономічна діяльність.

Інноваційний розвиток є дорогим і тривалим процесом. Як правило, існує декілька альтернатив інноваційного розвитку підприємства наукомісткої галузі, що виражається в наявності декількох інноваційних проектів, представлених до реалізації. З урахуванням обмежень у фінансових ресурсах, що направляються на розвиток наукомістких підприємств, особливо характерних для кризових і посткризових періодів в економіці, однією з найважливіших і актуальніших проблем, властивих інноваційному розвитку наукомістких підприємств, являється проблема вибору певних інноваційних проектів для реалізації серед усіх запропонованих варіантів.

Одним з найважливіших напрямів розвитку управління інноваційною діяльністю є оптимізація портфеля проектів, що реалізуються. Для реалізації цього напрямку необхідно забезпечити рішення завдань оцінки інноваційних проектів та розрахунку вірогідності їх виконання в задані терміни і встановлений бюджет, а також відбору інноваційних проектів, можливих для реалізації з урахуванням прийнятих галузевих і державних пріоритетів інноваційного розвитку.

Нині інноваційна діяльність підприємств наукомістких галузей промисловості регулюється програмами інноваційного розвитку державного, регіонального та галузевого рівня, а також безпосередньо програмою інноваційного розвитку підприємства. При цьому інноваційна діяльність

повинна здійснюватися на користь самого підприємства, а також на основі прийнятих державних і галузевих пріоритетів в мірі, залежній від форми участі держави в підприємстві.

Отже, за останні роки у зв'язку з ускладненням економічної обстановки питання підвищення ефективності управління інноваційною діяльністю, забезпечення її стабільності і пошуку шляхів фінансування придбали додаткову актуальність. Тому саме на пошуку шляхів підвищення ефективності інноваційної діяльності у рамках цих напрямів підприємствам слід зосередити увагу.

Коваленко М. М.

Д.держ.упр., доцент, професор кафедри економічної теорії та фінансів

Сікало М. В.

Аспірант кафедри економічної теорії та фінансів

Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ

Публічне управління є складним інструментом упровадження політики від державного до обласного рівнів, і питання оцінювання за базовими критеріями, особливо ефективності та результативності певної діяльності, викликають посилений інтерес як дослідників, так і практиків. Оцінювання, як зазначає К.Вайс, - це “систематична оцінка операцій та/або результатів програми чи політики порівняно з комплексом явних та неявних стандартів з метою вдосконалення програми чи політики” [1]. Оцінка є першим кроком до ефективного впливу на публічну політику, так само, як вона є першим обов'язковим кроком у будь-якій дії, що розрахована на позитивний результат. Така робота має починатися зі збору точної інформації та усвідомлення самої суті проблеми, розуміння інтересів людей, причетних до неї, можливих варіантів політики, наслідків реалізації чи нереалізації кожного з них, організацій і каналів комунікації із впливовими людьми та урядовцями, відповідальними за вироблення політики [6].

В енциклопедичній літературі ефективність визначається як відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його одержання; ступінь порівняння результатів з витратами; система показників, що характеризують рівень використання виробничих потужностей системи; в управлінні – досягнення цілей управління при мінімальних небажаних наслідках або витратах [3].

Оцінка самої ефективності фінансово-кредитної діяльності на ринку зерна характеризується тим, наскільки правильно обрано джерела залучення

фінансово-кредитних ресурсів у сфері зернового ринку і який результат вони принесли суб'єктам господарювання. Орієнтація на кінцеві результати (передбачення результатів, розрахунок кожної дії і формування центрів відповідальності за кінцеві результати) зустрічається як у практиці менеджменту, так і входить як основоположний компонент до багатьох сучасних концепцій управління, в тому числі і регіональному управлінні певними ринками, що допомагає поліпшити якість самої виконавчої діяльності та стає фактором [2,7]:

- визначення для органів публічної влади шляхів їхньої оптимальної діяльності з надання високоякісних, ефективних і продуктивних послуг мешканцям громади;

- посилення відповідальності. Вони мають важливе значення для бюджетного процесу, який можна значно покращити шляхом оцінки відповідності рівня послуг затратам коштів;

- підвищення прозорості діяльності органів публічної влади, тому що документи щодо оцінки результативності їхньої діяльності на основі зазначених критеріїв завжди доступні широкому колу громадськості.

Серед аналітичних технологій – *методів*, які використовуються для оцінки впливу публічного управління на ефективність фінансово-кредитної діяльності на ринку зерна, можна виділити:

1. Порівняння результатів роботи різних органів влади. Така технологія здійснюється за конкретними даними та має важливе значення. Це дає можливість зрозуміти, чому окремі органи влади можуть досягати високого рівня продуктивності та ефективності, добиватися кращих результатів, а інші ні. Обмін результатами є корисним як для платників податків, так і для представників влади. Показовою може бути аналітика урожайності, кількості посівних площ, валових зборів урожаю в різних областях України.

2. Заплановане у порівнянні з реальним. Це досить простий і корисний метод аналізу результатів, застосування якого передбачає визначення для органів управління конкретних цілей діяльності. Ці цілі можуть базуватися на:

- аналізі минулого виконання;
- порівнянні діяльності інших аналогічних організацій та структур за певний період;
- затверджених виконавчих стандартів;
- даних приватного сектору і недержавних організацій;
- вивченні реальних потреб населення тощо.

3. Часові тенденції. Це ще одна цінна аналітична технологія. Діяльність органів управління зазвичай щороку суттєво не змінюється. Зміни відбуваються поступово, як позитивні, так і негативні, але у кінцевому підсумку невеликі зміни можуть стати тенденцією, тому органи влади мають збирати, відслідковувати і вивчати результати своєї діяльності протягом декількох років, для того, щоб не опинитись у неконтрольованій ситуації. В розрізі оцінки державного регулювання зерновим ринком цей метод може застосовуватись

при аналізі змін (тобто динаміки) показників, що можуть кількісно оцінити ефективність за кінцевим результатом – динаміка об'ємів посівних площ, валового збору врожаю, урожайності як в цілому, так і по окремих видах зернових культур тощо.

Поряд із цим, виникає гостра необхідність у створенні об'єктивної системи моніторингу, яка дасть змогу своєчасно і глибоко оцінювати ефективність прийнятих рішень, що мали місце у сфері зернового ринку за окремими регіонами країни. Її завдання – оперативне виявлення основних тенденцій та прогнозування розвитку ринку зерна в регіонах, визначення можливих “точок зростання”, виявлення шляхів розкриття потенціалу окремого регіону у сфері ринку зерна через підвищення ефективності діяльності місцевих органів влади.

Усі розроблені методики оцінки ефективності залежно від інформації можна поділити на три групи:

- методики, що базуються на експертних оцінках;
- методики, що базуються на статистичній інформації;
- методики, що базуються на експертно-статистичних розрахунках.

Слід зазначити, що наразі існує багато нарікань на якість інформаційної бази та інформації, що використовується в дослідженнях [5, с.28]. Зокрема, негативно впливають на якість інформації постійна неконтрольована зміна механізмів і форм господарювання, зменшення ефективності функціонування фінансових інструментів, домінування тіньових схем, які часом стають основою функціонування і виживання підприємств зернового ринку в сучасних умовах. Це суттєво впливає на якість економічного аналізу і формування на його основі концептуальних положень щодо розвитку та підвищення ефективності державного регулювання ринку зерна.

Виходячи з багатогалузевої структури ринку зерна, наявності у його складі як сільськогосподарських, так і переробних, промислових, транспортних підприємств, закладів ринкової інфраструктури тощо, доцільно застосовувати диференційований підхід до оцінки ефективності управлінської діяльності, адже кожна галузь ринку зерна має свої особливості, пов'язані зі специфікою діяльності.

Утворення та ефективність діяльності вітчизняних виробничих, складських та переробних формувань інфраструктури ринку зерна нерозривно пов'язана із якістю функціонування кредитно-фінансової складової інфраструктури ринку зерна, що включає в себе низку фінансово-кредитних установ (банки, кредитні спілки, агропромислові фінансові групи, лізингові та страхові компанії тощо).

Поряд із інструментами технічного та цінового регулювання, регулююча роль держави включає комплекс заходів фінансово-кредитного стимулювання розвитку ринку зерна, що належать до державної фінансової політики у розрізі грошово-кредитної, бюджетної, податкової, інвестиційної, страхової політики тощо [4].

Таким чином, показано, як вивчення результатів оцінки впливу публічного управління на ефективність фінансово-кредитної діяльності на ринку зерна України, має поліпшити якість самої виконавчої діяльності органів публічної

влади. При цьому важливо забезпечити створення об'єктивної системи моніторингу, яка дасть змогу своєчасно і глибоко оцінювати ефективність самих прийнятих рішень, що мали місце у сфері зернового ринку за окремими регіонами. Крім того, для публічного управління суттєвою проблемою постає низька якість інформації, що може призвести до постійної неконтрольованої зміни механізмів і форм господарювання, зменшення ефективності функціонування фінансових інструментів, домінування тіньових схем, які часом стають основою функціонування і виживання суб'єктів господарювання на зерновому ринку в сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Carol H. Weiss. Evaluation : Methods for studying programs and policies, 2nd Edition / С.Н.Weiss//Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall. - 1998/ - 372 pp
2. Бабінова О.О. Критерії оцінки ефективності діяльності органів місцевого самоврядування: світовий досвід та Україна / Бабінова О.О. // Стратегічні пріоритети, №2(3), 2007 р. С. 73-78.
3. Ефективність [Електронний ресурс] // Українська Вікіпедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефективність>.
4. Коваленко М., Маренич Т., Накісько О., Сікало М. Вдосконалення впливу держави на фінсово-кредитне забезпечення розвитку ринку зерна України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. Х. : Вид-во Університета банківської справи на базі Харківського навчально-наукового інституту, 2019. Том 1, №28/2019. С.363-372.
5. Лебедев К.А. Организационно-экономический механизм развития зернопродуктового подкомплекса: теория, методология, практика: [монография] / К.А. Лебедев. К.: ННЦ «Ин-т аграрной экономики», 2009. 272с.
6. Макаренко М. І. Інфляційне таргетування і макроекономічна динаміка: посткризовий аналіз. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 11(137). С.73–79.
7. Сороко В.М. Результативність та ефективність державного управління і місцевого самоврядування: [підручник]. К.: НАДУ, 2012. С.18-19.

Орлов М. М.

Доктор наук з державного управління, доцент.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ В ПРАКТИЧНІЙ РОБОТІ УПРАВЛІНЦІВ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЇХ НЕДОСТАТНЬОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Вступ. Як зазначено у праці [1], *компетенція* (від лат. «competere» – відповідає, підходить) – особиста спроможність фахівця (державного службовця) вирішувати визначений клас професійних завдань. Суму

компетенцій посадової особи визначають його ступеню *компетентності* виконувати певний клас завдань у складних умовах обстановки [2].

Основна частина. Складними умовами останнього часу можна вважати події в районі населеного пункту (селище міського типу – СМТ) Нові Санжари, коли 20 лютого 2020 р. відбулася евакуація 45 громадян України та 27 іноземних громадян із міста Ухань КНР. Зазначених осіб, за рішенням вищих органів влади України, сплановано розмістити в медичному центрі Національної гвардії України (НГУ) і при цьому була здійснена низка заходів в такій послідовності: 1) органи влади центру прийняли рішення щодо перевезення громадян з КНР до України; 2) органи силових відомств розпочали виконувати рішення органів влади центру щодо перевезення громадян з КНР до України. Спостерігаючи зазначене вище, місцеві мешканці зазначеного МСТ вийшли на протести проти прибуття евакуйованих, заблокували проїзд [3]. Розпочато масові протести громадян і як реакція на це – запроваджено силову фазу дій органів та підрозділів сил охорони правопорядку (СОПр) проти протестуючих громадян. І лише на *другу добу* до місця подій прибуває Прем'єр-Міністр України, Секретар РНБО України.

Як результат: 1) евакуйовані були розміщені в медичному центрі НГУ з великими втратами як матеріальними так і морально-політичними; 2) пошкоджені автобуси, які перевозили евакуйованих і потребують ремонту; 3) 24 порушника, як активних учасників масового протесту громадськості, були затримані [4]; 4) до виконання завдання з розміщенням евакуйованих в медичному центрі НГУ було залучено не одна сотня особового складу СОПр.

У зв'язку з поданим вище, виникають питання: 1) все було правильно організаційно здійснено посадовцями органів влади, чи ні? 2) мають відповідні посадові особи, які приймають державницькі рішення, необхідні компетенції? На думку автора праці – Ні. Підґрунття стосовно Ні подано нижче. Для розуміння сутності *компетентності управлінців в зазначених умовах*, у першу чергу вищих органів влади, потрібно було діяти таким чином: 1) після прийняття органами влади центру рішення щодо перевезення громадян з КНР до України та розміщення в медичному центрі НГУ необхідно було «працювати» з мешканцями СМТ Нові Санжари – упередити сплановану роботу організаторів протестів та розпочату підготовку громадськості до масових протестів; 2) управлінці органів влади (зокрема органи центру) повинні постійно пам'ятати: а) керувати – це означає передбачити; б) взявшись керувати державними справами – не маєш права помилятися; в) помилки можуть мати занадто серйозні наслідки; 3) такі посадовці як Прем'єр-Міністр України і Секретар РНБО України повинні бути в районі СМТ Нові Санжари задовго до прибуття автобусів з хворими і при цьому: а) розгорнути *польовий захищений пункт управління* з характеристиками, які подані у працях [5, 6]; б) розмістити на зазначеному пункті *єдиний орган управління*, у відповідності до пропозицій сформованих у працях [7–9]; в) очолити систему взаємодії органів

влади центру і регіонів (наприклад, Полтавської області) та СОПр за методичними підходами поданими у праці [10].

Як позитивні результати компетентних дій управлінців слід вважати: 1) можуть не відбутися масові протести громадськості; 2) «відпадає» необхідність в проведенні силової фази дій органів та підрозділів СОПр проти протестуючих громадян; 3) Україна не втрачає повагу з боку світового співтовариства.

У доповнення щодо *компетентності посадових осіб органів влади та СОПр* слід звернути увагу на застосування в ситуації, що розглядається в СМП Нові Санжари, блочних багаторазових загороджувальних перешкод (ББЗП), сутність яких обґрунтовано у працях [11, 12], при цьому до виконання завдання з розміщенням евакуйованих в медичному центрі НГУ може відпасти часткове завдання щодо залучення декількох сотень особового складу СОПр.

Заключення і висновки. Некомпетентність сучасного управлінця (сучасного державного службовця) – може мати небажані наслідки в Україні. Такі управлінці повинні або вчитися (набувати необхідних компетенцій) або не займати посади в системі державного (публічного) управління. З урахуванням подій на кордоні України, коли зараження людей Коронавірусом продовжується в Європі, *напрямами подальшого дослідження* можуть бути: 1) створення централізованої системи управління органами і підрозділами, які залучені до запобігання зараження людей Коронавірусом в Україні; 2) розробити методіку формування єдиного органу центру та єдиного органу регіону системи управління органами і підрозділами, які залучені до запобігання зараження людей Коронавірусом в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Орлов М. М. Менеджмент, маркетингу та публічне адміністрування: словник-довідник (підготовлений до видання). Харків : ХНУБА, 2020. 230 с.

2. Орлов М. М. Механізм аналітичного оцінювання підготовленості регіонального органу виконавчої влади функціонувати у складних умовах обстановки. *Международное периодическое научное издание. "Научный взгляд в будущее"*. 2018. Выпуск № 8. С. 94–103.

3. Протесты в Новых Санжарах: что там происходит (ОНЛАЙН). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://uatelegraph.com/rus/2020/02/21/smotrya-obeshchaniya-skaletskaaya-pokinula-1582299851.html>.

4. "Большая" встреча здоровых украинцев: чем закончились протесты против приезда эвакуированных из Китая. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://uatelegraph.com/rus/2020/02/21/bolnaya-vstrecha-zdorovyh-ukraintsev-zakonchilis-1582268835.html>.

5. Orlov N. M. State going near a necessity and directions of the centralized planning of points for the tactical link of management of the national household troops of Ukraine. *Научный журнал «Власть и общество» (История, теория, практика)*. 2016. № 1(37) – Грузия.г. Тбилиси. Грузинский техн. ун-т. С. 28–39.

6. Orlov N. M. Design technique of the stationary protected point of management

regional forces of guard of law and order in Ukraine[Text] / N. M. Orlov.– Научный журнал открытой дипломатии «Власть и общество». 2016. № 1 (38). – Грузия. г. Тбилиси. Грузинский техн. ун-т. С. 178–182.

7. Берлявский Л. Г. Перспективы тренды развития науки: менеджмент, юриспруденция [моногр.] / Л. Г. Берлявский, О. В. Коченкова, М. М. Орлов и др. Одесса, Куприенко С. В., 2016. 203 с.

8. Orlov N. M. State position on the existing contradictions of operational staff as governing body of modern regional law enforcement forces. *Теорія і практика правознавства* 1(2016) – Харків : Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2016 р. [Електронний ресурс]. <http://dx.doi.org/10.21564/2225-6555.2016.1.68911>. С. 3–12.

9. Orlov N. M. Legislative providing of introduction of single organ of management by regional forces of public law enforcement. *Збірник наукових праць “Проблеми законності”*. 2016. Вип. 133. Харків : Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого. С. 91–97.

10. Орлов М. М. Формування системи взаємодії регіональних органів виконавчої влади у сфері охорони правопорядку (теоретико-методологічні засади: монографія. – Харків : ХарПІ НАДУ «Магістр», 2012. 344 с.

11. Orlov N. M. Recommendations for use block layered protective interference in conducting road works. Саратов. РФ. Через SWorld. Международное периодическое научное издание. *Сборник научных трудов SWorld, “Проблемы и инновации”*. 2016. Выпуск № 2. С. 73–78.

12. Orlov N, Sharovalov O. The necessity and implementation of experimental research block stacked barrage obstacles. *Научный журнал «Власть и общество» (История, теория, практика)* 2016. № 3 (39). – Грузия. г. Тбилиси. Грузинский техн. ун-т. С. 175–179.

Чупир О.М.

Д-р екон. наук, проф.

Бурлака Є.О.

аспірант

Харківський національний університет будівництва та архітектури

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Залізнична галузь України є стратегічно важливою ланкою в українській економіці, від розвитку якої залежить розвиток інших галузей української економіки. Проте на даний момент залізничний транспорт характеризується низкою проблем, серед яких: високий знос основних фондів, низька якість послуг, що надаються, неелектрифікованість значної частини колій, відсутність логістичної інфраструктури й інші [1]. Для вирішення даних проблем необхідно

підвищувати ефективність управління залізничним транспортом України. Одним із перспективних методів управління залізничним транспортом, що здатен підвищити ефективність його діяльності, є управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту.

Під управлінням розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту вважається реалізація функцій управління з метою забезпечення процесу накопичення, удосконалення та трансформації ресурсів і взаємозв'язків між ними у відповідності до змін зовнішнього середовища, що призведе до загального прогресу залізничного транспорту, сприятиме його вдосконаленню та поліпшенню [2]. Ключовими цілями управління розвитком ресурсного потенціалу є: зменшення витрат, забезпечення ресурсозбереження та підвищення якості послуг, що надаються.

Для забезпечення ефективності управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту воно повинно базуватися на глибокому розумінні сутності процесу розвитку ресурсного потенціалу й об'єктивних показників оцінки стану управління розвитком ресурсного потенціалу підприємства. Тільки достовірні дані про стан і розвиток ресурсного потенціалу дозволять вищому керівництву приймати якісні управлінські рішення, що здатні забезпечити ефективність економічної діяльності підприємств залізничного транспорту.

Авторами пропонується модель, що включає етап оцінки рівня розвитку ресурсного потенціалу залізничного транспорту, за допомогою якого вище керівництво приймає рішення щодо заходів з оптимізації управління ресурсним потенціалом підприємств залізничного транспорту [3]. Перевагою зазначеної моделі є те, що вона охоплює управління на всіх етапах процесу розвитку ресурсного потенціалу (формування, використання і відновлення), є циклічною і завершеною.

Оцінка рівня розвитку ресурсного потенціалу здійснюється за допомогою методу аналізу ієрархій та застосування шкали Харрінгтона для інтерпретації результатів отримуваних значень інтегрального показника. Це дозволяє підвищити чутливість математичного апарату та отримувати більш адекватні значення оцінки.

Автори вважають, що управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту повинно включати до себе наступні етапи: встановлення цілей з управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту, аналіз наявних ресурсів та існуючих можливостей, аналіз стратегічних альтернатив, вибір стратегії розвитку ресурсного потенціалу залізничного транспорту, реалізація стратегії розвитку ресурсного потенціалу, оцінка рівня розвитку ресурсного потенціалу залізничного транспорту, етап планування змін шляхом оптимізації ресурсного потенціалу, етап реалізації плану розвитку та контроль результатів.

Авторська модель може надати можливість вищому керівництву підприємства залізничного транспорту здійснювати ефективне управління ресурсним потенціалом та приймати науково обґрунтовані управлінські рішення на основі кількісної оцінки рівня розвитку ресурсного потенціалу. Це, в свою чергу, дозволить підвищити ефективність діяльності залізничного транспорту та сприятиме вирішенню його проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Токмакова І.В. Забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту України : монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 403 с.
2. Чупир О.М., Бурлака Є.О. Дослідження сутності поняття «управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту». *Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2018. № 15(1291). С. 26-30.
3. Kalinichenko L. L., Chupyr O. M., Yanchenko N. V., Bredikhin V. M., Burlaka Ye. O. Evaluating the Rail Transport Resource Potential Development Level. *International Journal of Engineering and Technology*. Vol 7. №4. 2018. Pages: 5302-5312; DOI: 10.14419/ijet.v7i4.28556

Крамаренко І.С.

д-р екон. наук, доцент

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
Університету «Україна», м. Миколаїв*

ВАЖЛИВІСТЬ СТРАТЕГУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ УКРАЇНИ

Аналіз основних тенденцій формування інвестиційного потенціалу в Україні показав, що значна політична невизначеність, динамізм, а у деякі періоди турбулентність соціально-економічних процесів, що супроводжують поступовий, проте не достатньо успішний перехід до моделі ринкової економіки з ознаками сталого інноваційного розвитку суттєво гальмують процеси формування, залучення та ефективного використання інвестиційного потенціалу. Відсутність системності, узгодженості та належної координації механізмів покращення інвестиційного клімату на різних щаблях державного управління підвищують рівень невизначеності що демотивує інвесторів вкладати кошти у довгострокові проекти інноваційного спрямування, особливо в реальному секторі економіки.

Як свідчить практика розвинених країн, важливим системо утворюючим чинником та координуючим інструментом соціально-економічного розвитку виступає інвестиційна стратегія, що враховує наявний потенціал, можливості

його розвитку при зміні макроекономічних та глобальних умов, потенційні бар'єри й обмеження у процесі досягнення стратегічних цілей розвитку країни.

Стратегічні аспекти регулювання інвестиційної діяльності та формування інвестиційної політики в Україні розглядалися у працях багатьох вітчизняних науковців. Разом з цим, на державному рівні досі не розроблено єдиного комплексного документу, що визначає стратегічні пріоритети, заходи та механізми інвестиційного забезпечення розвитку економіки у стратегічній перспективі. Відсутність чіткої, визначеної на законодавчому рівні інвестиційної стратегії та інвестиційної політики як інструменту реалізації стратегічних завдань у сфері формування, розвитку та реалізації інвестиційного потенціалу країни зумовлює хаотичність та безсистемність управлінських рішень, сприяє поглибленню міжгалузевих, секторальних і регіональних диспропорцій та знижує рівень прогнозованості економічних процесів.

На сьогодні відсутній також єдиний підхід до тлумачення сутності інвестиційної стратегії національного рівня, її функцій, складових та методів формування.

На думку Філімонової О.Б., «інвестиційну стратегію слід розглядати як складову загальної стратегії функціонування національної економіки, яка є сукупністю цілей інвестиційної діяльності та програми заходів щодо їх досягнення, які структуровані у довгостроковій перспективі, взаємопов'язані з виробничою та фінансовою активністю, спрямовані на підвищення ефективності, прибутковості та конкурентоздатності національної економіки, або ж поєднують економічні цілі з досягненням соціального чи екологічного ефектів» [1, с. 82].

Слободянюк Н.О. наголошує, що інвестиційна стратегія розвитку національної економіки повинна передбачати:

- створення макроекономічних умов, що сприяють веденню підприємницької діяльності в економічному просторі України й отримання прийнятної норми прибутку;

- стимулів утворення та нагромадження фінансових ресурсів у країні;

- спрямування ресурсів кредитно-фінансової сфери на здійснення інвестицій в реальний сектор економіки на засадах узгодження грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики із завданнями інвестиційної стратегії;

- зростання фінансових ресурсів у населення, національних підприємств і держави та стимулів для їхнього спрямування на здійснення інвестицій до реального сектора економіки;

- впровадження режиму економії бюджетних коштів та підвищення їхньої ролі як макроекономічного регулятора і складової інвестиційного потенціалу;

- створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій та їхнього використання для здійснення намічених структурних зрушень, підвищення здатності національної економіки до сприйняття цих інвестицій;

- залучення у національну економіку капіталу, що ухиляється від оподаткування за рахунок вивезення за кордон шляхом перекриття каналів нелегального відпливу грошей за кордон [2, с. 68].

На основі проведених досліджень, можна зробити висновок, що регіональна інвестиційна стратегія – це інтегрована, складна система взаємопов'язаних цілей, механізмів та інструментів, що охоплюють широке коло соціально-економічних, науково-технічних та політичних науково-обґрунтованих й належним чином затверджених рішень регіонального розвитку, узгоджених за напрямками, термінами та виконавцями і спрямованих на забезпечення ефективного формування, відтворення й використання інвестиційного потенціалу із збереженням балансу інтересів регіональної влади, громади і бізнесу.

Враховуючи поточне соціально-економічне становище України, необхідною умовою виходу з кризи є поєднання інвестиційної та інноваційної стратегії в єдиний діючий механізм, що має стати своєрідним «трампліном» здатним подолати зростаючий розрив між потребами соціально-економічного розвитку, стабілізації й зміцнення конкурентних позицій та наявними тенденціями поступової деіндустріалізації й сировинно-орієнтованого існування.

На основі проведених досліджень обґрунтовано авторський підхід до визначення ефективності управління економічною системою регіону, згідно якого – це результат комплексного інтегрованого порівняння кінцевих показників економічної діяльності, що визначає збалансованість економічної й соціальної ефективності, продуктивності використання ресурсного потенціалу та результативності управління регіоном за певний період часу. Систематизовано відповідні критерії оцінки: економічна, соціальна ефективність господарської діяльності регіону, продуктивність використання ресурсів та результативність управлінської системи. Запропоновано систему індикаторів оцінки за кожним критерієм та математичний апарат їх обчислення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Філімонова О. Б. Теоретичні аспекти формування інвестиційної стратегії підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*. 2008. Т. 89, Вип. 76. С. 81–85.
2. Слободянюк Н.О. Концептуальні засади удосконалення інвестиційних стратегій розвитку національної економіки та механізмів їх реалізації. *Економіка і держава*. 2017. №5. С. 85–88.
3. Крамаренко І.С. *Формування та розвиток регіонального інвестиційного потенціалу в умовах структурних трансформацій економіки: теорія, методологія та практика: монографія*. Миколаїв: ФОП Швець В.М., 2019. 356 с.

Пушак Я.Я.
Д-р екон. наук, проф.
Островка П.П.
студент

Львівський державний університет внутрішніх справ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ СКОРИНГУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

За умови динамічного глобалізування фінансових ринків у світі поступово спричиняється необхідність вчасного реструктуризування існуючих банківських систем шляхом застосування інноваційних технологій, наданні банками інноваційних послуг тощо.

Про високоефективне функціонування в цілому країни (зокрема, її фінансового сектору) свідчитиме стабільна її банківська система (коли адекватно, ефективно виконуються всі її функції, досягається високий рівень підтримання фінансової рівноваги (при відновлюванні після зовнішніх потрясінь/диспропорцій, відхилень тощо, які можуть спричинюватися кризовими явищами). Сьогодні надзвичайно нестабільна економічна ситуація в Україні усугубляється ще й світовими кризовими явищами спровокованими пандемією, в результаті застосування карантинних заходів, тощо. За даних умов потрібно підсилювати увагу до всіх потенційних ризиків у фінансовій системі.

Саме кредитний ризик виступає найважливішим ризиком у діяльності фінансових установ. Аналізування зазначеного ризику, методам оцінювання його рівня, моделювання, управління тощо присвячено велику кількість наукових публікацій [1, с. 345, 3].

Однак, незважаючи на це саме проблематиці застосування кредитного скорингу в науковій літературі України є присвячено недостатньо праць. Причиною цього є обмежений період становлення та розвитку сегменту споживчого кредитування в нашій країні, як основної сфери щодо використання скорингових технологій [1, с. 346].

В світі, ЄС спостерігаються тенденції щодо інтенсифікування ринків кредитування, зокрема, роздрібних (споживчих) кредитів. Хоча це і є позитивною тенденцією, але в свою чергу викликає проблему із повернення отриманих (кредитних) коштів. Особливо актуально це для України з нестабільністю доходів кредиторів, шахрайськими діями тощо. Це піддає значного ризику для кредитної діяльності, стійкості банків, інших фінансових установ.

Потенційним напрямком вирішення зазначених проблем може виступати застосування технології скорингу українськими фінансовими установами, зокрема банками.

Техніка «кредитного скорингу» вперше запропонована була ще на початку 40-х років минулого століття американським економістом Д. Дюраном щодо

вирішення проблеми відбору/обрання позичальників у споживчому кредитуванні [2, с. 192]. Спочатку під кредитним скорингом розумілася методика оцінювання фінансового стану конкретного позичальника (фізичної особи) задля встановлення доцільності надання короткострокового кредиту без чіткого цільового призначення [2, с. 192-193].

Було сформовано алгоритм кредитного скорингу (виділення ключових характеристик фінансового стану суб'єкта, розроблення шкали для оцінювання, побудова методики визначення інтегрального показника, визначення діапазонів можливих/допустимих значень даного інтегрального показника [2, с. 192-193].

Розуміння можливостей імплементування скорингу в бізнес-процеси споживчого кредитування, оцінювання рівня/ступеню їх ефективності повинне ґрунтуватися на виключних перевагах, якими володіє скоринг.

Проведене аналізування дозволяє виокремити основні з них [1, 2, 3]:

- комплексний інтегральний характер реалізування скорингу (скоринг виступає інструментом привласнення балів за присутність певних характеристик/ознак певного позичальника, в результаті чого інтегральне оцінювання зможе включати всі значимі атрибути, а рівні значимості відбиватимуться за допомогою ваг скорингової функції);

- операційна ефективність оцінювання, простота процесу автоматизування (прийняття рішень при споживчому кредитуванні передбачає високий рівень операційної ефективності (актуальним це є для нецільових і незабезпечених кредитів). У зв'язку з тим, що витрати часу на одного клієнта не повинні бути значними через порівняно невисокий дохід від операції, за допомогою скорингу процес видавання споживчих кредитів може бути автоматизовано, також при видаванні кредитів суттєво зменшиться вплив людських чинників тощо);

- кількісне оцінювання (процес скорингу являє собою ефективний інструмент для прийняття зважених кредитних рішень через оцінювання в числовій формі (так званий інтегральний скоринговий бал) [1, с. 346].

Отже, фінансовим установам доцільно ефективно імплементувати скоринг до бізнес-процесів на всіх стадіях споживчого кредитування. Перевагами імплементування є комплексне, швидке, автоматизоване оцінювання позичальника, що дозволить фінансовим установам підвищувати рівень операційної ефективності бізнес-процесів на кожній зі стадій, нівелювати суб'єктивний фактор/чинник в процесі формування та прийняття кредитних рішень, можливість формування ефективної системи управління ризиком та доходом за допомогою простих інструментів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Камінський А.Б. Імплементация скорингу в бізнес-процеси споживчого кредитування банку. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2013. № 4 (70). С. 345-351.

2. Ягупова К.А. Система кредитного скорингу в банківській інфраструктурі України. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 239. С. 192-194.

3. Камінський А. Б., Писанець К. К Скорингові технології в кредитному ризик-менеджменті. *Бізнес-інформ*. 2012. № 4. С. 197-201.

Пушак Я.Я.

Д-р екон. наук, проф.

Павлюк Л.В.

Студент

Львівський державний університет внутрішніх справ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗУВАННЯ

Управлінська діяльність органів державної влади у фінансовій сфері щороку ускладнюється через динамічне глобалізування фінансових ринків у світі. Перш за все йде про інноваційні схеми шахрайства, експансію та захоплення територій країни, веденням військових дій східним сусідом (Росією) тощо.

При цьому все частіше стикатися доводиться із все новими видами ризиків.

Система ж управління ризиками (в т.ч. й фінансовими) являє собою процес із виявлення (ідентифікування, встановлення тощо) даних ризиків, проведення оцінювання їх рівня, здійснення моніторингу, контролювання цих ризиків, врахування взаємозв'язків між різними категоріями ризиків, реагування на дані ризики шляхом функції регулювання тощо.

Тому для державних органів України важливим є адаптування до сучасних умов господарювання, зокрема в нашій країні задля удосконалення співпраці із громадськістю, досягнення прозорості, відкритості у діяльності Держфінмоніторингу розроблено та оновлено веб-портал Державної служби фінансового моніторингу України.

За умов бурхливого розвитку інтернет-технологій, розроблення та презентування нового веб-порталу Держфінмоніторингу виступило надзвичайно актуальною подією.

Структура зазначеного веб-порталу враховує практично всі потенційні вимоги, потреби української громадськості, суб'єктів первинного фінансового моніторингу України щодо діяльності Держфінмоніторингу, нормативного, правового, методичного та інших видів забезпечення, міжнародних (в т.ч. європейських) стандартів, актуальних питань у сфері «запобігання та протидії легалізуванню (відмиванню) доходів, які були одержані злочинним шляхом,

фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» тощо.

Що стосується проблем із інтегрування до європейської, світової спільноти, то керівництво Державної служби фінансового моніторингу України бере активну участь у міжнародних конференціях стосовно виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2019-2020 рр., а також розробляє та декларує пріоритети розвитку на наступні роки. Даний орган також активно долучається до заходів із їх поетапного реалізування [1, с. 58-65].

Держфінмоніторинг та інші учасники системи протидії відмиванню коштів, фінансуванню тероризму реалізували певні проекти:

- розроблено та запропоновано нову редакцію так званого «антилегалізаційного» Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», який вже вступив в силу 28 квітня 2020 року [2];

- у грудні 2018 р. було презентовано результати проведення другої Національної оцінки ризиків із затвердженням та оприлюдненням її звіту, тощо.

Зазначений закон сприятиме впровадженню загальноприйнятої термінології, близької за своєю суттю доєвропейської/міжнародної, застосуванню ризик-орієнтованого підходу під час перевірок тощо.

Зокрема, Держфінмоніторингом України було підготовлено проєкт розпорядження Уряду «Про схвалення Стратегії розвитку системи антилегалізаційного стримування на період до 2022 року». Тобто йде мова про стратегічне планування діяльності у сфері фінансового моніторингу в нашій країні.

Зазначений проєкт є логічним продовженням заходів, які необхідно вживати всім учасникам системи фінансового моніторингу задля вдосконалення діючих механізмів, усунення ризиків, що були виявленими в результаті 2-ої Національної оцінки ризиків.

Слід наголосити на незмінність курсу щодо європейського інтегрування залишається у процесі фінансового моніторингу шляхом продовження реалізування заходів щодо приведення (адаптування, імплементації) українського законодавства саме у сфері протидії відмиванню коштів та фінансуванню тероризму до європейських (в майбутньому і світових) стандартів.

Отже, підсумовуючи, можемо констатувати, що максимальне наближення (шляхом імплементації та інших процесів) законодавства України у сфері фінансового моніторингу, технічного регулювання тощо до норм ЄС а також безумовно його цілковитого дотримання/виконання сприятиме досить безболісному та швидкому входженню на внутрішній фінансовий (та й не тільки) ринок західних сусідів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гарасим Ю.Й. Аналіз національної системи стандартизації і сертифікації у контексті Угоди про асоціацію України та ЄС. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки.* № 3 (80) 2015. С. 58-65.

2. Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» зі змінами № 738-IX від 19.06.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20>

Колесник А.О.,

студентка гр.БЕМ-1117в

Перерва П.Г.,

доктор екон. наук, проф.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Актуальність питань формування цін на світовому ринку полягає у формуванні факторів і типів процесів ціноутворення у ринкових умовах, а також запровадження цінової стратегії для створення належних умови щодо ефективного розвитку економіки країни. Отримані результати дослідження можуть бути використані у процесі формування та удосконалення цінової політики держави в ринкових умовах для забезпечення соціального захисту та підтримки споживачів, створення стабільних умов конкуренції через стримування зросту інфляції, стимулювання прибутковості національних виробників, збереження рівня цін.

Світовий ринок, який характеризується жорсткою конкуренцією, впливає на рівень ціни. Зазвичай, різноманіття економічних факторів, що впливають на світові ціни, умовно об'єднують в декілька груп: загальноекономічні; пов'язані з виробництвом конкретного товару; специфічні, що пов'язані тільки з деякими видами товарів і послуг або з особливостями валютної політики. Крім цих факторів, що були названі, ще на ціну можуть впливати також політичні або військові чинники.

До особливостей формування цін на світових ринках відноситься той факт, що ціна є тією грошовою сумою, яку продавець хоче отримати за наданий товар, а покупець готовий заплатити. Мова знову йде про взаємодію попиту і пропозицій. Точка перетину кривих графіків цих функцій і визначає ринкову ціну товару. Але, на відміну від внутрішнього ринку, на зовнішньому ринку співвідношення попиту і пропозиції відчувається суб'єктами зовнішньоторговельних відносин більш гостро. На світовому ринку присутня більша кількість конкурентів, ніж на внутрішньому. З іншого боку мобільність суб'єктів зовнішньої торгівлі стримується державними кордонами.

Ціноутворення має великий вплив на результати фінансово-економічної діяльності підприємств промислового комплексу. Особливо посилилася роль цін останнім часом у зв'язку з переходом до ринкових умов функціонування. При цьому слід зауважити, що світовий досвід ціноутворення і цінових відносин в Україні освоєний не належним чином і застосовується недостатньо ефективно. Необхідно більш глибоке вивчення як теоретичних, так і практичних питань цінового механізму, потрібні конкретні заходи щодо їх вдосконалення. В умовах переходу до ринкових відносин необхідна особлива державна підтримка. Необхідні такі її форми, які найбільшою мірою відповідали б конкретним соціально-економічним умовам, що склалися в різних суб'єктах української економіки.

На наш погляд, система цін повинна складатися з наступних елементів:

1. Гарантовані ціни на сільськогосподарську продукцію.
2. Ціни для захисту внутрішнього ринку від впливу ззовні.
3. Ціни для регулювання продовольчого ринку.

У порівнянні з іншими формами державної підтримки - дотуванням виробництва деяких видів сільськогосподарської продукції та компенсацією частини витрат на придбання матеріально-технічних ресурсів - застосування гарантованих цін має суттєві переваги. Це виражається в тому, що гарантовані ціни доводяться до безпосередніх товаровиробників, тоді як система дотацій і компенсацій веде до часткового перерозподілу виділених бюджетних коштів на користь інших учасників суспільного відтворення.

Перевагою гарантованих цін є також те, що введення їх спрощує процес розрахунків за продукцію. Важливим є те, що в їх основу закладається склалася собівартість продукції з коригуванням її на зміну цін, що встановлюються на споживані матеріально-технічні ресурси і послуги, а також кредитної і податкової політики, заробітної плати з метою забезпечення товаровиробникам нормальних умов діяльності.

Товарні (максимальні) інтервенційні ціни повинні бути пов'язані із закупівельними (мінімальними) інтервенційними цінами. У тих і інших основна мета стабілізувати ціни на ринку промислової продукції. Мінімальні інтервенційні ціни не дають ринковим (договірними) цінами впасти нижче певного рівня, захищаючи інтереси виробників.

Отже, першочерговими задачами в сфері державної підтримки і цінової політики, спрямованої на регулювання і підтримку виробництва товарів підприємствами вітчизняного міжнародного бізнесу, є:

- покращення міжгалузевих зв'язків на засадах використання ефективної системи міжнародних як цільових, так і гарантованих цін;
- реальний захист українських товаровиробників, представлених на вітчизняному ринку від експансії продукції імпортерів;
- організація системи закупок вітчизняної продукції, яка не змогла бути реалізована на світовому ринку;

➤ покращення фінансово-кредитних відносин, які включають в себе ефективний програмно-цільовий механізм фінансової підтримки ефективних інвестиційно-інноваційних проектів;

➤ збільшення обсягів поставок на світовий ринок різного роду техніки і різного обладнання на засадах лізингових відносин з використанням фінансової підтримки національного та місцевого бюджетів:

➤ прийняття правових (законодавчих) рішень на всіх рівнях щодо покращення світового економічного простору в Україні, особливо з питань зменшення витрат на логістику продукції, сировини і продуктів харчування з пріоритетних зон їх виробництва в ті регіони та сегменти міжнародного ринку, де ці товари в основному і споживаються;

➤ організаційна та фінансова підтримка прискореного розвитку інфраструктурного забезпечення міжнародного ринку, включаючи великі оптові промислові ринки, а також місцеві ринки, товарні біржі, проведення аукціонів, ярмарків та ефективних видів організованої роздрібної та оптової торгівлі з поступовим виходом на них основних товаровиробників з сфери міжнародного бізнесу;

➤ формування спільного ринку продуктів промисловості, сільського господарства, різного роду послуг виробничого та невиробничого характеру, організація виробництва для різних сегментів міжнародного ринку.

Слід також зауважити, що державне регулювання цін українського бізнесу за кордоном – це в достатній мірі складна система взаємозв'язків, яка включає в себе різного роду інструменти, які певним чином впливають на прибутки товаровиробників, структуру товарного виробництва, промисловий ринок, соціальну мережеву структуру, міжгосподарські і міжгалузеві відносини. Мета такого регулювання - створення стабільних правових, економічних і соціальних умов для ефективного розвитку міжнародного бізнесу, задоволення потреб населення в якісних товарах по платежоспроможних цінах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ціноутворення на світових ринках. URL: https://studme.com.ua/16750202/ekonomika/tsenoobrazovanie_mirovyh_rynkah.htm

2. Ціноутворення у світовій торгівлі. URL: https://pidru4niki.com/1719051239244/ekonomika/tsinoutvorennnya_svitoviy_torgivli.

3. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

4. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Verés Somosi, Т.О.Кобієлієва // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017": тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р.* Харків: НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

5. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.
7. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.
8. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства // Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка - Суми: Видавець СНАУ, 2018.- С.31-43.
9. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
10. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
11. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХПІ».- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
12. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». Харків: НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
13. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія / заг. ред. Ю.С.Шипуліна. – Суми : Триторія, 2018. – Розд. 7.2. – С. 301-314.
14. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. 2011. № 4. С. 116-120.

Серіков А.В.

*кандидат фізико-математичних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Харківського національного університету будівництва та архітектури
Ідентифікатор ORCID: 0000-0002-0629-2716*

НЕЛІНІЙНА ПРИРОДА СИСТЕМ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР В ПРОЦЕСАХ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Будь-яке підприємство може бути віднесеним до групи функціональних соціально-економічних систем, ознакою яких є певно організована дія або система дій. Тому для цілей моделювання процесів управління такими системами з сенс використовувати надбання теорії систем соціальної дії американського соціолога-теоретика Толкотта Парсонса [1]. Зміст дії утворюють структури і процеси, за допомогою яких люди формують та

реалізують у конкретних ситуаціях осмислені наміри. Система соціальних дій за Т. Парсонсом складається з чотирьох підсистем, а саме [1, С. 97]: (1) підтримки зразка – для підтримки інституційних культурних зразків; (2) організаційної - для забезпечення досягнення цілей; (3) економічної – для забезпечення адаптації у внутрішньому та зовнішньому середовищах; (4) соціетальної – охоплює всі вищезазначені підсистеми – для забезпечення внутрішньої узгодженої інтегрованості або солідарності.

Дослідити вплив усіх складових внутрішнього середовища системи соціальної дії (підприємства) на результати її життєдіяльності доцільно шляхом математичного моделювання змін у перерахованих підсистемах, що описані відповідною системою нелінійних диференціальних рівнянь першого порядку [2].

Для спрощення аналізу змін в системі соціальної дії можна припустити, що на обмеженому інтервалі часу соціетальна підсистема та підсистема підтримки інноваторства є квазістатичними, а зміни відбуваються лише в економічній та організаційній підсистемах. За таких умов можна дійти до наступної системи нелінійних диференціальних рівнянь [2, С. 249]:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = A_1(\rho)x + l_1 y - k_1 y^2 \equiv P(x, y) \\ \frac{dy}{dt} = A_2(\rho)y - l_2 x + k_2 x^2 \equiv Q(x, y) \end{cases} \quad (1)$$

де x та y описують рівень розвитку організаційної та економічної підсистем відповідно, $A_1(\rho)$ та $A_2(\rho)$ – функції підприємливості (інноваційності) персоналу підприємства, l_1 та l_2 – середня вартість для підприємства одного фахівця з відповідної підсистеми, k_1 та k_2 – їхня прибутковість.

Характер поведінки системи (1) в околі особливої точки (x_0, y_0) , де перші похідні дорівнюють нулю, тобто $dx/dt = 0$ і $dy/dt = 0$, визначається знаками величин Δ , σ і $(\sigma^2 - 4\Delta)$, дві перші з яких розраховуються за формулами [3, С.65]:

$$\sigma = P'_x(x_0, y_0) + Q'_y(x_0, y_0), \quad (2)$$

$$\Delta = \begin{vmatrix} P'_x(x_0, y_0) & P'_y(x_0, y_0) \\ Q'_x(x_0, y_0) & Q'_y(x_0, y_0) \end{vmatrix}. \quad (3)$$

Розрахунки дають:

$$\begin{cases} \sigma = A_1(\rho) + A_2(\rho), \\ \Delta = A_1(\rho)A_2(\rho) + (2k_1 y_0 - l_1)(2k_2 x_0 - l_2), \\ (\sigma^2 - 4\Delta) = (A_1(\rho) - A_2(\rho))^2 + 4(2k_1 y_0 - l_1)(2k_2 x_0 - l_2). \end{cases} \quad (4)$$

В цих виразах зазначено, що реально змінюваними величинами можуть бути функції $A_1(\rho)$ і $A_2(\rho)$, аргумент ρ в яких безпосередньо залежить від

рівня інноваційності (підприємливості) в колективі підприємства в цілому, який можна сприймати як «глобальний» (або домінуючий) фактор в життєдіяльності всієї соціально-економічної системи. Можливі стани цієї системи, яка описується математичною моделлю (1), наведено на рисунку 1 на так званій біфуркаційній діаграмі [3, С.304].

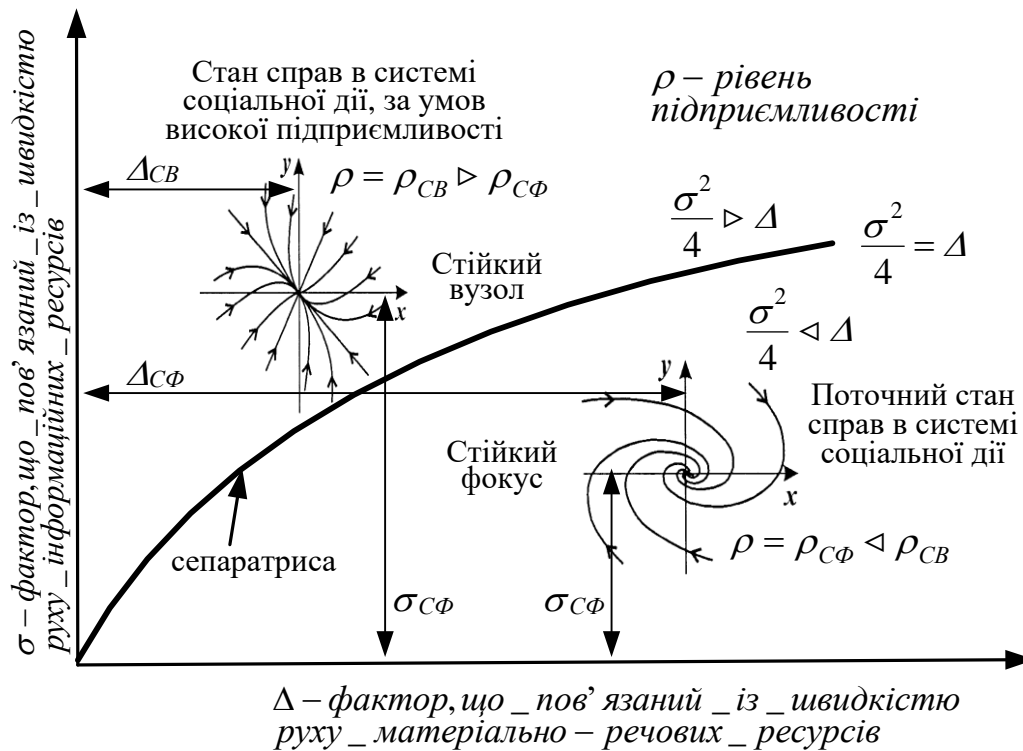


Рис. 1. Біфуркаційна діаграма (авторська розробка)

З позицій забезпечення процесів самоорганізації на підприємстві, які не передбачають застосування силового сценарію змін в ньому, найбільш сприятливими є «стійкий вузол» та «стійкий фокус, які розділені між собою так званою сепаратрисою. Її перетин супроводжується стрибкоподібною зміною всіх параметрів системи соціальної дії. При цьому поліпшення показників господарської діяльності в околі «стійкого фокусу» свідчить про процеси зростання системи, а перехід системи в окіл «стійкий вузол» – про її розвиток. В околі першої особливої точки швидкість руху матеріально-речових ресурсів вище, ніж швидкість руху інформаційних ресурсів. В околі другої особливої точки – навпаки. Тут серед основних управлінських принципів «працює» відомий «сім раз відміряй, а потім відріж». За таких умов система соціальної дії, тобто підприємство, суттєво швидше досягає стану динамічної рівноваги, що є ознакою високої ефективності діяльності підсистеми управління (ефективність є величиною векторною із складовими: (1) результативність, (2) оперативність, (3) ресурсомісткість). Такий розвиток подій «зобов'язаний» саме нелінійній природі системи, коли невеликий за силою вплив породжує помітний відгук. Запорукою цьому стає всеохоплюючий рівень інноваційності

(підприємливості) персоналу підприємства. Безумовно, що «збудником» тут повинна бути добре продумана та постійна мотиваційна політика керівництва, до основних гасел якої повинен належати і відомий англійський вислів «добре слово і кішці приємне».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения [Текст] / Т. Парсонс // THESIS.- 1993.- Т1, Вып. 2.- С. 94-122.
2. Сериков А.В., Белоцерковский А.В Природа фирмы: экономико-математическая модель онтогенеза. *Наукові праці Донецького нац. техніч. ун-ту. Серія: економічна*. Вип. 75. Донецьк: Дон-НТУ, 2004. С.246-252.
3. Подсолонко В.А., Подсолонко О.А., Сериков А.В., Храпко В.М. та ін. Сталий розвиток економіки: випереджаюче управління: Монографія. Том 1. Сімферополь: ДІАЙПІ, 2013. 610 с.

Передерій Т.С.

провідний економіст

Філія «Центр будівельно-монтажних робіт та експлуатації будівель і споруд» АТ «Укрзалізниця»

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ЗРОСТАННЯМ ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сьогодні залізничний транспорт є одним із основних перевізників у системі функціонування стратегічно важливих галузей народного господарства, серед яких: вугільна, нафтовидобувна, видобуток і переробка чорних металів, виробництво будівельних матеріалів тощо.

Окрім цього, залізничний транспорт України є також провідною галуззю в дорожньо-транспортному комплексі країни, який забезпечує майже 82% вантажних і 36% пасажирських перевезень, здійснюваних всіма видами транспорту. За обсягами вантажних перевезень залізниця України займає четверте місце на Євразійському континенті, поступаючись лише залізницям Китаю, Росії та Індії. Вантажонапруженість українських залізниць (річний обсяг перевезень на 1 км) в 3-5 разів перевищує відповідний показник розвинених європейських країн. Важливість залізничного транспорту в системі транспортних комунікацій України посилюється і тим, що через територію держави пролягають основні транспортні транс'європейські коридори: Схід – Захід, Балтика – Чорне море. Найбільшим підприємством галузі є Укрзалізниця (Акціонерне товариство "Українська залізниця"), яка здійснює централізоване управління процесом перевезень у внутрішньому й міждержавному сполученнях та регулює виробничо-господарську діяльність залізниць [1].

Сучасною особливістю бізнес-середовища є впровадження інноваційної стратегії підприємства, яка передбачає використання цифрових технологій, які орієнтовані на зменшення виробничих витрат і збільшення обсягів нової продукції. Як показує досвід, на сьогодні цифровізація – це необхідна умова у економічному зростанні підприємства, проте, варто зауважити, що насамперед важливим є процес управління. Саме тому для АТ «Укрзалізниця», як і для більшості українських підприємств, зі зміною економічних бізнес-процесів потрібним є переоцінка цінностей в управлінні економічним зростанням. Відповідно необхідним є дослідження генезису вищезазначеного поняття.

Економічне зростання спочатку трактували як довгострокове збільшення здатності господарства забезпечити все більш різноманітні потреби населення за допомогою все більш ефективних технологій і відповідних інституціональних та ідеологічних змін [2, с. 13].

Зарубіжні вчені С.Л. Брю та К.Р. Макконел розуміють під «економічним зростанням» збільшення виробничих можливостей, що відбувається зі збільшенням кількості використовуваних факторів виробництва або вдосконаленням техніки і технології [3, с. 634].

Більш змістовно характеризує економічне зростання А. Щетинін, який стверджує, що економічне зростання являє собою постійне збільшення виробництва товарів і послуг на основі якісного вдосконалення всього функціонування національної економіки. Отже, вважає А. Щетинін, про економічне зростання говорять тоді, коли не тільки має місце збільшення масштабів виробництва, але коли й сама економіка стає більш ефективною. У реальній дійсності економічне зростання – це надзвичайно складний процес не тільки з погляду факторів і умов його здійснення, а і з позиції особливостей розвитку та функціонування продуктивних сил, які й забезпечують це зростання [4, с.329].

У галузевому аспекті економічне зростання вимірюється за допомогою таких показників, як: збільшення обсягів випуску кінцевої продукції галузі за певний період часу; зростання обсягів випуску кінцевої продукції галузі на душу населення; збільшення обсягів випуску кінцевої продукції галузі на одного зайнятого [5,с.33].

З метою аналізу швидкості розширення масштабів діяльності підприємства оцінюють і прогнозують допустимі й економічно доцільні темпи його зростання. Прагнення власників і менеджерів досягти надто високих темпів за короткий період призводить до негативних наслідків: обмеженої здатності генерувати нові ідеї, впроваджувати інновації, набувати конкурентних переваг (так званий стан “збіднюючого зростання”). Водночас вимушено низькі темпи розвитку підприємства знижують його інвестиційну привабливість, ділову активність, вартість тощо [6,с.238].

Отже,головними пріоритетами розвитку в умовах цифровізації для підприємства АТ «Укрзалізниця» є нарощення обсягів реалізації перевезень, стримування процесів збільшення фінансової збитковості за видами

економічної діяльності, і саме тому важливим є переоцінка цінностей в управлінні економічним зростанням, яке на сьогодні передбачає активне впровадження і використання цифрових технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інформація про українські залізниці. Офіційна інформація Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-ukrainski-zalznici.html>
2. Эффективный экономический рост: теория и практика / под ред. Т.В. Чечеловой. – М.: Изд-во «Экзамен», 2003. – 320 с.
3. Кемпбелл Р.М., Брю С.Л. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика / Пер. з англ. – Львів: Просвіта, 1997. – Ч. 1: Макроекономіка. – 671 с.
4. Щетинін А. І. Політична економія: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 478 с.
5. Венгер В.В. Показники економічного зростання: галузевий аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. № 7. С.33 – 37.
6. Кіндрацька Г.І. Стійкість підприємства: діалектика статичності і динаміки. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPM_2014_797_33.pdf

Тохтамиш Т.О.

К.е.н., доц.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПОСЛУГ З ПАРКУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

Система паркування в Україні кардинально відрізняється від аналогів, що ефективно працюють у країнах ЄС та світу. Зокрема, в успішних розвинутих країнах функціонують прості та зручні для учасників дорожнього руху механізми, що характеризуються наявністю таких елементів:

- доступність та комфортність послуг з паркування, широкий спектр зручних способів їх оплати, зокрема, з використанням спеціальних програм для смартфонів, інтернет-банкінгу тощо;
- автоматичний та достовірний облік коштів, сплачених за паркування;
- розвиток паркувальної інфраструктури;
- розвантаження (вивільнення) центральної частини міст шляхом стимулювання користування громадським транспортом, як надійним та фінансово вигідним, а також екологічними і компактними видами транспорту – велосипедами, електромобілями тощо;
- розподіл майданчиків для паркування транспортних засобів за зонами із диференційованим тарифом для кожної з них;

- заборона на в'їзд до центральної, історичної або туристичної частини міста;
- забезпечення дотримання правил паркування і оплати послуг з паркування за рахунок дієвих санкцій за порушення правил паркування;
- боротьба із заторами шляхом невідвортної евакуації автомобілів, що ускладнюють або блокують рух транспорту, а також порушують правила дорожнього руху.

Останніми роками в Україні спостерігається стала тенденція до збільшення кількості автотранспорту, що при загальноміській напрузі з місцями для паркування поглиблює проблему паркування транспортних засобів, яка в свою чергу спричиняє скупчення автотранспорту та призводить до заторів на вулично-дорожній мережі міста. Аналіз стану існуючої системи паркування транспортних засобів засвідчує той факт, що організаційні, нормативно-правові та фінансові умови функціонування зазначеної системи не відповідають потребам міста та європейським стандартам, не в змозі забезпечити належне функціонування механізму саморозвитку паркувального простору.

Необхідність змін у розвитку паркувального простору у містах України зумовлена:

- сучасними вимогами розвитку міста, що вимагають швидких змін та вироблення нових підходів до оптимізації паркувального простору;
- правилами паркування, що мають бути зрозумілими та доступними споживачам;
- високою якістю послуг з паркування автотранспорту;
- потребою в дієвому механізмі контролю за дотриманням правил паркування та оплати послуг з паркування, а також удосконаленням механізму притягнення до адміністративної відповідальності за порушення правил паркування;
- нагальною потребою в облаштуванні майданчиків електронними засобами контролю, ефективним інформаційним та технічним забезпеченням паркувальної діяльності;
- потребою у збільшенні кількості паркувальних місць на відведених, спеціально обладнаних майданчиках для паркування, будівництві багаторівневих паркінгів, перехоплюючих паркувальних майданчиків тощо.

У багатьох містах України працюють інспектори з паркування (Київ, Харків, Дніпро, Львів, Запоріжжя, Ужгород, Вінниця), які перевіряють сплату послуг з паркування. Так, перш ніж скласти постанову, інспектори повинні перевірити наявність сплати послуг з паркування за конкретним номерним знаком транспортного засобу у базі автоматизованої системи контролю оплати послуг (АСКОП). Остання має бути базою, в якій відображаються усі платежі з паркомату, мобільних додатків та інших способів оплати [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Відповідно до ЗУ «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування сфери паркування транспортних засобів» [1]

органам місцевого самоврядування рекомендовано введення на території відповідних населених пунктів автоматизованої системи контролю оплати вартості послуг з паркування, вжиття заходів щодо збільшення чисельності посадових осіб місцевого самоврядування для прийняття на службу до органів місцевого самоврядування інспекторів з паркування.

Система має бути програмним комплексом з використанням периферійних пристроїв. Система має бути клієнт-серверним додатком, клієнтами якої виступатимуть різні джерела і споживачі інформації, а як серверне рішення виступатиме система управління базами даних.

Джерелами інформації системи можуть бути: мобільний додаток водія; паркувальні автомати; інспектори з паркування; агентська мережа оплати вартості послуг з паркування; інші джерела інформації про оплату вартості послуг з паркування.

Система має дозволяти підключення через відкриті зовнішні інтерфейси таких сучасних систем контролю оплати вартості послуг з паркування:

- патрульні бригади на автомобілях, оснащених системами розпізнавання державних номерних знаків транспортних засобів, які патрулюють райони із щільним розташуванням місць для паркування і в автоматичному режимі фіксують правопорушення, з можливістю подальшого повідомлення про це інспекторів з паркування;

- стаціонарні камери з системою розпізнавання державних номерних знаків транспортних засобів, які можуть бути встановлені в необхідних кількостях у найбільш завантажених паркувальних зонах;

- дані про порушення правил зупинки, стоянки та паркування, які надходять до системи від користувачів через спеціалізовані мобільні додатки, з подальшим інформуванням про це інспектора з паркування [2**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Використання мобільного додатку дозволяє здійснювати безготівкову оплату вартості послуг з паркування та надає водіям інформацію про міські парковки. Це дасть можливість інспекторам контролювати оплату за паркування в режимі фотозйомки (відеозапису), а також притягувати до адміністративної відповідальності осіб, винних у порушенні правил зупинки, стоянки та паркування транспорту. Контроль за сплатою послуг з користування майданчиками для платного паркування здійснюють інспектори з паркування.

Згідно Постанови КМУ «Про затвердження Правил паркування транспортних засобів» [2] відведені майданчики для паркування позначаються дорожніми знаками та суцільною синьою (блакитною) смугою на проїзній частині і на бордюрі, який відокремлює проїзну частину від пішохідної. Відведені майданчики для платного паркування обов'язково повинні бути обладнані паркувальними автоматами з розрахунку не менш як один автомат на 20 місць для паркування з обох боків уздовж проїзної частини вулиці, дороги або тротуару та/або інформаційними знаками про можливість і порядок надання послуги “мобільне паркування”. Спеціально обладнані майданчики для

паркування позначаються дорожніми знаками та розміткою. На спеціально обладнаних майданчиках для платного паркування обов'язково повинні бути встановлені автоматичні в'їзні та виїзні термінали. Паркувальні автомати і автоматичні в'їзні та виїзні термінали на майданчиках для платного паркування встановлюються стаціонарно [2].

Враховуючи усе вищевикладене, можна зробити висновок, що в Україні необхідно створити ефективний паркувальний простір із оптимальною кількістю місць для паркування транспортних засобів. З цією метою потрібно розробити концептуальні засади розвитку паркувального простору, які мають розглянути органи місцевого самоврядування. Він повинен бути спрямований на забезпечення інтересів розвитку території територіальної громади. Це є багатофункціональним процесом, пов'язаним із раціональним використанням території через оптимізацію просторової організації майданчиків для паркування, забезпечення прозорості системи обліку та сплати за їх використання, що сприятиме підвищенню просторового потенціалу паркувальної сфери міста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування сфери паркування транспортних засобів: Закон України №2262-19 від 21.12.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2262-19>.
2. Про затвердження Правил паркування транспортних засобів: Постанова КМУ від 03.12.2009 р. № 1342. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1342-2009-%D0%BF>.
3. Про затвердження технічних вимог та завдань до автоматизованої системи контролю оплати вартості послуг з паркування: Рішення Харківської міської Ради від 12.09.2018 № 624. URL: <http://kharkiv.rocks/reestr/671980>

Терещук Н.В.

*К.е.н., ст. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЯМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ

Сучасна економічна ситуація характеризується високим ступенем невизначеності й ризику. Обмежені фінансові можливості переважної більшості українських підприємств і недостатня забезпеченість фахівцями необхідного рівня обумовлюють обмеженість формування стратегії розвитку бізнесу на підприємствах. З огляду на цей факт, найпершим обов'язком керівника підприємства є вміння передбачити можливість появи проблемних ситуацій, які негативно вплинуть на роботу і розвиток його підприємства, і мати наготові заздалегідь спроектований механізм їх розв'язання, аби уникнути збитків за

допомогою наявних ресурсів і можливостей. У зв'язку з цим, вважається доцільним вивчення проблеми в області стратегічного управління розвитком підприємства.

Для забезпечення ефективного функціонування підприємств готельного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку. Вибір стратегії в бізнесі один з провідних питань в управлінні. Якщо, цілі організації визначають те, до чого прагне організація, що вона хоче отримати в результаті своєї діяльності, то стратегія дає відповідь на питання, яким способом, за допомогою яких дій організація зуміє досягти своїх цілей в умовах мінливого і конкурентного оточення.

Кожне підприємство обирає свою стратегію, враховуючи велику кількість факторів, які обумовлюють доцільність та можливість використання тієї чи іншої стратегії. Зі змінами умов господарювання відбувається формування нових варіацій поведінки підприємств на ринку.

Найвищий рівень у ієрархії займає корпоративна стратегія, вона визначає загальний напрямок діяльності підприємства: зростання, стабілізація або скорочення. До другого рівня відносять конкурентні (ділові, бізнесові) стратегії, які підпорядковані корпоративній і вказують шляхи досягнення обраного нею напрямку в кожній стратегічній одиниці бізнесу. Конкретизують і доводять корпоративну і конкурентні стратегії до функціональних служб господарства функціональні стратегії, які посідають третє місце в ієрархії. Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонального напрямку: виробництво, фінанси, маркетинг, інновації, управління персоналом тощо. До найнижчого, четвертого рівня відносять операційні стратегії, тобто стратегії для структурних підрозділів підприємства.

Грунтуючись на сучасній парадигмі дослідження систем управління, підприємство готельного господарства в ринковій економіці ідентифікується як дифузна (відкрита) система, що самоналаштовується, або самоорганізується. Це означає неможливість її ізоляції, як суб'єкта ринкової економіки від впливу навколишнього зовнішнього середовища.

Самоналагоджувальна система має можливості забезпечувати стійке функціонування підприємства в умовах динамічних змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі шляхом введення в систему компенсаційних факторів. Готельне господарство, як система, що самоорганізується, реагує на обурення зовнішнього середовища будь-якої сили і зберігає свою стійкість і ефективність через зміну власних властивостей і характеристик.

Таким чином, підприємству готельного бізнесу як дифузійної системи визначають та дають розвиток зовнішні та внутрішні фактори.

Зовнішні фактори – це фактори розвитку підприємства, джерела яких закладені в його зовнішньому оточенні. Власне зовнішні фактори, а саме реакція на них підприємства, надають стратегічність його розвитку, тобто визначають вибір бізнесу, яким підприємство буде займатися і тип його конкурентної поведінки.

Внутрішні – це фактори розвитку, джерела яких знаходяться в самому підприємстві. Від них залежить стратегічний потенціал (можливості) розвитку підприємства. До факторів зовнішнього середовища готельного господарства, як і будь-якого іншого виду традиційно відносять [1, с. 53]: соціально-культурні, технологічні, економічні, природно-ресурсні, правові, політичні тощо.

Стратегічний аспект діяльності підприємства, насамперед і в основному, пов'язаний із зовнішніми факторами, які в сучасній ринковій економіці першочергово впливають на вибір бізнесу підприємства, а, відтак, визначають цей вибір.

У вітчизняній практиці стратегічний підхід до управління підприємствами готельного господарства використовується обмежено. Головною причиною такого становища є недостатня методична та практична розробленість для умов ринкової економіки.

Перший крок у формулюванні стратегії – це твердження місії, провідне до визначення цілей, стратегій і політики. Розроблені стратегії і політика реалізуються через прогнози, програми, бюджети і процедури. На закінчення проводиться оцінка виконання стратегії, і через ланцюжок зворотного зв'язку інформація повертається в систему так, щоб адекватний контроль над організаційними діями забезпечив проведення своєчасних коригувальних впливів.

Для розробки стратегії кожне підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу, ринки збуту, де діє фірма; продукцію (послугу); ресурси; структуру; виробничу програму; організаційну культуру [5].

Особливості розробки стратегії управління підприємствами готельного господарства пов'язані з урахуванням таких положень:

1. Підприємства готельного господарства є складними соціально-економічними системами, які характеризуються низкою особливостей:

– задоволення якісними основними і додатковими послугами внутрішніх і міжнародних споживачів;

– наявність певних ресурсів та їх перетворення в основні і додаткові послуги;

– порівняння витрат на виробництво і використання основних і додаткових послуг із результатами діяльності;

– складність внутрішнього середовища (велика кількість елементів);

– багатокритерійність завдань управління;

– велика динамічність процесів;

– неможливість формалізації багатьох завдань управління;

– обов'язковість розвитку та змінність критеріїв розвитку.

2. Підприємства – це відкриті (дифузні) системи, які є досить чутливими до дії факторів зовнішнього середовища. Тому ефективність їх функціонування

значною мірою визначатиметься швидким реагуванням на зміни зовнішнього середовища.

3. Стратегії, які використовують підприємства готельного господарства, здебільшого є нетрадиційними, тому немає універсальних рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стратегическое планирование / под ред. Э.А. Уткина. М.: Тандем, 2009. 225с.
2. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / пер. с англ. М.: Финпресс, 2000. 165с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / Игорь Ансофф; пер. с англ. М.: Экономика, 1989. 519 с.
4. Булава И.В. Теория и методология разработки стратегии развития предприятия: [монография] / И.В. Булава и др. М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2009. 386 с.
5. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб: «Питер», 2001. 336 с.

Гетьман О.О.

канд. екон. наук.

Андреева Т.Є.

канд. екон. наук, проф.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР

Побудова професійної структури з механістичної бюрократичної форми як процес збагачення результатів праці неминує, якщо організація стикається з посиленням впливу факторів складності зовнішнього середовища її діяльності.

Як відомо, механістична структура найбільше відповідає опису бюрократичної організації, яке дав Макс Вебер: стандартизовані обов'язки, кваліфікація, комунікативні канали, робочі правила, а також чітка ієрархія владних повноважень [1].

У механістично організованій структурі значно більше піддається стандартизації діяльність організації, різноманітні правила та інструкції наскрізь пронизують механістичну бюрократію; формальні комунікації переважають на всіх її рівнях; рішення приймаються відповідно до ланцюжку повноважень.

Наслідком формалізації є жорстке розділення праці на всіх рівнях механістичної бюрократії. З п'яти відомих основних конфігурацій (проста,

механістична, професійна, дивізіональна та адхократична) саме механістична бюрократія надає найбільше значення поділу праці та диференціюванню підрозділів в усіх напрямках — вертикально, горизонтально, за лінійними / апаратними повноваженнями, функціонально, ієрархічно та за статусом.

Механістично-бюрократична діяльність здійснюється в простому та стабільному зовнішньому середовищі та найчастіше зустрічається в зрілих, досить великих організаціях, що виконують великі обсяги робіт, вимагають повторення та стандартизації операцій. Можливість упровадження стандартів передбачає, що ці організації існують досить тривалий час.

Ускладнення зовнішнього середовища, безумовно, тягне за собою зміну основного координаційного механізму зі стандартизації робочих процесів на стандартизацію навичок і знань, простіше кажучи - кваліфікацію персоналу. Вплив ключової частини структури буде зміщено в бік операційного ядра від техноструктури організації, акцент роботи якої визначався тотальним контролем як недозволено дорогої функції в нових зовнішніх умовах функціонування [2].

У разі трансформації механістичної форми в професійну конфігурацію або в гібридну структуру, яку прийнято називати формою збагачення змісту праці, відбувається паралельна вертикальна і горизонтальна децентралізація повноважень, яка приходить на зміну обмеженій децентралізації влади в організації.

Особливе значення в цьому контексті приймають такі параметри дизайну структур як індоктринація, навчання і формалізація праці. Якщо в механістичній формі приділяють незначну увагу навчанню, індоктринації та значну – формалізації праці, у професійній конфігурації навпаки – слід приділяти значну увагу навчанню та індоктринації, а формалізації праці – незначну увагу внаслідок значно більшої високої кваліфікації персоналу [3].

Але, зміни у позначеному напрямку неможливі без опору в організації, конфлікти можуть и повинні виникати у разі будь якої трансформації структури, за умови їх функціональності, тобто перспективного вирішення.

На головне питання, якими ж принципами слід керуватися топ-менеджменту і менеджерам середньої ланки при здійсненні такого радикального перетворення, на наш погляд, відповіддю може служити надана нижче сукупність десяти принципів Говарда Бехара [4], що прийнята за основу в якості головного напрямку розвитку корпоративної культури, а саме :

- самосвідомість (той, хто добра до себе, домагається хороших результатів);
- розуміння цілей (робити те, що правильно, а не те, що добре для кар'єри);
- самостійність (співробітник має право обирати собі знаряддя праці);
- чуйність (турбота повинна бути щирою);
- вміння чути правду (прийнято вважати, що і у речей є «голос»);
- відвертість (тільки правда звучить правдоподібно);

- активність (мислити як людина дії, діяти як людина думки);
- протистояння труднощам (не забувати, що ми перш за все люди);
- авторитет (спокійний тихий голос посеред оглушливого шуму чути завжди);
- сміливі мрії («Так» - наймогутніше слово на світі).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 512 с.
2. Андреева Т. Е., Гетьман О. А. Основные подходы к разработке математической модели определения влияния факторов сложности и динамичности внешней среды предприятия в формате перспектив его развития. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. № 1 (13). С. 8-19.
3. Андреева Т. Е., Гетьман О. О. Управління процесом розвитку підприємства в контексті впливу зовнішнього середовища на його діяльність. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 120-133.
4. Бехард Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks: пер. с англ. Москва: Альпина Паблишер, 2019. 186 с.

Гетьман О.О.

канд. екон. наук.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ТА РИНКОВИЙ ПРИНЦИПИ ГРУПУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР: ВІДМІННОСТІ ТА МОЖЛИВІСТЬ КОМБІНУВАННЯ

В ході побудови і перетворення структур важливо враховувати необхідність правильного вибору принципу групування, визначення якого, в свою чергу, залежить від акцентування уваги на процесі і масштабі, або на визначальній залежності від робочого потоку.

Як відомо, структуру організації можна уявити собі як сукупність способів, за допомогою яких процес праці спочатку поділяється на окремі робочі завдання, а потім досягається координація дій по вирішенню певних завдань. Групування при цьому є основним засобом, завдяки якому відбувається координація діяльності організації шляхом визначення посадових позицій, які згодом утворюють організаційні одиниці [1].

Слід також звернути увагу, що вказане вище дає можливість визначити два принципи групування: ринковий і функціональний. Вибір у бік функціональності організації обумовлюється можливим досягненням високого ступеня технічної компетенції, при цьому, ефективність роботи організації пов'язана з її великим розміром, що дозволяє розвиватися спеціалізації процесів. Якщо в організації на перший план в якості принципів

групування виходять залежності процесу і масштабу, організація повинна скористатися перевагами спеціалізації і вибрати для групування принцип функціональності.

Ринковий принцип формування дозволяє вирішити ці проблеми, так як визначає домінування робочого потоку при виборі принципу групування, при цьому послаблює спеціалізацію і переваги пов'язані з нею [2]. Завдання полягає в тому, щоб зберігаючи переваги функціональної структури ввести в неї елементи, що несуть на собі функцію додаткового взаємного узгодження, властивого робочому потоку, що таким чином надає можливість комбінування функціонального і ринкового принципу групування.

Структура повинна бути спроектована так, щоб організація, керуючи робочими потоками, сама задавала взаємозв'язок між своїми складовими частинами, при цьому взаємне узгодження між організаційними одиницями, відповідальними за випуск різних товарів або послуг, в тому числі, що мають взаємопов'язаний технологічний цикл, буде призводити до утворення міцних систем узгодження, які, в свою чергу, відкривають можливості для повноцінної роботи інструментів взаємодії.

Як відомо, інструменти взаємодії - це важелі ринкових структур. До них слід віднести: сполучні посадові позиції, спеціальні групи, менеджерів - інтеграторів, а також матричні структурні схеми.

Функціональні і ринкові структури в дійсності бувають тісно переплетені, утворюючи гібридні форми. Можливий також варіант, коли при зростанні структури або її дорослішання відбувається поділ на ринково орієнтовані організаційні одиниці, що накладаються на традиційні функціональні структури, таким чином відбувається перехід до дивізіональної структури [3].

Слід зазначити, що комбінування функціонального і ринкового принципів групування досить успішно застосовується при побудові адхократичних структур, які функціонують у складному і динамічному зовнішньому середовищі [4].

При зміні впливу факторів складності і динамічності зовнішнього середовища, при утворенні механістичних, дивізіональних, простих, професійних форм і їх гібридів, також пропонується використовувати комбінування функціонального і ринкового принципів групування (в різних частинах структури і в різних пропорціях) для досягнення конкурентної переваги організації на ринках товарів і послуг.

Отже, для ефективної роботи організації бачиться доцільним використовувати ситуаційний підхід в кожному конкретному випадку. Ситуаційний підхід концентрується на понятті ситуації, розуміючи її як конкретний набір обставин і чинників, що впливають на організацію в будь який час. В рамках ситуаційного підходу до управління ключове значення набуває поняття невизначеності, що розуміється як постійна мінливість умов функціонування організації, поведінки конкурентів, споживачів і інших

суб'єктів зовнішнього середовища, що вимагає створення адаптивних, швидко реагуючих управлінських механізмів.

Ситуаційний підхід дозволяє врахувати нюанси, що пов'язані з особливостями залежно від робочого потоку, процесу, масштабу і соціальних взаємин, так як ефективне структурування вимагає послідовності між параметрами дизайну і ситуаційними факторами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 512 с.

2. Гурьянов А. Б., Гетьман О. А. Группирование организационных структур по функциональному и рыночному признакам. *Комунальне господарство міст*. 2013. № 108. С. 262-267.

3. Андреева Т. Є., Гетьман О. О. Групування організаційних одиниць у диференціальному зовнішньому середовищі. Сучасне управління: регіон, місто, організація в системі національної безпеки країни : колективна монографія / за заг. ред. Н. Е. Аванесової. Харків, 2020. С. 321-335.

4. Андреева Т. Е., Гетьман О. А. Основные подходы к разработке математической модели определения влияния факторов сложности и динамичности внешней среды предприятия в формате перспектив его развития. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. № 1 (13). С. 8-19.

Криворучко Г.В.

асистент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, к.е.н.
керівник ЖБК «Теремок-24»

Масалитіна С.А.

Зав. лабораторії кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Харківський національний університет будівництва та архітектури

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ефективність діяльності підприємства на пряму залежить від функціонування його системи управління, від уміння управлінського персоналу швидко приймати економічно обґрунтовані рішення. До особливостей ведення фінансово-господарської діяльності будівельного підприємства з урахуванням особливостей бюджетування можливо навести наступні складові: 1) на результати будівельної діяльності більше впливають сезонні коливання та географічні умови чим в інших галузях; 2) це єдина галузь де складається бюджет проектних робіт; 3) складені бюджети будівельної галузі потребують постійного коригування у зв'язку з можливою нестабільністю вартості проектів; 4) фінансування будівництва відбувається в межах кошторисної

вартості, яка встановлюється на основі договорів на будівництво з замовником та постачальником.

Управління кожним з цих елементів дозволить збільшити прибуток будівельного підприємства. А саме це можливо за рахунок: розтушування найбільш необхідних матеріалів для будівництва ближче до об'єкту будівництва (зменшується час надходження до об'єкту будівництва від постачальників); визначення, наскільки ефективна існуюча технологія контролю та обліку руху матеріалів до об'єкту будівництва; визначення та дотримання норми робочого часу на кожну операцію; при виборі постачальників потрібно урахувати вартість постачання, зменшення або збільшення часу доставки; та інше.

Потрібно відзначити, що в будівельній галузі вплив сезонності можливо розглядати з двох позицій. Якщо приймати до уваги проведення сезонних робіт з будівництва, коли існують нормативи, при яких можливо виконання або не виконання деяких будівельних робіт, тобто мова йде про погодні умови. В цьому випадку потрібно розпланувати етапи будівельних робіт згідно можливості та нормативів їх проведення. Якщо мова йдеться про сезонність продажу квартир, то вважаємо, що цього моменту не існує, так як клієнт зазвичай придбають квартиру, якщо: мають вільні гроші та бажають зберегти свої гроші в будь-яких активах (квартира, будинок, драгоцінні метали та інше); молоді сім'ї, які бажають жити окремо; для покращення житлових умов. Але потрібно відзначити, що для створення кращих умов при реалізації квартир потрібно: проінформувати потенційних клієнтів за допомогою реклами; створити кращі умови для кредитування потенційних клієнтів (наприклад: прийняти участь в програмі молодіжного кредитування або заручитись підтримкою банку, який на привабливіших умовах буде надавати кредити (в свою чергу банку можливо запропонувати проводити всі фінансові операції будівельного підприємства або надати кілька квартир на вигідних умовах самим співробітникам банку); створити привабливу систему скидок. Наприклад, дозволити придбати нову квартиру в новобудові при умові реалізувати своє житло на вторинному ринку за якийсь період (наприклад, протягом 3 місяців) та первинному мінімальному внеску (при чому, на власних об'єктах вартість первинного внеску може бути менша ніж у конкурентів).

Якщо розглядати особливості сезонного попиту на житло, то деякі діючі підприємці вважають, що сезонність створюється лише на вторинному ринку в теплий період, коли більшість людей бажає провести час на природі, тому він практично не помітний, якщо в зальному об'єму пропозицій є відхилення.

Рецесія в секторі житлового будівництва є важливою як економічною, так і соціальною проблемою, так як відбувається вплив на економічне зростання (ВВП), на зайнятість населення, а також на залучення інвестицій.

Одним з управлінських інструментів, який забезпечує будівельне підприємство запланованими результатами, що дозволяє досягнути запланованих результатів при визначеній кількості витрат ресурсів на їхне

створення є бюджетування, що орієнтоване на результат (більш детальніше особливості БОР розглянуто в роботах [4; 5]). До факторів, що впливають на формування процесу бюджетування, що орієнтоване на результат будівельного підприємства слід віднести:

1. Рівень заробітних плат у населення.

2. Доступність процесу кредитування (як на рівні оформлення документацій, так і процентної ставки) як для фізичних осіб, так і для будівельних підприємств.

3. Недостатня державна підтримка малозабезпечених та молодих спеціалістів (сімей) при отриманні іпотечного кредиту.

(Рішення: На рівні держави та банківського сектору: Доступність кредитування фізичних осіб, а також підтримка держави (створення різноманітних соціально-пільгових проектів кредитування).

На рівні будівельних підприємств: Створення гнучких систем скидок та інших привабливих систем заохочування.)

4. Наявність на ринку житлового будівництва спекуляційної складової.

(Рішення: Достатність конкуруючі пропозиції на ринку будівництва житла (як серед спеціалізованих будівельних підприємств, так і завдяки житлово-будівельних кооперативів), створює умови до зникнення спекуляції пов'язаної з нерухомістю.)

5. Фінансова криза в країні.

(Рішення: Зміна управлінської політики держави)

6. Домінуванням великих холдингів

(Рішення: Створення конкурентної структури, що може сприяти та стимулювати інвестиції у модернізацію та нові технології, збільшення продуктивності та зменшення витрат. В результаті чого, може збільшитися якість житла та зменшитись ціни, що посприє збільшенню попиту на житло.)

7. Значні витрати грошей та часу при реалізації будівельного проекту із-за бюрократичних перепон.

(Рішення: Створення прозорої системи землі відведення під будівництво житлового будинку).

Крім того, актуальним виступає питання отримання своєчасної інформації про фінансову стійкість підприємства. Але треба відзначити той факт, що традиційні методи аналізу більш застосовані для розрахунків у поточному часі, тобто для поточного управління (зазвичай даний вид аналізу проводиться кілька разів на місяць), а при оперативному управлінні (даний вид аналізу проводиться щодня, а за деякими показниками можливий навіть кілька разів на добу) не дають можливості розрахувати динамічні показники та оцінити фінансовий стан підприємства. Але вже існують дослідження, які дозволяють в режимі реального часу провести експрес-аналіз та оцінити фінансовий стан підприємства [3; 1; 2 та інші].

Тобто простежити за змінами виконання проекту будівництва можна за допомогою контролю за внутрішньою формою звітності та аналізу. Управління

фінансовими потоками, що використовує бюджетування, що орієнтоване на результат дозволяє раціонально складати планові завдання стосовно фінансового забезпечення усіх поточних процесів підприємства, досить чітко визначати об'єми можливих прибутків, прогнозувати зміни прибутку та рентабельності в залежності від об'ємів виробництва, приймати своєчасні та ефективні рішення, які спрямовані на отримання максимального прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Криворучко Г.В., Миланич Т.А. Розрахунок та управління динамічними фінансовими потоками підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. Вип. 262, т. 7. С. 1859-1873.
2. Кубиній Н., Бабяк М., Косовілка В. Стратегічний контролінг ефективності. *Науковий вісник Ужгородського університету*: зб. наук. пр. Ужгород, 2018. Серія Економіка, випуск 2 (52). С. 119-123.
3. Серіков А.В., Криворучко Г.В. Управління грошовими потоками підприємства (на прикладі підприємства будівельної галузі). *Фінанси підприємств: проблеми теорії та практики*: монографія / Н.Е. Аванесова, К.О. Коледіна, В.І. Успенко та ін. Харків: Лідер, 2016. С. 61-78.
4. Серіков А.В., Криворучко Г.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення бюджетування, орієнтованого на результат. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2017. № 45 (1266). С. 83-88.
5. Серіков А.В., Криворучко Г.В. Управління ефективністю господарської діяльності на основі бюджетування, орієнтованого на результат. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 150-156.

Долина І.В.,

канд. екон. наук, доц.

Ткачова Н.П.,

канд. екон. наук, доц.

Варга М.Є.,

студент гр.БЕМ-1117г

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЗМІСТ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний стан економіки України характеризується підвищенням інтересу до інноваційного шляху розвитку. Все більша кількість підприємств вибирають інноваційний тип розвитку, відмінний від традиційного. Це обумовлено, по-перше, підвищенням рівня конкуренції з боку виробників на міжнародному ринку, а по-друге, більш уважним ставленням споживачів до товарів і послуг.

Виробники, орієнтуючись на потреби клієнтів, намагаються запропонувати світовому ринку більш якісні і вдосконалені товари, які будуть володіти ціннісними характеристиками і користуватися попитом у потенційних споживачів.

Маркетингові інноваційні дослідження споживачів в міжнародному бізнесі переслідують різні цілі і поділяються на безліч напрямків. До них відносяться сегментування споживачів, складання портрета споживачів на підставі його соціально-демографічних характеристик, мотивації вибору споживачів, їх лояльність до певної марки, а так же цінові дослідження, дослідження бренду і реклами. Принциповою особливістю маркетингових інноваційних досліджень споживачів в міжнародному бізнесі, що відрізняє їх від збору і аналізу, внутрішньої і зовнішньої поточної інформації є їх цільова спрямованість на вирішення певної проблеми або комплексу проблем міжнародного маркетингу. Ця цілеспрямованість і перетворює збір і аналіз інформації в маркетингове інноваційне дослідження. Маркетингові інноваційні дослідження споживачів в міжнародному бізнесі і розробка на їх основі маркетингових стратегій нерозривно пов'язані з збиранням, обробленням та аналізом інформації [1]. Інформація дозволяє організації приймати оптимальні для розвитку компанії рішення, при цьому мінімізуючи ризик прийняття несприятливих рішень. Необхідна для роботи маркетолога інформація найчастіше відсутня в потрібному вигляді, тому основне завдання стосовно кожного конкуренту не тільки визначити джерела отримання інформації, але і самостійно розробити методику її аналізу.

Маркетингова інформація в міжнародному бізнесі – це цифри і факти, які певним чином стосуються маркетингової діяльності організації і характеризують її маркетингову середу [2]. Так, наприклад портрет індивідуального споживача на міжнародному ринку створюється за допомогою таких даних, як вік, стать, рівень доходу, освіта, місце проживання, споживчі звички і інших даних. Інформація, яку використовують в системі управління маркетинговими рішеннями на світовому ринку, повинна володіти трьома основними властивостями, а саме: актуальністю, повнотою і достовірністю.

Інформаційний фактор в наш час відіграє все більш важливу роль, причому не тільки в маркетинговому аналізі, а й в діяльності організації в цілому. Маркетингову інформацію зазвичай поділяють на вторинну і первинну.

Первинна маркетингова інформація – це дані, зібрані спеціально для вирішення проблеми певного маркетингового дослідження [2]. Ця інформація може бути отримана як самою організацією, яка є ініціатором дослідження, так і сторонньою організацією. Існують спеціальні маркетингові компанії, головним напрямком діяльності яких є проведення маркетингових досліджень. Аналітики маркетингових компанії при проведенні даних досліджень керуються найсучаснішими методиками проведення маркетингових досліджень, що дозволяє отримати найточніші результати. Вторинна маркетингова інформація - це дані, які збираються не для вирішення проблем певного дослідження [2]. Ця інформація вже існує в готовому вигляді і

використовується організацією в міру потреби. Вторинну інформацію в свою чергу поділяють на внутрішню і зовнішню. Вторинна внутрішня інформація - це та інформація, яка була створена всередині окремо взятої організації. Вторинна зовнішня інформація – це та інформація, яка була створена за межами організації не для конкретного дослідження.

Джерела вторинної зовнішньої інформації різноманітні, наприклад, це можуть бути дані асоціацій і фондів, або офіційна статистика, матеріали галузевих та інших періодичних видань, а також інші джерела. Багато дані є загальнодоступними, та за їх отримання не вимагає оплати, або витрати будуть незначними. Взагалі, при проведенні маркетингових досліджень починати збір і аналіз інформації рекомендується саме по залученню вторинних джерел. На це є ряд причин, по-перше, отримання вторинних даних не вимагає особливих фінансових затрат. По-друге, час, витрачений на збір і обробку вторинної інформації в цілому менше, ніж при отриманні первинної інформації. По-третє, вторинна інформація в багатьох випадках вже є апробованою, тобто вже обробленою та проаналізованою.

Завдяки маркетинговим дослідженням виробники можуть аналізувати характер споживачів, які визначаються по їх особистісним, культурним, соціальним і психологічним факторам. Основні методи досліджень споживачів в маркетингу умовно можна розділити на три групи [3]:

1. До першої групи належать *опитування споживачів і контрагентів*. Проведення опитувань має на увазі два можливі підходи до їх організації: анкетування та інтерв'ю. При проведенні анкетування опитувальний лист заповнює респондент, а при проведенні інтерв'ю - інтерв'юер.

2. *Спостереження за респондентами* відносять до другої групи. Цей метод отримання інформації щодо споживачів передбачає знаходження дослідника в їх середовищі, спостереження за тим, як приймаються споживчі рішення, і оцінки при цьому висловлюються.

3. До третьої групи відносять *пробний маркетинг*. Має на увазі вивчення того, як зміна параметрів торгового пропозиції впливає на показники продажів.

Специфіка міжнародного ринку споживчих товарів в тому, що ці ринки поділяються на численні сегменти, що мають певні категорії покупців зі своїми вимогами, смаками, запитами, традиціями, культурними особливостями, межами платоспроможного попиту. У практичному інноваційному маркетингу, який активно використовує сфера міжнародного бізнесу, споживачі діляться на дві групи: кінцеві споживачі і організації-споживачі. Тема маркетингових досліджень не втрачає свою актуальність і це обумовлено тим, що в даний час маркетингові дослідження споживачів грають важливу роль для розвитку промислового підприємства.

Відзначимо також, що маркетингова інновація може розроблятися паралельно з технологічною або продуктовою інновацією, незначно змінюючи, доповнюючи або перетворюючи кінцевий продукт. Маркетингові інновації

можуть носити відокремлений характер і виступати в якості окремого товару, який пропонується ринку і розроблений відповідно до потреб споживачів.

Маркетингова інновація може використовуватися для більш ефективного просування наявного товару або послуги, ґрунтуючись на інноваційних технологіях маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Биленец Л. Ю. Содержание маркетинговых исследований в современном бизнесе // Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века. Екатеринбург : УГЕУ, 2018.- С.25-29.

2. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. Пособие. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 320 с.

3. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Б.Сафронова, И.Е.Корнеева. - Москва: Дашков и К, 2012. – 293 с.

4. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

5. Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. – Харків : НТУ "ХП", 2017. – С. 140-143.

6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.

8. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.

9. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства // Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка. Суми: Видавець СНАУ, 2018. С.31-43.

10. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

11. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ «ХП». Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ "ХП", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.

12. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія / заг. ред. Ю. С. Шипуліна. Суми : Триторія, 2018. Розд. 7.2. С. 301-314.

Пакуліна А.А.
канд.. екон. наук, доцент,
Кулімякіна Д.Ю.
ст. гр. ПТ – 21

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Місце контролінгу в системі стратегічного управління на сьогоднішній день дуже актуальна тема, адже сучасний бізнес надзвичайно динамічний, тому власники і менеджери компаній вимушені постійно вдосконалювати методи і техніку управління. Важливою є проблема прийняття стратегічно правильних рішень по веденню та розвитку бізнесу для підприємств, бо в Україні багато з яких зіштовхнулися з проблемами неплатоспроможності, низької ліквідності, збиткової діяльності або взагалі опинилися на грані банкрутства. Система, що керує підприємством, повинна бути орієнтована на досягнення не лише поточних (оперативних) цілей у вигляді отримання прибутку, але й на стратегічні – виживання підприємства, конкурентоспроможність, збереження робочих місць. Саме контролінг є системою, у якій переважним стає комплексне вирішення проблем.

Основними функціями контролінгу можна назвати: 1) прогнозування; 2) планування; 3) фінансовий аналіз; 4) фінансова стратегія; 5) координація; 6) бюджетування; 7) методологічне забезпечення; 8) внутрішній консалтинг; 9) внутрішній аудит; 10) оцінка ризиків; 11) фінансовий контроль, ревізія; 12) система раннього попередження і реагування [4, с.15].

За сферами діяльності контролінгу розрізняють: контролінг маркетингової діяльності; контролінг виробничої діяльності; контролінг кадрової діяльності; контролінг фінансової діяльності; контролінг інвестиційної діяльності; контролінг логістичної діяльності.

На впровадження системи контролінгу на підприємстві необхідно спрямувати діяльність всіх структурних підрозділів та служб.

Службу контролінгу слід формувати із необхідної кількості працюючих, що визначається обсягом вхідної і вихідної інформації для управління [5, с.12]. Повинен дотримуватися командний принцип роботи, коли певне велике аналітичне завдання співробітники служби контролінгу виконують усі разом, допомагаючи один одному.

Досвід впровадження контролінгу на великих підприємствах показує, що раціональним є такий склад служби контролінгу: начальник служби контролінгу; контролер-куратор цехів; контролер-спеціаліст з управлінського обліку; контролер-спеціаліст з інформаційних систем [3]. Контролери підприємств відіграють ключову роль у розробці і здійсненні стратегії підприємства. Вони надають інформацію, яка одночасно є базовою для

формування правильної стратегії управління. В рамках окремого підприємства контролінг є чітко організованою системою контролю за виконанням усіх поставлених завдань і доручень, що передбачені бізнес-планом, і охоплює всі рівні – від робочих місць, бригад до управління виробництвами і підприємством в цілому. Відповідальність за проведення методики процесу контролінгу несе керівник підприємства. Система бухгалтерського обліку є однією з основних складових контролінгу, і регулюється нормативними актами держави.

Контролінг здійснює сервісну функцію. Його основні клієнти – вище керівництво, керівники та спеціалісти функціональних підрозділів підприємства. З організаційної точки зору контролінг – структурний елемент підприємства – підрозділ, служба або відділ, що здійснює функції контролінгу, визначені внутрішніми документами підприємства.

Повноцінне функціонування служби контролінгу тісно пов'язане з оптимізацією інформаційних потоків на підприємстві, а саме з автоматизацією фінансово-господарської діяльності підприємства і використанням інформаційних технологій [2].

Для більшості вітчизняних підприємств концепція контролінгу є лише перспективою і наразі не входить до числа таких базових систем управління підприємством, якими є управлінський облік, менеджмент, маркетинг чи фінанси [1]. Хоча контролінг перш за все пов'язується зі словом «контроль», він є набагато ширшим поняттям і охоплює значно більшу сферу діяльності підприємства ніж проста система перевірки. Контролінг – це система вивчення поведінки економічного механізму конкретного підприємства та розробки шляхів для досягнення мети підприємства.

Німецький професор Е. Майєр, автор сучасної концепції контролінгу, визначає його як систему управління процесом досягнення кінцевої мети і результатів діяльності підприємства. Така постановка питання не виключає інших об'єктів контролінгу, так як для досягнення головної цілі – отримання прибутку – підприємство має виконати проміжні стратегічні завдання – завоювати певну частку ринку, вистояти або перемогти в конкурентній боротьбі. Застосовуючи методи стратегічного контролінгу можна раніше конкурентів, озброєних традиційними методиками, спрогнозувати зміни попиту, що можуть трапитись у найближчий час, проблеми у сфері взаємовідносин в навколишньому середовищі, про зміну ефективності використовуваних технологій. Тому головним принципом контролінгу за Е. Майєром є: «Сьогодні робити те, про що інші завтра тільки будуть думати» [4, с. 12].

Під стратегічним фінансовим контролінгом розуміють комплекс функціональних завдань, інструментів і методів довгострокового (три і більше років) управління фінансами, вартістю та ризиками. У рамках стратегічного фінансового контролінгу зусилля фінансових служб підприємств концентруються на виконанні таких основних завдань: визначення стратегічних

напрямів діяльності підприємства; визначення стратегічних факторів успіху; визначення стратегічних цілей і розробка фінансової стратегії підприємства; впровадження дійової системи раннього попередження та реагування (перманентний аналіз шансів і ризиків, сильних та слабких сторін); визначення горизонтів планування; довгострокове фінансове планування: планування прибутків та збитків, Cash-flow, балансу, основних фінансових показників; довгострокове управління вартістю підприємства та прибутками його власників; забезпечення інтеграції довгострокових стратегічних цілей та оперативних завдань, які ставляться перед окремими працівниками та структурними підрозділами.

Найважливішим завданням стратегічного контролінгу є забезпечення життєздатності підприємства в довгостроковому періоді на основі управління існуючим потенціалом та створення додаткових факторів успіху. Наявний у підприємства потенціал розвитку визначається такими основними факторами: фінансове забезпечення та можливості залучення додаткового капіталу; наявність кваліфікованого персоналу; наявність надійних і дешевих джерел постачання сировини та матеріалів; наявність ринків збуту продукції; виробничий потенціал; ефективна організаційна структура; висока якість менеджменту.

Стратегічний план повинен враховувати результати аналізу сильних і слабких сторін підприємства, вимоги партнерів по ринку та інтереси власників. Розробка стратегічного плану є результатом спільних дискусій керівництва і провідних менеджерів підприємства. Контролер при цьому відіграє активізуючу роль і виступає модератором та синтезатором процесу.

Необхідною передумовою успішного стратегічного контролінгу є висококласний бухгалтерський, фінансовий та управлінський облік.

Отже, контролінг є новим явищем в теорії і практиці сучасного управління. Контролінг - процес, що передбачає аналіз та оцінку фінансово-господарської діяльності підприємства для узгодження її зі стратегічними цілями; економічно спрямовану функцію управління, що досліджує шляхи підвищення результативності діяльності підприємства; явище, оскільки контролінг пов'язаний із забезпеченням інформацією систему управління підприємством. Контролінг у стратегічному управлінні має своєю головною метою здійснення моніторингу досягнення стратегічних цілей підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Воронкова А.О. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства. *Економіст*. 2007. №8. с. 147.
2. Гребець О. Б. Контролінг як сучасна система управління / О.Б. Гребець // *Економіка та держава*. К.: Лібра, 2009. № 12. 112 с.
3. Калайтан Т.В. Контролінг. Навчальний посібник / Т.В. Калайтан. Л.: Новий Світ-2000, 2010. 252 с.

4. Пономарьова І.В. Формування збалансованої системи показників стратегічного управління підприємством / І.В. Пономарьова // Вісник 92 Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Д.: ЦУЛ, 2008. – №10(128). – С. 40-44

5. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник / О.О. Шеремет. К.: Кондор, 2009. – 194 с.

Шептуха О.М.

Канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні перед суб'єктами господарювання постає важлива проблема, яка полягає в ефективній організації виробництва товарів і послуг, спираючись на сучасну маркетингову концепцію. Тому питання ефективної маркетингової політики підприємства є предметом багатьох досліджень українських та зарубіжних вчених та ринкових експертів [1, 2].

Маркетингова товарна політика – це комплекс дій підприємства, направлена на формування та управління конкурентоспроможним асортиментом товарів, за умов ефективного використання існуючих можливостей з метою задоволення потреб споживачів та отримання підприємством прибутку [2].

Основним завданням маркетингової політики є позиціонування товару таким чином, щоб він найкращим чином відповідав потребам замовника і давав перевагу перед конкурентами.

Маркетингову товарну політику можна побудувати за допомогою наступних етапів:

1. Аналіз ринку та його сегментів;
2. Вивчення цільового сегменту та його потреб;
3. Аналіз реакції конкурентів на потреби цільової групи;
4. Визначення товарної пропозиції, її ціни та відмінностей.

Підприємство, що має ефективну маркетингову товарну політику, володіє наступними перевагами:

1. По-перше, маркетингова товарна політика дає чітку інформацію про те, як позиціонувати підприємство стосовно його конкурентів. Завдяки цьому можна зрозуміти, для якого сегменту клієнтів призначена пропозиція, потреби цього сегмента і реагувати на них по-іншому.

2. По-друге, маркетингова стратегія передбачає послідовні орієнтири для всіх видів діяльності у сфері 4P, тобто від формування самого товару та його ціни до рекламних та збутових заходів. Завдяки маркетинговій товарній політиці підприємство завжди знає, що сказати про товар, які аргументи використовувати і які канали вибрати для охоплення клієнтів.

3. По-третє, завдяки маркетинговій товарній політиці підприємство знає, як реагувати на нові ринкові та конкурентні рухи.

Аналіз ринку полягає у проведенні досліджень, аналізів, галузевих звітів, додаткових розрахунків, що дозволяють оцінити розмір ринку або його категорій, в яких працює підприємство. Аналіз ринку дозволяє відповісти на запитання про потенціал ринку - зростає він чи падає, наскільки він насичений, які перспективи його розвитку, які сегменти на цьому ринку найбільші та мають найвищий потенціал.

Аналіз тенденцій полягає у доповненні аналізу ринку шляхом виявлення найважливіших тенденцій, які можуть мати позитивний чи негативний вплив на бізнес. На їх основі можна вказати напрямки діяльності, спрогнозувати, як розвиватимуться ринок і споживач у майбутньому і як ці знання можна використовувати у бізнесі та у майбутньому.

Аналіз конкуренції дозволяє здійснити позиціонування конкурентів на ринку, яке вказує на більш тісну та віддалену конкуренцію, ретельний аналіз діяльності найближчих конкурентів. Підхід до конкуренції є повномасштабним, враховуючи пропозицію ринку, яку споживач може вибрати. Результат - повна картина ринку, яка дозволяє краще зрозуміти його та знайти прогалини та можливі переваги для використання.

Створення або зміна концепції бренду складається з розробки місії, бачення, філософії, цінностей, особистості бренду, відмінних рис, візуальної мови, стилю. Визначаються всі найважливіші елементи бренду, необхідні для побудови його іміджу, що будуть дороговказом для всіх наступних заходів, пов'язаних із спілкуванням, візуальною ідентифікацією бренду, характером створених фотографій, відео та інших матеріалів.

Аналіз аудиторії полягає у сегментації, виборі цільової групи (груп), створенні аудиторії. Детальніше вивчаються, які групи потенційно можуть зацікавитися товаром або послугою, та визначаються, які з них будуть найбільш важливими для бренду, які демографічні та поведінкові характеристики вони мають. Аналіз одержувачів та їх поведінки дозволяє знайти цінну інформацію, пізніше вибрати контактні точки зі споживачем, вибрати місця та способи продажу, а також переваги, які найкраще відповідатимуть потребам та очікуванням конкретних груп.

Товарна стратегія - це аналіз ринку та вироблення рекомендацій щодо напряму розвитку товарної пропозиції, змін у портфелі, встановлення пріоритетів для товарних груп та ролі кожної з них у побудові бренду та розвитку бізнесу.

Стратегія ціноутворення та стратегія просування полягає в аналізі ринку, рекомендаціях щодо цін на окремі товари, послуги чи категорії товарів, рекомендаціях щодо стратегії просування (частота, глибина просування). Сюди відноситься також встановлення цін на оптимальному рівні стосовно виробничих витрат, націнок на товар, ринку та конкуренції.

Стратегія розподілу та стратегія збуту полягає в аналізі потенційних торгових точок, рекомендації напрямку розвитку, відповідності торгових точок характеру та позиції бренду. Визначаються шляхи розвитку дистрибуції та збуту за власними каналами. Аналіз та стратегія можуть стосуватися як внутрішнього, так і зовнішнього ринку.

Комунікаційна стратегія та стратегія реклами визначає цілі комунікації, канали спілкування, контактні точки зі споживачем, способи роботи у власних каналах, таких, як Facebook, Instagram. Визначаються найбільш доцільні засоби масової інформації, представники впливу, рекламні та PR-пропозиції.

Маркетинговий план формується на основі календаря, бюджету та прогнозованих наслідків діяльності. План базується на поточній пропозиції видавців ЗМІ та ефективності реклами у власних канал підприємства.

Фінансовий план (бюджет, бізнес-план) включає витрати на ведення бізнесу. Готується загальний бюджет та сценарії для оцінки інвестиційних потреб, можливої рентабельності інвестицій, ефектів, прибутковості, встановлених цілей та довгострокових планів. Завдяки такому підходу маркетингова товарна політика не відривається від бізнесу, а є його невід'ємною частиною.

Стратегія розвитку бізнесу визначає напрямки довгострокового розвитку бізнесу із зазначенням найважливіших опор, на які повинен спиратися бренд та найважливіші пріоритети для розвитку бізнесу.

Наприкінці створюється план дій, який допоможе реалізувати стратегію поетапно. Розроблена маркетингова товарна політика підприємства апробується на практиці, удосконалюється, після чого втілюється у життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Каїра З.С. Маркетингова товарна політика підприємства та шляхи її удосконалення. *Бізнес-Інформ*. 2011. №8. С. 192-194.
2. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретичні підходи до розуміння сутності маркетингової товарної політики підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. №66. С. 149-158.

Круглов В.В.

канд. наук з держ. упр.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Сучасні теоретичні підходи до сфери державного управління спираються на окремі елементи неолібералізму, нового публічного менеджменту, постбюрократичного розвитку поглядів на реалізацію владних повноважень. Ринкові підходи до управління в державному секторі економіки,

підвищення ефективності, досягнення цілей передбачає посилення та розширення можливостей державних функцій. Зростання необхідності задоволення суспільно важливих завдань змушує державу залучати приватний сектор до активної співпраці в межах моделей державно-приватного партнерства (ДПП).

Державно-приватне партнерство розглядають в якості довгострокової угоди між приватним суб'єктом господарювання та державною установою, яка передбачає надання державних активів або послуг, в процесі чого приватна особа несе значний ризик і управлінську відповідальність, а винагорода пов'язана з продуктивністю [1]. Особливих практичних реалізацій партнерство досягає у сфері інфраструктурних проєктів, де за рахунок залучення приватних ресурсів реалізують проєкти у сфері транспорту, енергетики, надання житлово-комунальних послуг та ін. Таким чином, ДПП стало значним інституціональним нововведенням в інфраструктурі та наданні державних послуг, яке виникло в якості розвитку теоретичних напрацювань парадигми нового публічного менеджменту. В успішних проєктах ДПП розподіляються завдання, зобов'язання та ризики між державним і приватним секторами оптимальним чином, що є результатом використання та посилення власних переваг при виконанні конкретних завдань [2].

Досвід використання ДПП є досить розповсюдженим у світі. Підходи до моделей державно-приватного партнерства передбачає посилення ролі приватного партнера у системі державного регулювання економіки. Розуміння ролі владних повноважень наводить на думку про необхідність їх розширення та посилення за рахунок ресурсів, які може надати приватний сектор (ефективність, фінансові кошти, технології та ін.). В науковій літературі робляться спроби багатоаспектного вивчення ДПП, які визначають ключове місце зазначеного способу реалізації суспільно важливих проєктів не лише в економічному просторі, а й соціальному житті. В дослідженні Г. Ходжа та К. Грева [3] визначено, що ДПП має п'ять рівнів розуміння: проєкт, метод реалізації, політика, інструмент управління, культурний контекст. Незважаючи на відмінності в розумінні та застосуванні, ДПП в західних країнах мають багато спільних характеристик, включаючи вплив неолібералізму, відкриті прозорі інститути, складні стандартизовані процеси, довгострокові контракти, філософію отримання взаємних вигод [4].

Поступово можливості державно-приватного партнерства починають використовувати для реалізації проєктів в електронному врядуванні, захисті критичної інфраструктури, пенітенціарній сфері та секторі безпеки [5]. Ще одна концепція – досягнення цілей сталого розвитку (ЦСР), передбачає в якості ключового інструменту використання ДПП. ООН запропонувала 17 ЦСР в якості основи Порядку денного в галузі сталого розвитку на період до 2030 року, що визначає розвиток, визначення напрямів дій всіх країн світу. ЦСР також забезпечують керівництво з розвитку ДПП в світі. Деякі з поточних досліджень включають різні напрями ДПП в контексті ЦСР [6]. Використання

проектів ДПП дозволяє державі використовувати додаткові ресурси, розширюючи власні способи забезпечення виконання ЦСР.

Таким чином, можна зазначити, що розвиток теорії державного управління, в т. ч. парадигми нового публічного менеджменту, рухається в напрямі розбудови конкурентоспроможного уряду; отримання результатів; зростання ефективності; відповідності потребам споживачів соціальних послуг; контрактних виконань завдань; залучення до співпраці приватного сектору. Саме приватний сектор стає необхідним елементом для залучення необхідних ресурсів, які можливо використати у реалізації інфраструктурних проектів у різноманітних сферах господарської та соціальної діяльності. Подальший розвиток моделей державно-приватного партнерства має рухатися в напрямі розширення сфер застосування та подальшої передачі окремих функцій державного регулювання у сферу відповідальності приватного сектору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. TheWorldBank. WhatarePublicPrivatePartnerships? 2018. URL: <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/overview/what-are-public-private-partnerships>.
2. Altug S., Firat M. C. BorrowingconstraintsandsavinginTurkey. *CentralBankReview*. 2018. №18(1). P. 1-11.
3. Hodge G. A., Greve C. On public–private partnership performance: A contemporary review. *Public Works Management & Policy*. 2016. №22(1). P. 55–78.
4. Brogaard L., Petersen O. H. Public-private partnerships (PPPs) in development policy: Exploring the concept and practice. *Development Policy Review*. 2018. URL: <https://doi.org/10.1111/dpr.12277>.
5. Круглов В. В. Роль державно-приватного партнерства у сфері безпеки. *Інвестиції: практика довід.* 2018. № 12. С. 107–110.
6. Caloffi A., Pryke S., Sedita S. R., Siemiatycki M. PPP and beyond-potential for innovation and sustainable development. *Environment and Planning C: Politics and Space*. 2017. №35(5). P. 739–745.

Кубіній В.В.

к.е.н., доцент

Косовілка Т.І.

аспірантка

Маргігич В.І.

аспірантка

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

БАЧЕННЯ, МІСІЯ ТА МЕТА РОЗВИТКУ ЯК ФУНДАМЕНТ УСПІШНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАКАРПАТТЯМ

Управління розвитком – завдання стратегічного адміністрування, яке в першу чергу визначає орієнтир руху економічної системи в довгостроковій

перспективі.[2] Бажаний стан системи в майбутньому знаходить відображення у стратегічних меті та завданнях розвитку економічного актора. Як відмічене в попередніх дослідженнях, стратегічне управління та стратегія виступають основною компонентою потенціалу розвитку [3].

Визначення стратегічного напрямку розвитку регіональної економіки також суттєвим чином впливає на формування успішної стратегії та визначення механізмів її імплементації. Для аналізу взаємозв'язку бачення, місії та стратегічної мети як інструментів стратегічного розвитку економічної системи обрана Стратегія Закарпатської області [4].

В матеріалах стратегії правомірно визначено Бачення розвитку Закарпатської області, яка пропонує характеристику регіону як:

а) самобутнього краю, правомірність чого впливає з географічних, кліматичних, політичних та соціально-демографічних умов області. Кордони з чотирма країнами сформували унікальний полінаціональний колорит, якій характеризується як самоповагою, так й толерантним ставленням до представників іншої національності, носіїв іншої культури, релігійних та комунікаційних уподобань. Трудові ресурси регіону характеризуються високою мобільністю, спрямованістю на пошук світових ринків праці, що надає в свою чергу можливість трудовим мігрантам повернутися на батьківщину з новими знаннями, опанував сучасними виробничими технологіями та широким світоглядом;

б) привабливий регіон, якій містить унікальні природні умови для лікування та рекреації та розташований у географічному центрі Європи;

г) гостинний край, що знаходить підтвердження у широкій мережі туристичних та санаторно-курортних установ. В даному випадку природно-кліматичні умови підсилюються доброзичливістю та привітністю населення, його бажанням зробити відпочинок туристів приємним та таким, що запам'ятається;

д) відкритий для співпраці внаслідок не лише об'єктивних факторів, що діють на території краю, але й як результат стратегічного управління соціально-економічним комплексом регіону.

Крім цього, Бачення розвитку Закарпатської області охоплює основні характеристики населення Закарпаття, які полягають у миролюбстві, освіченості, працездатності, з бажанням духовно збагачуватися та приумножувати вікові культурно-історичні традиції.

Сформульовані у Баченні основні характеристики регіону та його мешканців дозволяють окреслити Місію Закарпаття, яка полягає у «забезпеченні високої якості та рівня життя нинішнього та майбутнього поколінь закарпатців через: розвиток людського капіталу, гармонійне поєднання формування конкурентоспроможності економіки і сучасної інфраструктури за збереженням унікальної природи і культурно-духовних традицій, ефективного використання конкурентних переваг регіону» [4].

Виходячи з Місії автори стратегії пропонують наступні стратегічні цілі:

1. Розвиток людського та соціального капіталу.
2. Формування конкурентоспроможності та інноваційної економіки регіону.

3. Інтегрований розвиток сільських і міських громад і територій.
4. Забезпечення якості і безпеки довкілля та просторової гармонії.

Які недоліки стратегії розвитку:

1. Бачення надає характеристику потенціалу розвитку, але не окреслює бачення майбутнього стану, бачення основних конкурентних переваг регіону в майбутньому.

2. В Стратегії не відображено механізми гармонійного поєднання конкурентоспроможної економіки і сучасної інфраструктури.

3. В документі відсутні ув'язки зі стратегічними напрямками розвитку країни.

4. Проігноровано прикордонне розташування області, що завуальовує можливостями співпраці з закордонними регіонами.

5. Не показані напрямки залученні інвестицій, відсутні шляхи співпраці з фінансово-кредитними установами, діяльність яких повинна бути залучена до інвестицій в людський капітал.

6. Не розкриті напрямки використання людського капіталу трудових реемігрантів, які можуть поділитися накопиченим закордоном досвідом.

7. Відсутній опис інноваційних напрямків формування людського капіталу області через систему, наприклад, відкритої освіти, формування системи регіонального маркетингу, в тому числі й маркетингу трудових ресурсів області, що не тільки призводить до активізації інвестицій в людський капітал мешканців області, але й спеціалістів з інших областей.

8. Залишається поза увагою проблема створення інноваційних робочих місць, які дозволять працевлаштувати людей с більш високим рівнем людського капіталу, підприємств, які потребують високоосвічених, інтелектуальне розвинених та креативних працівників.

9. Розвиток творчих здібностей.

Для подальшого вдосконалення стратегічного управління регіональним розвитком в Стратегії рекомендовано відображати:

- перспективи інноваційного розвитку регіону, що можливо зробити на основі побудови наукового кластеру, ядром якого стане регіональний університет;

- перспективи подальшої взаємодії економік регіону та прикордонних територій Європейського Союзу, що впливає на якість товарі та послуг українських підприємств і поширює їх можливості конкурувати [1];

- напрямки формування та утримання в регіоні людського потенціалу, з його високою креативністю та мобільністю.

Впровадження вказаних пропозицій дозволяє сформувати стратегію, яка відповідає викликам двадцять першого століття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kubiniy N., Marhitich V., Kosovilka T. Modern Content of Strategic Regional Development Potential. *Economics and Business*. 2020. №1. URL: <http://eb.tsu.ge/?cat=nomer&leng=eng&adgi=945&title=Modern%20Content%20of%20Strategic%20Regional%20Development%20Potential>
2. Kubiniy N., Marhitich V., Kosovilka T. POTENTIAL OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF REGIONAL ECONOMY. *Challenges in Globalization in Economic and Business. Proceedings of the 4th International Scientific Conference*. Tbilisi University Georgia. 1-2 November, 2019. p. 237-242.
3. Lujza Jurkovicova, Natalya Kubiniy, Tamila Kosovilka. The Signs and Principles of Goal Setting as a Specific Kind of Activity. *Studia Commercialia Bratislavencia*. 2016. Volume 9, Number 36. p. 420-428.
4. Стратегія розвитку Закарпатської області на період до 2020 року. URL: <https://carpathia.gov.ua/storinka/regionalni-programy-rozvytku>

Борзенко В.І.,

канд. техн. наук, доц.

Кобелєв В.М.,

канд. екон. наук, доц.

Верютіна В.Ю.,

ст. викладач

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ ТА МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ В СФЕРІ БЕНЧМАРКІНГУ

В умовах економічної кризи бенчмаркінг використовується як один із критеріїв при роботі по визначенню напрямів розвитку всередині компанії, що сприяє адекватній трансляції позицій бенчмаркінгу і за межами аналізованих ситуацій. Використовуючи бенчмаркінг, необхідно досліджувати як діяльність підприємства в цілому, так і кожен підсистему його управління. Разом з тим, необхідно аналізувати пов'язані з ним процеси і методи вирішення різних адміністративних і управлінських завдань. Точки зору більшості авторів про бенчмаркінг збігаються і його вже можна розглядати з позиції конкурентно-інтеграційного механізму. Внаслідок чого, в цьому випадку можлива відмова від суперництва на користь партнерських взаємовідносин між суб'єктами господарських відносин.

Бенчмаркінг є новим напрямком розвитку бізнесу. Він пов'язаний з пошуком і вивченням найкращих методів і способів підприємництва, щоб здійснювати власний бізнес ще краще і продуктивніше. Багато вітчизняних підприємств вже давно займаються діяльністю, подібною бенчмаркінгу, вони просто не використовують цей термін. Менеджери, що входять в неформальні

відносини з партнерами чи конкурентами, часто приймають кращі досягнення один одного. Що стосується повної технології бенчмаркінгу, то вона використовується підрозділами, і, як правило, це представники великих підприємств, які мають ділові контакти із зарубіжними партнерами [1]. Бенчмаркінг можна розглядати як інструмент універсального управління якістю. Цей інструмент був успішно використаний в ряді корпорацій. Це дозволяє застосовувати бенчмаркінг для висновків про те, як і в якому напрямку розвивати управління, і в той же час забезпечує відправну точку для оцінки системи управління.

Маркетинг-мікс передбачає комплексне використання маркетингового інструментарію, тобто проведення товарної, цінової, розподільчої або збутової, а також комунікативної політики в системі підприємництва. У той же час, слід вважати ефективним маркетинговим інструментом організацію і проведення маркетингових досліджень і бенчмаркінгу. Теорія маркетингу взаємодії не цурається, а навпаки розвиває і якісно доповнює ці інструменти. Найбільш переконливо це проявляється в теорії мереж.

Для прийняття маркетингових рішень крім інформації необхідні і певні базові знання, якими повинен володіти маркетинг-менеджер. Ці знання утворюються з кількох компонентів: освіта, досвід, мотивація. Необхідно використовувати і вивчати досвід інших фірм у вирішенні подібних проблем або знати, які методи для цього вони застосовують. Бенчмаркінговий підхід все більш широко проникає в усі сфери бізнесу, маркетингу та менеджменту. Його застосування сприяє більш обґрунтованому, зваженому прийняттю маркетингових рішень. На засіданнях, нарадах, в документах і розпорядженнях необхідно вказувати на цілі і можливість застосування бенчмаркінгу, а також на вклад бенчмаркінгу в прийняття маркетингових рішень і стратегію. Комунікативний процес може розвивати розуміння зовнішнього та внутрішнього ринку і інформувати про те, що роблять інші і як це може вплинути на роботу фірми. Це дозволяє організації відчувати, що погляд з боку дуже важливий і, що керівництво до нього прагне. При цьому слід також відзначати результати роботи організації в порівнянні з еталонами і кращими результатами в діяльності інших фірм. Все це підвищує конкурентоспроможність фірми і забезпечує необхідні їй конкурентні переваги.

Партнерами зі стратегічного бенчмаркінгу можуть бути реальні і потенційні конкуренти, будь-які інші організації, визнані лідерами з тих питань ведення бізнесу, які становлять стратегічний інтерес для керівників підприємства, що проводить бенчмаркінг [5].

Об'єктами вивчення в процесі стратегічного бенчмаркінгу можуть бути:

- застосовувані конкурентами та іншими передовими організаціями стратегії ведення бізнесу і розподілу ресурсів;
- альтернативні структури управління підприємством;
- рішення в області злиттів, поглинань і інвестицій в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР);

- позиціонування підприємства в цілому і окремих ліній його продукції;
- впровадження нових стратегій управління змінами при застосуванні програмних засобів управління підприємствами або таких стимулюючих організаційних змін методів, як система менеджменту якості на основі стандартів ISO 9000, методології загального управління якістю (TQM).

Бенчмаркінг фокусується на діагностиці недоліків і їх усунення на основі творчого використання кращих практик. Тому для бенчмаркінгу головне - порівняти бізнес-процеси об'єкта управління підприємством з організаціями-лідерами. У той же час порівнянність з точки зору сфери діяльності та галузевої належності зовсім не потрібна, що найбільш важливо, що аналогічні бізнес-процеси мають місце. Результатом бенчмаркінгу є застосування досвіду кращих компаній таким чином, що організація вийшла на новий рівень, зайняла своє місце серед лідерів і, в кінцевому рахунку, перемогла в першу чергу своїх конкурентів, а потім і еталонну компанію. При прийнятті управлінських рішень важливо врахувати максимальну кількість різних факторів, і в цьому питанні прийде на допомогу бенчмаркінг. Якщо ви просто скопіювали підхід іншої фірми або пристосуєте її до своєї системи роботи, буде отримано певний результат. Проте, наслідувальний підхід до вдосконалення завжди буде підтримувати фірму як наздоганяючу. Це означає, що найкращим підходом є об'єднання того, що сьогодні роблять кращі фірми, з діями, спрямованими на підвищення цього рівня. Іншими словами, будь-який завершений проект був би краще, якби можна було знову реалізувати його. Ті, хто використовує бенчмаркінг, отримує таку можливість.

Таким чином, для вітчизняних наукоємних галузей промисловості стратегічно важливо інтегровано розробляти бенчмаркінгову стратегію розвитку з визначенням основних напрямків прориву і синергізму, використовуючи концепцію рушійних сил. Важливим представляється не тільки правильно їх прогнозувати, а й визначати їх взаємозв'язок і можливі наслідки.

Однак, незважаючи на викладене, актуальним питанням досі залишається розвиток теоретичної платформи бенчмаркінгу, його адаптація до умов господарювання в українській економіці, підготовка рекомендацій щодо застосування цього інструменту в практиці розробки управлінських рішень і їх регулювання під особливості підприємств вітчизняної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иванушкина А.В. Эффективность принятия решений на основе бенчмаркинга // Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века. Екатеринбург : УГЕУ, 2018.- С.118-123.
2. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.
3. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів

"Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. – Харків: НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

5. Данилов И.П., Данилова Т.В. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия. М.: Стандарты и качество, 2005. 69 с.

6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.

7. Перерва П. Г. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П. Г. Перерва, Т. В. Романчик // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія / заг. ред. Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2018. – Розд. 7.2. – С. 301-314.

8. Захаров Г.К. Роль конкуренции в рыночной экономике // Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века. Екатеринбург : УГЕУ, 2018.- С.263-267.

9. Pererva P.G., Kocziszy Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.

10. Гераськина И.Н. Механизм реализации бенчмаркинга в системе стратегического менеджмента предприятия для устойчивого развития // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. №24 (258). URL: <https://cyberleninka.ru>

11. Перерва П.Г. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П.Г.Перерва, Т.В.Романчик . - Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка - Суми: Видавець СНАУ, 2018.- С.31-43.

12. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.

Бутенко О.П.

канд.екон.наук, доцент

Іванова А.О.

студентка

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ВИДИ ЗНИЖОК ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ОБСЯГУ ПРОДАЖІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Причини проблем реалізації продукції сільських господарств полягають, як у невідповідних макроекономічних умовах, так і через недосконалості

внутрішньогосподарських економічних відношень. Останній чинник не дозволяє більшості сільгоспідприємств раціонально використовувати наявний у них ресурсний потенціал, який до того ж поступово скорочується. Значне зниження рівня продуктивності праці працівників сільгоспідприємств, зниження віддачі від використання виробничих ресурсів призводить до щорічного зростання собівартості продукції, сприяє зниженню рентабельності виробництва і збільшенню числа збиткових господарств. Тому для сільськогосподарських підприємств важливим є завдання з вибору виду знижки, який залежить від виду діяльності та від виду цінової стратегії підприємства та є інструментом стимулювання споживачів і ефективного використання виробничих потужностей.

Проблема реалізації обсягу продукції внаслідок використання системи знижок є у центрі уваги науковців не одне десятиріччя. Основна увага зосереджена на пошуку та організації такого виду знижки, який забезпечує реалізацію потрібного обсягу продукції та не відбивається негативно на ціні, а також виконує основне завдання із залучення більшої кількості споживачів. Н. А. Букало та Ю. В. Новицька у своєму дослідженні зазначили основні переваги які надає підприємству використання знижок на продукцію такі як сприяння підвищенню іміджу підприємства, стимулювання збуту продукції та розширення кола споживачів [1]. О. В. Юсупова проаналізувала роль використання знижки як засобу стимулювання споживачів і виробників продукції та дійшла висновку, щодо необхідності підприємствам приділяти значну увагу до розвитку політики лояльності.

На думку авторів, основним завданням системи знижок, спрямованих на залучення нових клієнтів, є формування таких умов, за яких би споживач бажав звернутись тільки до визначеного продавця, тому пропонується визначити завдання та комерційне призначення різних видів знижок. Установлено, що знижки повинні виконувати такі завдання:

- а) мати позитивний економічний ефект, тобто забезпечувати збереження рівня прибутковості та сприяти його збільшенню;
- б) сприяти бажанню клієнта до виконання запропонованих умов;
- с) бути простимита зрозумілими для клієнтів та робітників підприємства.

З огляду на комерційне призначення знижкибуваютьплановими татактичними.

Перший вид знижки, плановий, складається із суми витрат. Цей вид знижки має назву«замасковані знижки». Прикладом цього різновиду знижокєвикористання підприємством-виробником «замаскованої реклами своєї продукції», яка створюється із додаванням в описі продукції списку торговельних фірм, які є реалізаторами цієї продукції. Такпідприємства-виробникизменшуютьвитрати дилерів на рекламу своїх торговельних назв, що відповідає значенню додаткової знижки.

Іншівиди знижок утворюють категорію«тактичних знижок».Спільною метою таких знижок є завдання зі створення різних стимулів для покупця

здійснити покупку та забезпечення прибутку підприємства. Тактичні знижки сприяють зниженню ціни придбання товару і відповідно до збільшення профіту покупця і становлять різницю між ціною продукції для споживача та ціною, за якою продукція була придбана.

Знижкою за гуртовий товар, є певне зниження купівельної вартості за обсяг продукції. Вона є визначеним відсотком від загальної вартості або одиничної ціни встановленого обсягу постачання. До різновиду тактичних знижок відносяться такі [3]:

- проста знижка (simple discount) має попит у разі реалізації промислової сировини. Вона надається за преїскурантною або за довідковою ціною і складає 20 – 30%;

- бонусна знижка (bonus), отримується постійними клієнтами на підставі розробленої домовленості. В умовах домовленості вказується можливість отримання величини знижки (scale of discount), а також правила виплати сум з урахуванням знижки;

- дилерська знижка (dealer discount) надається постійним клієнтам, постійним представникам або дилерам, у тому числі й закордонним. Саме дилерська знижка широко поширена при реалізації сільськогосподарської техніки та устаткування;

- спеціальні знижки (extra discount) є знижками для привілейованих клієнтів, у яких дуже зацікавлені реалізатори продукції. До такої категорії знижок відносяться знижки на пробні партії і замовлення, метою яких є зацікавлення споживача отриманням знижки за регулярність, або стійкість замовлень, за допомогою яких виробники утримують постійну кількість клієнтів.

Для сільськогосподарських підприємств цікавими є знижки за сезонну продукцію, яка є показником зниження стандартної ціни реалізації, що гарантується покупцю, у випадку придбання товарів сезонного попиту. Така знижка прискорює обіг активів і є можливістю для виробників сезонної продукції зменшувати залежність від сезонних коливань і зменшувати використання виробничих потужностей.

Автори зазначають, що невдало сформульована в договорі умова про знижки може зашкодити як її одержувачеві, так і продавцеві. Класично, найбезпечнішою і простою є вид знижки типу «зниження ціни на поточне або майбутнє постачання». Оскільки на момент реалізації товару вже відома остаточна ціна (з урахуванням знижки), яка і фігуруватиме в документах.

На другому місці є знижка у вигляді зменшення заборгованості або грошової премії. Вона вигідніша покупцеві, оскільки не призводить до зниження суми відрахування ПДВ, як це відбувається при коригуванні ціни. Проте при застосуванні такої знижки в програші залишається продавець, оскільки він не може зменшити податок, який підлягає сплаті до бюджету.

На третьому місці знаходиться зниження ціни за продукцію, стосовно до постачань за минулі періоди.

На останньому, четвертому місці є безкоштовне додаткове постачання. Цей вид заохочення покупця перетворюється на найневигідніший з точки зору податкового навантаження. Причому для обох сторін [3].

Зміст цінової політики сільськогосподарського підприємства полягає в тому, щоб встановлювати на продукцію такі ціни й так їх змінювати в залежності від ситуації на ринку, щоб забезпечити намічений обсяг прибутку та мати змогу вирішувати інші завдання. Верхньою межею ціни, що встановлюється є ринкова ціна, яка формується відповідно до попиту споживача. З іншої сторони, на її рівень впливають конкуренти, виробники аналогічних товарів. Саме тому, при аналізі цін конкурентів основну увагу потрібно приділяти системі знижок, які вони пропонують. Для цього підприємства повинні використовувати різні заходи покращення збуту продукції, одним із них є застосування різних видів знижок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Букало Н. А., Новицька Ю.В. Особливості обліку торговельних знижок на підприємствах торгівлі та відображення їх у фінансовій звітності. *Економіка і суспільство*. Мукачівський державний університет, 2016. №2. С. 715–719.

2. Юсупова О. В. Цінове стимулювання продажів непродовольчих товарів торговельними мережами України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. С. 94–103.

3. Бруханський Р. Ф., Железняк Н. В., І. П. Хомин. Фінансово-облікова проблематика відтворення потенціалу сільськогосподарських підприємств: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 452 с.

Курганська М.Г.

Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Мещеряков В.Є.

К-т екон. наук

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

У ХХІ сторіччі аналіз прибутку та рентабельності є одним з найбільш важливих завдань управління роботою підприємств всіх форм власності та комерційних видів діяльності. Такий аналіз дозволяє виявити помилки в господарській діяльності, вказати керівництву на заходи для подальшого розвитку та визначити резерви збільшення ефективності виробництва.

Сучасне агропромислове виробництво (АПВ) є важливим сектором економіки країни. Саме сільське господарство виступає головним власником виробничих фондів, надає робочі місця; в ньому виробляється понад 20 % валового суспільного продукту та 1/3 національного доходу, формується 70 %

роздрібного товарообігу. Водночас в ньому міститься багато економічних проблем, зокрема питання формування колективних господарств, приватизації землі, створення фермерських господарств, ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, взаємовідносин між окремими сферами АПВ, обмеження або ліквідації дотацій з бюджету на продукцію сільськогосподарського виробництва тощо [1].

Ефективність управління суб'єктами господарювання залежить від господарського механізму і системи державного регулювання. Тому багато які моделі управління (стратегічного та оперативного), що є популярними за кордоном, не завжди можуть бути ефективно застосовані в Україні, що пояснюється різною мірою зрілості ринкових відносин. Висока ефективність функціонування підприємства та його підрозділів можлива лише при правильному виборі методів управління, їх поєднанні та узгодженості на основі врахування рівня досконалості інституційного середовища, форм власності, специфіки діяльності тощо.

Управлінська діяльність є результатом застосування різних методів і засобів її реалізації [2]. Кожна група методів має специфічні особливості, власні форми вияву і межі застосування. Розвиток виробничих відносин відповідно до соціальних змін суспільства об'єктивно обумовлює необхідність постійного удосконалення управлінської діяльності, тобто зміни способів і засобів управління.

Для визначення відносного рівня ефективності управління підприємствами АПВ найбільш поширеним є використання показника рівня рентабельності виробництва, що обчислюється як відношення чистого прибутку до повної собівартості реалізованої продукції. Даний показник показує отриманий прибуток на кожні витрачені в господарстві 100 гривень. В економічній літературі висвітлено розрахунок відносних показників рентабельності за наявності позитивного фінансового результату – прибутку. Однак, на наш погляд, такий підхід є обмеженим, оскільки при отриманні збитку від господарської діяльності доцільно не лише його визначати, а й розраховувати рівень збитковості. Рівень рентабельності (збитковості) можна визначити по окремих видах продукції, по галузях та по господарству в цілому.

В підприємствах АПВ з метою підвищення економічної ефективності при управлінні рентабельністю діяльності суб'єктів господарювання (планування, обґрунтування та аналіз-контроль) використовуються наступні заходи: зменшення витрат на виробництво одиниці продукції, впровадження інтенсивних та енергоощадних технологій, а також постійне оновлення технічної бази для виробництва. Крім того, збільшення деяких показників рентабельності досягаються застосуванням різних методів зменшення собівартості готової продукції або послуг, що поставляються компанією на ринок [3].

Підприємствам, як є виробниками продукції сільського господарства, доцільно впроваджувати наступні заходи, які сприятимуть підвищенню рівня рентабельності:

– досягати зниження адміністративних витрат підприємства шляхом скорочення адміністративного персоналу, підвищення його мотивації проведенням переатестації;

– укладання договорів про співпрацю з торговими мережами на виробництво конкретного обсягу продукції, в результаті чого можливе управління розподілом накладних витрат та отримання відповідно ефекту масштабу, отримавши економію при виробництві більшого обсягу продукції на замовлення торгових мереж.

Отже, рентабельність дозволяє дати об'єктивну оцінку ефективності управління підприємством, тобто високий прибуток і достатній рівень прибутковості багато в чому обумовлений правильністю та раціональністю управлінських рішень, що приймаються на підприємстві. Ми вважаємо, що рентабельність є одним з головних критеріїв оцінки якості управління підприємством, тому її підвищення в сучасних умовах господарювання набуває першочергової важливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Недільська Л. І. Управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств. *Облік і фінанси АПК*. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/upravlinnya-finansovimi-resursami-silskogospodarskih-pidpriemstv.html> (дата звернення: 20.09.2020).

2. Черевик Н. В., Вітченко М. В., Титаренко А.О. Проблеми та перспективи розвитку АПК. *Вісник ЖДТУ: Економічні науки*. 2008. №4(46) С. 235-245. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/4518/pravyloaformlennyaspyskuvykorystanyhdzherel.pdf> (дата звернення 21.09.2020).

3. Тулуш Л. Д., Грищенко О. Ю. Оцінювання рентабельності діяльності як передумова надання держфінпідтримки сільгосппідприємствам. *Економіка АПК*. 2016. №7. С. 60-71. URL: <http://www.eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2016/7/8.pdf> (дата звернення 22.09.2020).

Опікунова Н. В.

ст. викладач

Бутенко О. П.

канд.екон.наук, доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

СКРИНІНГОВІ РІШЕННЯ В ІННОВАЦІЙНО ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ

Досягнення у теорії і практиці управління інноваційно-інвестиційними проектами не вплинули на загальну кількість невдалих проектів в Україні,

частках яких досі залишається значною в загальному обсязі цих проєктів в Україні. Приблизно лише третина інноваційно-інвестиційних проєктів можуть бути визнані успішними [1].

Значна частина проєктів в Україні не повністю досягають заявлених цілей або завершуються зі значним перебільшенням обмежень за термінами та бюджету. Велика частина розпочатих інноваційно-інвестиційних проєктів взагалі не доводиться до завершення. Такі сумні показники щодо "успішності" інноваційно-інвестиційних проєктів не можуть не викликати занепокоєння, оскільки дискредитують саму ідеологію розвитку суб'єктів економічної діяльності через проєкти та управління ними, що визнається у всьому світі як успішний та сучасний підхід до управління [1, 2].

Все це дає підстави для визнання цього негативного явища науковою проблемою сучасної методології управління інноваційно-інвестиційними проєктами в Україні та актуалізує дослідження у напрямку скринінгових рішень.

Проблеми управління інноваційно-інвестиційними проєктами досліджені в наукових працях вітчизняних вчених І.О. Бланка, Ф.Ф. Бутинця, Б.І. Валуєва, В.В. Вітлінського, А.Ф. Гойка, В.В. Коссова, Я.Д. Крупки, Б.М. Литвина, А.В. Мертенса, Є.В. Мниха, А.А. Пересади, В.П. Савчука, І.Д. Фаріоната і інших, а також в працях зарубіжних науковців В. Беренса, Г. Бірмана, М. Бромвича, Л. Гітмана, М. Грачової, М. Джонка, В. Ковальова, І. Лукасевича, С. Голова, В. Єфіменко, Б. Хавранка та ін.

На основі проведеного аналізу наявних досліджень, присвячених даній проблемі, можна говорити про те, що в основному науковцями розглянуті лише найзагальніші підходи до скринінгу інвестиційних проєктів, але не розглянуто наступні аспекти вкринінгу інноваційно-інвестиційних проєктів:

не враховані особливості, властиві інвестиційним проєктам різних галузей; відсутній комплексний підхід до розгляду всієї сукупності чинників і умов, які необхідно враховувати при ухваленні інвестиційних рішень.

Все це підтверджує актуальність і науково-практичну значущість досліджуваної проблематики.

Існуючі методи і моделі відбору та аналізу інноваційно-інвестиційних проєктів, немає пов'язаних з ними методик скринінгу інноваційних-інвестиційних проєктів та вимагають подальшого удосконалення з урахуванням специфіки самих проєктів. Одним із заходів раннього попередження "провалів" інноваційно-інвестиційних проєктів слід визнати скринінг таких проєктів.

Скринінг (від англ. screening «просіювання») – сукупність методів спеціальних перевірок та обстежень у бізнесі [3, с. 19]. У більш загальному плані скринінг – подетальний аналіз самого проєкту, аби його учасники не зазнали в майбутньому величезних втрат від несення ризику, а також змогли отримати очікувану ефективність. Є різні показники ефективності інвестиційних проєктів.

Відзначимо, що в цілому скринінгові інвестиційні рішення – це рішення, які забезпечують попередній відбір реальних інноваційно-інвестиційних

проектів і фінансових інструментів інвестування за критеріями, сформованими інвестором, для подальшого остаточного преференційного їх відбору [4].

Скринінг повинен бути спрямован на оцінку ефективності впровадження інноваційно-інвестиційних проектів та обґрунтування подальших управлінських рішень, системну оцінку економічних переваг та життєздатності проекту, застосування основних способів зіставлення витрат та переваг проекту, а також визначення найбільш оптимального інвестиційного проекту на основі зіставлення альтернативних варіантів.

Застосування скринінгу має надати можливість менеджеру проекту відхиляти рішення, які неефективні в часі, і підтримувати ті, що повільно набирають силу, але дають набагато кращі результати у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Капітальні інвестиції (2019)
<https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=d4d3a3cc-153b-413b-84d7-b67d9584f8bf&tag=KapitalniInvestitsii>
2. Is Asia-Pacific on track to achieve the SDGs?
<https://data.unescap.org/?fbclid=IwAR2XTnv2UeCYdzdsd-2zwpHtbVhDsNB4bZVW5zOD0I14SkitO87vVpVn3b8>
3. Сіліна І.В. Скринінг ефективності інвестицій природоохоронного призначення. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 16. С. 18–20.
4. Скрининговые инвестиционные решения. URL:
https://economic_mathematics.academic.ru/4135/Скрининговые_инвестиционные_решения.

Бутенко О. П.

канд. екон. наук, доцент

Опікунова Н. В.

ст. викладач

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Як відомо, уникнути ризиків неможливо, але можна знижувати їх вплив за допомогою хеджування, страхування, трансферту або їх пом'якшення. Але перед тим як реалізувати обрану керівником методику постає питання у визначенні ризику та методу його мінімізації. Особливо це складно при управлінні інноваційним проектом, який характеризується більшою ризикованістю ніж просто комерційний проект. Дослідженням ризиків інноваційних проектів присвячені роботи таких науковців як І. В. Чуприної [1], І. Г. Волинець [2], О. М. Зборовської [3]. Проведений аналіз наукової

літератури свідчить, що науковці приділяють велику увагу класифікації ризиків, їх значенню та впливу на реалізацію проєкту з метою досягнення високого ступеня їх керованості. У дослідженні В. Р. Кігеля та К. С. Мусієнко зазначено, що план управління інноваційними ризиками повинен мати вид офіційного документа до якого повинні бути включені перелік ризиків, їх опис та план послідовних дій. Оцінку ризиків, як зазначають автори, потрібно враховувати в усіх планах і програмах підприємства [4]. Погоджуючись з думкою авторів, та дослідивши сучасні технічні можливості, автори пропонують детальніше зупинитись на створенні детального опису ризиків та можливості практичного використання його на підприємстві, базуючись на досвіді фахівців.

Успішність реалізації інноваційного проєкту багато в чому залежить від можливості ідентифікації ризику, його обліку, врахування та мінімізації. Тобто, по-перше, керування ризиками вимагає певних кроків з їх визначення. Наразі є популярним в управлінні проєктами створення реєстру ризиків. Автори пропонують до розгляду кроки з його створення та складові реєстру, які виконані на основі досліджень та досвіду фахівців з управління ризиками.

Невизначеність є неодмінною частиною інноваційного процесу, посилює його складність та впливає на рівень ризику, тобто чим більша невизначеність, тим вище ризик. За думкою А. Мудрого [5] на основі досвіду, керівник ризиками повинен починати зі створення їх реєстру за допомогою програмного забезпечення GoogleSheets, Excel, або інших відомих керівнику можливостей. Сучасні фахівці практики також рекомендують до використання управління ризиками такі інструменти як: Parapet; ProjectRiskManager; RiskView; CitiusOne; PrimsRiskManagement.

Створюючи реєстр можна зменшити кількість ризиків інноваційного проєкту шляхом відсікання найменш вагомих, а також розробити план заходів та призначити відповідальну особу за їх реалізацію із вказівками строків виконання дій. Перелік критеріїв для створення реєстру може бути довільний, як приклад, рекомендується такий [5]:

- назва ризику;
- опис ризику;
- сферавпливу;
- опис впливу;
- ймовірність за шкалою 1–3; 1-5, або 1-10;
- вплив ризику на проєкт (за шкалою 1–3; 1-5, або 1-10);
- значущість ризику, яка визначається як добуток ймовірності та впливу;
- статус ризику;
- стратегія реакції на ризик (пом'якшити, пропустити, передати, прийняти);
- тип ризику: позитивний чинегативний (ризик чи можливість);
- дата створення;
- дата закриття;
- власник ризику, або відповідальна особа в роботі з ризиком;

– коментарі (оновлення та новини щодо ризику з датами).

Запропонований список можна корегувати в залежності від ситуації що існує та певних обставин. Складання реєстру ризиків дає змогу підвищити рівень їх ідентифікації та зробити їх чітко структурованими і визначеними.

Автори наголошують, на тому, що на різних стадіях інноваційного проєкту (ЖЦП) з'являються нові ризики та, одночасно, можуть продовжувати свою дію старі, вже визначені. Тому реєстр ризиків повинен переглядатися у залежності від стадії ЖЦП. Автори пропонують після зміни у ЖЦП створювати новий реєстр на основі попереднього, щоб не втратити ризики минулих періодів які продовжують свою дію, а також створювати та використовувати карти ризиків (RiskGap).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чуприна І.В. Поняття та класифікація ризиків в підприємницькій діяльності. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки». 2012. № 4. С. 187–194.
2. Волинець І. Г. Ризики інноваційної діяльності: суть, види та етапи управління. *Економіка і суспільство*. 2016. №2. С. 241–245.
3. Зборовська О. М. Ризики в інноваційній діяльності: теоретичні аспекти. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №23. С. 5–9.
4. Кігель В. Р., Мусієнко К.С. Ризики в інноваційній діяльності виробничо-торговельного підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2014. №38. С. 136–143.
5. Мудрий А. Як створити реєстр ризиків та працювати з ним. *NewR&DCenter: Newteam, Newproduct*. 2020. URL : <https://dou.ua/lenta/articles/tools-for-risk-management/>.

Іванець Н.В.

кандидат педагогічних наук

Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Маркетинг як методологія орієнтованої на споживача ринкової діяльності все більше опановує нові сфери застосування. Протягом багато тисячолітньої історії людства проблеми управління й виховання не перестають бути актуальними, бо розвиток науки, техніки та суспільства висуває все нові й нові вимоги перед тими, хто ці функції здійснює. У сфері освіти функцію виховання та управління поєднує директор школи або керівник навчального закладу [1].

З розвитком глобалізаційних процесів посилюється роль фактору знань, що стають у сучасних умовах товаром. Сьогодні конкурентоспроможність економіки країни визначають не обсяг природних і виробничих ресурсів, а

насамперед інтелектуальний потенціал та здатність генерувати нові знання. Через посилення конкуренції фундаментального значення для національної економіки набуває розвиток ринку освітніх послуг.

Маркетинг освітніх послуг забезпечує найбільш продуктивне задоволення потреб: особистості – в освіті; навчального закладу – у конкурентоспроможності на ринку та матеріальному добробуті його працівників; організацій – у розвитку персоналу; суспільства – у розширеному відтворенні трудового й освітнього потенціалу країни [3]. На думку деяких авторів маркетинг освітніх послуг – це: «... комплекс дій, спрямованих на створення, підтримку або зміну поведінки цільової аудиторії по відношенню до цих послуг та їх суб'єктів» [3]. Т. Оболенська маркетинг навчальних закладів розглядає як розробку, реалізацію і оцінку освітніх послуг шляхом установами відносин обміну між освітніми установами та споживачами освітніх послуг з метою гармонізації інтересів та задоволення потреб споживачів [4]

Маркетингова діяльність закладів вищої освіти вибудовується навколо добровільного обміну цінностями між суб'єктами ринку послуг вищої освіти та полягає в узгодженні інтересів стейкхолдерів, розробці стратегії та тактики взаємодії із цільовими аудиторіями. Спираючись на підхід Н. Савицької та О. Афанасьєвої до визначення маркетингової політики [5], її сутність для ЗВО пропонується розглядати як оперативний процес прийняття рішень щодо вибору та інституційного закріплення унікальної комбінації інструментів маркетингу, які відповідають обраним маркетинговим функціональним стратегіям, що сприятиме досягненню цілей на ринку освітніх послуг. Отже, формування маркетингової політики потребує використання обґрунтованого набору інструментарію.

В умовах падіння попиту на освітні продукти метод конкурентного ціноутворення в закладах вищої освіти буде превалювати. Але під час формування ціни на освітні послуги з урахуванням інноваційної їх складової, яка буде спрямована на підвищення споживчої цінності, доцільним буде використання інтегрованого підходу до ціноутворення, який передбачатиме одночасну орієнтацію на ціни конкурентів та споживчу цінність пропонованої послуги. У напрямі удосконалення збутової політики необхідним є розвиток методів поширення доступу до освітніх послуг ЗВО. При цьому зростає роль застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет.

Для розвитку системи надання освітніх послуг пріоритетним є впровадження моделей e-Learning, Blended Learning. Перспективною моделлю організації навчання в ЗВО є Blended Learning, яке перекладається як змішане навчання і базується на інтеграції аудиторної навчальної діяльності, індивідуальної і самостійної роботи студента та використанні матеріалів онлайн. У світовій практиці сформувалося шість основних моделей Blended Learning:

1) модель, в якій мережеве навчання є додатковим до очного і забезпечує доступ до електронних матеріалів в комп'ютерному класі, лабораторії, з дому (Model 1: face-to-face Driver);

2) модель, в якій відповідно до графіка чергуються традиційне та онлайн-навчання під керуванням викладача (Model 2: Rotation);

3) модель, в якій велика частина навчання здійснюється в електронному освітньому середовищі, при цьому студентам забезпечується необхідна очна підтримка викладача (Model 3: Flex);

4) модель, в якій навчання проводиться в онлайн-лабораторії, яка доступна студентам в спеціальному класі, підтримку студентів здійснюють технічний персонал за місцем знаходження обладнання і викладач в режимі онлайн (Model 4: Online lab);

5) модель, в якій студенти обирають онлайн-курси в якості доповнення до вивчення навчальних дисциплін в очному режимі (Model 5: Self-blend);

6) модель, в якій студенти навчаються у віддаленому режимі в електронному середовищі онлайн, а атестацію проходять очно (Model 6: Online driver) [6, с. 121].

Запровадження наведених моделей організації процесу навчання забезпечує можливості диверсифікації освітніх продуктів в ЗВО, формуванню унікальної споживчої цінності і забезпечення на цій основі відмін від основних конкурентів.

Серед специфічних елементів маркетингової політики виділено персонал, який є головним джерелом конкурентної переваги ЗВО. Персонал надзвичайно важливий як при створенні, так і при наданні освітніх послуг, тому саме від цього елемента залежить якість послуг та відгуки студентів чи слухачів. Крім того, від науково-педагогічних працівників залежить не тільки якість освітніх послуг, але і рейтинги, і загальний імідж навчального закладу. Спираючись на це, надано рекомендації щодо внутрішнього маркетингу в ЗВО, головна ідея яких полягає у формуванні довіри між персоналом і організацією, між студентом і викладачем, що сприяє розвитку маркетингової корпоративної культури [6, с. 126].

Колектив авторів [7-9] вважає успішною передумовою розвитку закладів вищої освіти є інновації та їх ефективна інвестиційна діяльність.

Унікальність комбінації інструментів маркетингової політики закладу вищої освіти створює її інноваційну систему маркетингу, яка дозволяє проектувати сценарії маркетингової діяльності ЗВО, обираючи із: адаптаційного (приспособлення напрямків розвитку до змін потреб своїх цільових сегментів); проактивного (стратегія лідера, що вибирає нові напрямки розвитку раніше своїх конкурентів); чи інтрапренерського (intrapreneurship – розкриття підприємницького потенціалу співробітників, активізації індивідуальної ініціативи); комбінований (поєднання декількох підходів в єдину стратегію). Впровадження системи маркетингу у практику управління

освітніми закладами збільшує їх конкурентоспроможність і надає перспективу їх подальшої модернізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національна доктрина розвитку освіти України. Освіта України. 2002. 23 квітня. С. 5.
2. Саніна О. Р., Кушнір Т. М. Маркетингові аспекти рейтингової оцінки вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/17284/1/44-283-292.pdf> (дата звернення 02.10.2020).
3. Моголова, А. Ю. Решетнікова І. В. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету* : Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 Ч. 2. С. 21–25.
4. Оболенська Т. Є. Маркетинг у сфері освітніх послуг: автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.06.02 / Харк. держ. екон. ун-т. Харків, 2002. 33 с.
5. Савицька Н. Л., Афанасєва О. П. Маркетингова політика підприємств на вітчизняному ринку м'яса та м'ясопродуктів: монографія. Харків: ХДУХТ, Видавництво Іванченко, 2017. 344 с.
6. Жегус О. В. Інструменти інноваційного маркетингу закладів вищої освіти. Маркетингова політика закладу вищої освіти: колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. Харків: ХДУХТ, 2018. 120–126.
7. Kramarenko I. Development of Educational and Social Inclusion in Conditions of Social Transformation of Ukraine. *TILTAI*. 2015. Vol 72. № 3.P. 83–90.
8. Крамаренко І. С., Леонова Ю. С. Інноваційна діяльність вищих навчальних закладів України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Кримський економічний вісник*. 2013. № 6 (7). С. 255–257.
9. Крамаренко І. С., Цибко М. О. Застосування реінжинірингу у вищому навчальному закладі: теоретичний аспект. *Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова*. 2013. Т.18. Вип. 4/2. С. 96–100.

Калінська О.П.

кандидат педагогічних наук,

Приватний заклад вищої освіти «IT StepUniversity»

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ОСВІТНІМ ЗАКЛАДОМ

У сучасному світі розробка ефективних методів управління стає однією з найважливіших проблем менеджменту. Ефективне управління – це перш за все професійне управління, здійснюване спеціально підготовленими для цього людьми – менеджерами різного рівня. Адже розвиток системи управління

кожної організації є його прерогативою і служить метою підвищення рівня конкурентоспроможності. В умовах зростаючої ролі людського фактора, одним з вагомих завдань сучасної системи менеджменту освіти є розвиток різних здібностей керівників професійних освітніх закладів. Тому виникає необхідність в розгляді сутності принципів управління професійним навчальним закладом в психолого-педагогічній теорії та практиці.

Освітній простір – це простір спільного буття, перетворений усіма суб'єктами цього процесу на фактор інтегрованого впливу, на процес розвитку та саморегуляції особистості. Отже, середовище потрібно вміти використати з управлінською метою, а освітній простір – створити [2, с. 11].

Більшість авторів розглядають управління в освіті як вид соціального управління, який має певні особливості порівняно з управлінням в інших соціальних сферах. Так, наприклад, найважливішими з них називають унікальність, неповторність і одночасно складність місії освітніх установ метою яких має бути формування особистості, яка відповідає потребам суспільства.

Успішне управління персоналом визначається двома основними показниками: здатністю організації чітко визначати, яка поведінка має бути у працівників для досягнення її стратегії; можливістю використовувати результативні важелі управління, які спрямовані на бажану поведінку працівників. Обидва показники є важливими та складними в умовах швидкоплинних суспільних змін та вимог ринку праці. Також важливою внутрішньою основою, а, отже, і сутністю управління персоналом, можна назвати управлінські взаємовідносини. Будь-які керівники різних установ постійно змушені вирішувати важливе питання – як побудувати свою систему керування таким чином, щоб не допускати створення конфліктних ситуацій в організаційному середовищі, а також забезпечити працівників.

Нам імпонує думка щодо позиції розкриття питання управління освітніми закладами І. Драча, який стверджує, що основними характеристиками управління в освіті в умовах суспільних трансформацій є людиноцентричний характер управління [1, с. 128]. Адже саме така специфіка взаєностосунків суб'єктів освітнього процесу в професійному закладі освіти передбачає утвердження людини як найвищої соціальної цінності, найповніше розкриття її здібностей і задоволення різноманітних освітніх потреб, забезпечення пріоритетності загальнолюдських цінностей, гармонізації та гуманізації у взаємодії суб'єктів освітнього процесу.

Управління освітніми закладами здійснюються на основі положень Конституції України, Закону «Про освіту», Положення про загальноосвітній навчальний заклад. Управлінська діяльність, як і навчальна, виховна, будь-яка інша діяльність, ґрунтується на дотриманні ряду принципів, якими керуються керівники освітніх закладів при виконанні всіх управлінських функцій [3].

Педагогічні дослідження Т. Хлебнікової свідчать, що принципи гуманізації та співробітництва передбачають побудову такого освітнього процесу, у якому би було поєднано потреби суспільства й інтереси особистості, а також

виконання соціального замовлення було б узгоджено з особистісними вподобаннями та професійними інтересами [7, с. 9].

Загальні принципи освітнього менеджменту можна звести до такого переліку: принцип моральності та верховенства права; принцип цілісного погляду на людину; принцип гуманізації; принцип співробітництва й співтворчості; принцип відповідальності й соціальної справедливості.

Пропонуємо розглянути та проаналізувати ще один перелік важливих принципів освітнього менеджменту: принцип системності; принцип багатofункціональності; принцип інтеграції; принцип партисипативності; принцип зовнішнього оцінювання; принцип забезпечення професійної свободи; принцип мобільності системи управління; принцип поваги до дитини, учня, студента, вихованця; принцип правової захищеності управлінського рішення; принцип цілісного погляду на людину; принцип соціальної справедливості; принцип індивідуального підходу; принцип найменшого впливу; принцип відповідності; принцип підвищення кваліфікації та збагачення роботи; принцип консенсусу; принцип колегіальності [3].

Досить цікаві та важливі принципи управління освітнім закладом в сучасних умовах визначає Н. Столярова. Дослідник визначає, що принципи управління професійним закладом – це вихідні положення, яких необхідно дотримуватися в управлінні системою освіти. Науковець відносить до управління освітнім закладом такі важливі принципи: демократизації; принцип поєднання колегіальності з персональною; принцип науковості; принцип перевірки фактичного виконання прийнятих рішень; принцип оперативності, конкретності і діловитості; принцип цілеспрямованості; принцип ініціативності й активності; принцип оптимізації [6].

З. Курлянд визначає провідні принципи професійної освіти такі як: принцип самоорганізації; принцип відкритості; принцип різноманітності; принцип регіоналізації професійної освіти; принцип рівних можливостей; принцип суспільно-державного управління; принцип співробітництва [5].

Також варто зазначити, що й такий теоретичний аналіз основних принципів управлінської освітньої діяльності не охоплює всього їхнього змісту, адже певні умови освітньої діяльності, вимоги до функціонування її зовнішнього і внутрішнього середовища, швидкоплинні зміни, що відбуваються в освіті, відповідно, не вичерпують та не окреслюють чіткої межі у визначені сталих принципів управління в освітній сфері. Адже ефективне управління має передбачати такі основні вимоги, що охоплюють наукову, практичну і суспільну управлінську діяльність.

Загалом, проаналізувавши теоретичний матеріал щодо принципів управління в освітній системі, можна зробити висновок, що однозначного підходу щодо управлінських принципів та їхньої класифікації в теорії наукового менеджменту взагалі, і освітнього, зокрема, немає. Основоположник наукової організації праці, творець «теорії адміністрування» А. Файоль сказав, що кількість принципів управління не має меж. Щодо такого ствердження

дослідника знаходимо також однодумця М. Кабушкіна, який визначив, що «кожне правило займає своє місце серед принципів управління – у всякому разі до тих пір, доки практика підтверджує його ефективність»[4, с. 193].

Отже, принципи управління та провідні принципи професійної освіти не можуть бути відокремлені один від одного, а мають враховуватися комплексно та системно, тому кожен керівник професійного освітнього закладу повинен бути обізнаний з ними та використовувати в своїй управлінській діяльності, адже це надає його роботі чіткості, злагодженості, усвідомлення шляхів досягнення мети, яку ставить перед собою професійний освітній заклад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Драч І. І. Управління формуванням професійної компетентності магістрантів педагогіки вищої школи: теоретико-методичні засади : монографія. К. : «Дорадо-Друк», 2013. 456 с.

2. Ефективне стратегічне планування діяльності навчального закладу : веб-сайт. URL: http://gradum103.zp.ua/index.php/pedagogicheskaya_vystavka/49_nush_te_khnologiji-ta-upravlinnya/870-robota-sitenko-neli-yurijivni-ta-ganzulenko-valentini_petrivni(дата звернення: 16.09.2020).

3. Загальні принципи управління загальноосвітніми навчальними закладами: веб-сайт. URL: turmetod.ucoz.ua/Durektory.../principi_upravlinnja.doc (дата звернення: 16.09.2020).

4. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие. Мн. : БГЭУ, 1999. С.193.

5. Курлянд З. Н., Осипова Т. Ю., Гурін Р. С. Теорія і методика професійної освіти : навч. посіб. К. : Знання, 2012. 390 с.

6. Столярова Н. М. Особливості управління навчальним закладом в сучасних умовах: веб-сайт. URL: <http://istoriya.soippo.edu.ua/index.php?title>(дата звернення: 16.09.2020).

7. Хлебнікова Т. М. Управління навчальною діяльністю: навчально-методичний посібник. Харків : Вид. група «Основа», 2013. 224 с.

Сабліна Н.В.

к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Однією із важливих умов забезпечення ефективного функціонування підприємств України, досягнення стійких темпів розвитку та позитивних фінансових результатів, формування високих результатів фінансової діяльності є наявність ефективної системи його фінансової безпеки. Сучасні економічні умови функціонування підприємств вимагають менеджерів вітчизняних

підприємств пошуку нових організаційно-правових рішень у сфері забезпечення фінансової безпеки, що дозволить уникнути можливих загроз та ліквідувати негативні наслідки впливу окремих складових зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому на сьогодні все більше актуалізується проблема забезпечення фінансової безпеки підприємств як гарантії стійкого функціонування.

Вивченню питань, пов'язаних із фінансовою безпекою підприємств присвячена значна кількість наукових досліджень вчених-економістів, а саме, О. Арєф'євої, І. Бланка, Т. Васильцівої, К. Горячевої, К. Орехової, О. Сусіденко, О. Халіної та інших. Незважаючи на досить широкий спектр досліджень, питання управління фінансовою безпекою підприємств потребують подальшого дослідження.

Поняття фінансової безпеки підприємства в найбільш загальному вигляді сформулював проф. І. А. Бланк. Він зазначив, що фінансова безпека підприємства – це кількісно і якісно детермінований рівень фінансового стану суб'єкта підприємництва, що забезпечує захищеність фінансових інтересів підприємства від реальних і потенційних загроз внутрішнього й зовнішнього середовища, параметри якого визначаються фінансовою філософією та створюють передумови фінансової підтримки стійкого розвитку в поточному й стратегічному періодах [1].

За Р. С. Папєхіним, фінансова безпека визначає граничний стан фінансової стійкості, в якому повинно знаходитися підприємство для реалізації своєї стратегії, і який характеризується спроможністю підприємства протистояти внутрішнім і зовнішнім загрозам [4].

За К. С. Горячевою, це такий фінансовий стан, котрий характеризується збалансованістю і якістю фінансових інструментів підприємства, технологій і послуг, стійкістю до загроз, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів, а також забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи [2].

Тобто, фінансова безпека представляє такий стан підприємства, який:

дозволяє забезпечити фінансову рівновагу, стійкість, платоспроможність і ліквідність підприємства в довгостроковому періоді;

задовольняє потреби підприємства у фінансових ресурсах для стійкого розширеного відтворення підприємства;

забезпечує фінансову незалежність підприємства, достатню гнучкість при ухваленні фінансових рішень [3].

Відповідно до цього, можна виділити такі умови забезпечення фінансової безпеки підприємства:

високий ступінь гармонізації, узгодження фінансових інтересів підприємства з інтересами навколишнього середовища;

наявність на підприємстві стійкої до загроз фінансової системи, яка спроможна забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, місії та завдань;

збалансованість і комплексність фінансових інструментів, що використовуються на підприємстві;

постійний розвиток фінансової системи підприємства [6].

При цьому, забезпечуючи всі необхідні умови, необхідно дотримуватись рівня фінансової безпеки, який показує здатність підприємства протистояти її загрозам або усунути збитки від негативних впливів.

Тож, організаційне забезпечення фінансової безпеки підприємства є складовою частиною комплексної системи управління підприємством та безумовно найбільш важливою її компонентою та представляє собою систему координаційних та взаємозалежних зв'язків як всередині підприємства так і за його межами, а також сукупність організаційних методів аналізу, контролю, звітності, проектування та правових норм, втілених у внутрішні нормативні документи, за допомогою яких підприємство здатне захиститися від негативного впливу зовнішнього середовища та унеможливити виникнення внутрішніх викликів, загроз та ризиків, тим самим гарантуючи безпечні умови для розвитку. Головною метою функціонування системи забезпечення фінансової безпеки підприємства є гарантування його стабільного функціонування та розвитку.

Якісно розроблене організаційне забезпечення фінансової безпеки сприятиме стабільному функціонуванню підприємства, підвищенню його ефективності і конкурентоспроможності; зміцненню його фінансово-економічного потенціалу із одночасним створенням системи захисту від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Основними складовими організаційного забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства є:

організація ресурсного забезпечення, яке включає в себе фінансові, кадрові, інформаційні та матеріально-технічні ресурси;

організація внутрішньої служби безпеки;

розроблення та удосконалення методичного забезпечення;

розроблення та удосконалення документації, що регламентує правові аспекти дії суб'єктів безпеки;

організація взаємовідносин із зовнішніми суб'єктами безпеки [7].

До визначальних принципів, які лежать в основі забезпечення фінансової безпеки підприємства належать наступні [5]:

принцип обґрунтованості – обумовлює не перевищення вартості витрат на забезпечення фінансової безпеки рівня реальних і потенційних небезпек, загроз і ризиків підприємства;

принцип своєчасності – вимагає негайної реакції на небезпеки, загрози і ризики, що виникають на підприємстві, а також, з метою недопущення небажаних для підприємства явищ проведення попереджувальних та профілактичних заходів;

принцип стратегічної орієнтації – організація фінансової безпеки в інтеграції з головною стратегією підприємства;

принцип науковості базується на вимогах об'єктивних економічних законів, врахуванні реальних умов та особливостей економіки, що обумовлюють необхідність використання світового досвіду здійснення інновацій;

принцип планованості – передбачає безперервність забезпечення фінансової безпеки шляхом координації планів підприємства і врахування цільових завдань фінансової безпеки;

принцип цільової спрямованості – рішення щодо забезпечення фінансової безпеки приймаються з орієнтацією та тактичні цілі розвитку підприємства не суперечать стратегічним цілям;

принцип оптимальності – обраний варіант інноваційного розвитку повинен максимально задовольнити інтереси споживачів і підприємства при наявних ресурсах.

Отже, фінансова безпека на підприємстві відображає захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Для забезпечення фінансової стабільності є одним із основних завдань керівництва підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Київ: Изд-во "Эльга", "Ника-Центр", 2004. 784 с.
2. Горячева К.С. Финансовая безопасность предприятия. Суть и место в системе экономической безопасности. *Економіст*. 2013. № 8. С. 65–67.
3. Гукова А.В. Роль финансовой безопасности предприятия в системе его экономической безопасности. *Образование и общество*. 2016. №3. С. 98–102.
4. Папехин Р.С. Факторы финансовой устойчивости и безопасности предприятия: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук: спец. 08.00.10. Волгоград, 2007. 21 с.
5. Сусіденко О.В. Фінансова безпека підприємства: теорія, методи, практика : [монографія]. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 128 с.
6. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізм забезпечення : монографія; за ред. Т.Г. Васильціва. Львів: Ліга-Прес, 2012. 386 с.
7. Халіна О. В. Організаційне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 8. С. 647-650.

Пакуліна А.А.

Канд. екон. наук, доцент.

Рочева Г.В.

студентка групи ПТ-31

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПОДАТКИ – РЕЗУЛЬТАТ ТРИВАЛОГО ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ

Історики мають різні позиції щодо виникнення, становлення та розвитку податкової системи. Тому очевидно, що податки виникли в глибокій давнині. За час свого еволюційного розвитку зміст теорій походження податків зазнав глибоких змін. У міру набуття людиною досвіду економічні процеси по-різному розумілись у суспільстві та свідомо використовувались у ринкових відносинах, з'являлися нові звичаї та традиції, що призвело до зміни функцій оподаткування.

Податки згадувались за часів античних країн Близького Сходу, але в давнину оподаткування базувалося на релігійних догмах. Наприклад, у Стародавньому Єгипті традиція збирати данину базувалася на релігійних віруваннях єгиптян про божественне походження фараона, якого вважали богом на Землі.

Цікавими є державний устрій і система оподаткування Римської імперії. Поняття «фіскал», «акциз», «відкупник», «ценз» зародились за її часів. Під час миру римляни взагалі не сплачували податки, а державні витрати покривалися за допомогою надання в оренду громадських земель. Державний апарат насправді підтримував себе сам. Крім того, обрані магістрати не лише безкоштовно виконували державні обов'язки, а й вносили власні кошти на державні потреби, вважаючи це за честь. А під час тривалих військових дій громадяни Риму майже постійно обкладалися податками відповідно до свого багатства. Для цього громадяни кожні п'ять років подавали обраним чиновникам-цензурам звіти про їхнє майно та сімейний статус (ці документи вважають найпростішим прикладом сучасної податкової декларації)[1].

Під час перетворення Римської держави в імперію її податкова система ускладнилася. На завойованих землях вводились місцеві податки та збори, розмір яких залежав від запеклого опору мешканців завойованих земель римським легіонерам. Громадяни Риму, які мешкали за його межами, платили місцеві і державні податки. Хоча в піл час миру вони були звільнені від державних податків. Корінне населення провінцій не мало таких «податкових пільг», це було символом їх підлеглого статусу. Збирання податків було важко контролювати, а тому зловживання владою призвело до економічної кризи Римської імперії.

Імператор Октавіан Август провів першу в Римській імперії реформу податкової системи. Він створив установи в провінціях, які контролювали

введення податків; здійснила переоцінку фіскального потенціалу провінцій. Для цього було обміряно кожне земельне угіддя міської громади, складено земельні кадастри та проведено перепис майнового стану громадян. Державні чиновники почали управляти основним податком, яким був поземельний податок. Поділ податків на прямі та непрямі здійснювався ще за часів Стародавнього Риму. Непрямі включають: податок з обороту (1%), податок на торгівлю рабами (4%), податок на звільнення рабів (5% від їх ринкової вартості) та податок на спадщину (5%), який стягувався лише з громадян Риму. Останній податок мав спеціальне призначення - його витрачали на пенсії професійним солдатам.

Іноді форми оподаткування визначалися соціальною потребою. Як виявилось, такими можуть стати навіть мертві горобці. А що робити, якщо збільшення популяції птахів так дратувало жителів середньовічного Вюртемберга (Німеччина)! Господар кожного будинку мав знищити дюжину горобців, за це він отримував 6 крейцерів. У разі непідтвердження факту знищення сплачувався податок у розмірі 12 крейцерів. Тоді люди придумали «податкову лазівку» - купували мертвих птахів у підпільного торговця, який діставав їх на міському смітнику [2, с. 53].

На території України податки виникли ще за часів Київської Русі. В результаті об'єднання слов'янських племен у VIII-IX століттях зародилася держава Київська Русь, на території якої було встановлено оброк - плату за користування предметами, що стягувалися як з підкорених племен, так і з одноплемінників. Кошти витрачалися на утримання військової організації.

Таким чином, на території Київської Русі, як і в усьому світі, "війна породила податки". Великі та малі війни приносили славу багатство князям та старшим воїнам. У той же час вони відривали багатьох людей від мирної праці, тисячі людей загинули у війнах, які послабили економіку держави. Основним джерелом забезпечення військ зброєю, продуктами харчування та конями був збір данини, який князі прагнули весь час збільшувати. Особливо жорстоким було зібрання полюддя, яке в X ст. безпосередньо йшло на утримання військової дружини. Саме під впливом своїх воїнів князь Ігор, зібравши одного разу полюддя з древлян, повернувся до них, щоб зібрати його вдруге. За це в 944 році він був убитий повстанцями [2, ст. 46].

З розвитком торгівлі в Київській державі формувалася грошова система.

На користь князя йшли судові збори і "вир" – грошовий штраф за вбивство (вільної людини – 40 гривень; княжого урядовця – 80 гривень; за каліцтво – 20 гривень) і "продажа" – штраф за інші злочини.

Податки Київської Русі: подимне – сплачували натурою і частково грошима; полюддя – збирали натурою; поплужне – поземельний податок, виплачували селяни натурою. А також торгове і судове мито та інші [2, с. 75].

Податки Київської Русі періоду феодальної роздробленості: вихід (з кожної особи чоловічої статі); соха (поземельний податок); відкуп (з купців);

Ям (обов'язок доставляти підводи ординським чиновникам). Мито: з соляних промислів, сторожове, гостинне, медове [2, с. 76].

У період козацької доби (XVI–XVII століття) переважали прямі реальні податки, які стягувалися за натуральними ознаками з видів господарської діяльності. Порівняно з Європейськими державами податковий тягар був значно нижчим.

Найбільші зміни в правовому статусі Української держави відбулися в петровський період, коли після "зради" І. Мазепи в Гетьманщині почали запроваджуватись нові самодержавні соціально-політичні та економічні структури, у безапеляційній формі та набагато більших масштабах. Щоб повністю підірвати могутність українських гетьманів, Петро I заснував у 1722 р. Малоросійську колегію, яка охопила всю фінансову систему України. Як результат, податки населення України лише за два роки зросли майже в шість разів. Саме за часів Петра до основних податків - придворних і кінних - додали незліченні додаткові податки надзвичайного характеру: драгунський податок, податок на суднобудування та інші. Було введено податки на лазні, прання білизни, прогін плотів по річці, торгові податки та 119 мита. Тоді ж з'явилося ще одне дивне джерело доходу - податок на бороди та вуса [2, с. 99].

Податкова система України почала формуватися відразу після проголошення незалежної держави в 1991 р. Паралельно використовуються старі податкові важелі: податок з власників транспортних засобів, земельний податок, податок на прибуток з громадян, які згодом були змінені законом

Протягом 1991–2004 років податкова система України стала досить потужним джерелом доходів бюджету. У цей період уряд постійно шукав шляхи вдосконалення податкової політики. Починаючи з високого рівня податкових ставок та надзвичайно високого податкового навантаження, держава рухається до зменшення податків та оптимізації пільг. Однак якщо на початку 90-х основою бюджетних надходжень були непрямі податки, то через 10 років вони поступаються прямим.

Оподаткування - один із найскладніших економічних механізмів, що має подвійний характер. З одного боку, воно відображає інтереси держави, з іншого - інтереси платників податків: суб'єктів господарювання та громадян. Таким чином, з моменту утворення, пройшовши довгий шлях трансформації та розвитку, податки залишаються ефективним інструментом реалізації державної політики щодо соціального та економічного розвитку. Процес формування податкової системи є безперервним. Тому існує необхідність внесення змін до законодавчої бази податкової системи з метою приведення її у відповідність із соціально-економічними умовами, що виникають у державі [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Литвіцька Н.Ю. Історія виникнення податків [Електронний ресурс] / Н.Ю. Литвіцька // Державне регулювання економікою, 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/4_SWMN_2010/Economics/58421.doc.htm

2. Ярошенко Ф. О. Історія податків та оподаткування в Україні: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ф. О. Ярошенко, В. В. Павленко, В. П. Павленко; за заг. ред. А. М. Подоляки. – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. – 416 с.: іл. – Бібліогр.: с. 46-99

Лапішко М.Л.

Канд. екон. наук, проф.

Олексюк Г.В.

Канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

БАНКОЦЕНТРИЧНИЙ ХАРАКТЕР ФІНАНСОВИХ КОНГЛОМЕРАТІВ В УКРАЇНІ

В Україні на фінансовому ринку функціонують різні фінансові посередники: банки, кредитні спілки, ломбарди, страхові, інвестиційні, фінансові компанії, які часто надають як основні так і супутні послуги своїм клієнтам. З 1 липня 2020 року Національний банк перейняв на себе функції регулятора ринку небанківських фінансових послуг: страхових, лізингових, факторингових компаній, кредитних спілок, ломбардів та інших фінансових компаній, відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг» від 12.09.2019 № 79-ІХ, який названо законом про «спліт».

Фінансові посередники в сучасних ринкових умовах постійно змушені розширювати спектр фінансових послуг на фінансовому ринку, перетворюватись у фінансові супермаркети, збільшувати власний капітал, що вимагає від керівників таких установ пошуку великих обсягів фінансових ресурсів.

Вдосконалюючи бізнес-моделі своєї діяльності, фінансові посередники нарощують капітал шляхом створення різних інтегрованих об'єднань, зокрема фінансових конгломератів. Інтеграція фінансових посередників здійснюється з метою консолідації фінансових активів, і розширення клієнтських баз даних, економії на масштабі діяльності за рахунок доступу до нових точок збуту та уникнення дублювання кадрових функцій, мінімізації витрат на рекламу та маркетинг за рахунок використання спільних рекламних матеріалів [1, с. 147].

Наукові та практичні аспекти функціонування міжнародних фінансових конгломератів, їх вплив на розвиток вітчизняного фінансового ринку знайшли своє відображення в працях науковців: О.Барановського, В.Базилевича, Т.Васильєвої, В.Варцаби, Л.Кльоби, О.Козьменко, В. Кремень С.Реверчука, І. Школьник.

Однак, інституційні зміни в регулюванні діяльності учасників фінансового ринку України, зумовлені прийняттям Закону України про «спліт», породжують

поле для нових наукових досліджень щодо поведінки інтегрованих фінансових посередників в сучасних умовах функціонування фінансового ринку.

За європейським законодавством, фінансовий конгломерат – це група фінансових посередників, яка повинна включати два з трьох видів фінансових посередників: банк, страхову компанію та інвестиційну компанію.

Розрізняють три види фінансових конгломератів, які об'єднують: банки та страхові компанії (bancassurance); страхові та інвестиційні компанії (assurfinance); банки, страхові та інвестиційні компанії (allfinance) [2].

У кожного з цих трьох видів фінансових інтегрованих структур є різні завдання на фінансовому ринку, але мета єдина – збільшення прибутків, шляхом підвищення конкурентної позиції та охоплення фінансовими послугами більшої кількості учасників фінансового ринку.

Основним посередником фінансової групи, який скеровує її діяльність, має бути регульований суб'єкт або одна із дочірніх компаній, якщо це міжнародна група. Фінансовий конгломерат може очолити лише крупна компанія, добре капіталізована та фінансово стійка. Найпотужніші фінансові конгломерати утворюють транснаціональні компанії, які ведуть фінансовий бізнес у кількох країнах. Саме вони стають ключовими гравцями глобального фінансового ринку.

Вперше фінансові конгломерати появились на початку ХХ століття в Сполучених Штатах Америки, але батьківщиною сучасного виду таких об'єднань вважається Європа. Діагностикою приналежності фінансових груп до фінансових конгломератів в Європейському Союзі займається Тимчасовий робочий комітет з фінансових конгломератів (The Interim Working Committee on Financial Conglomerates – IWCFC).

. На сьогодні у світі функціонує близько 80 фінансових конгломератів, діяльність яких носить глобальний характер. Так, наприклад, американський фінансовий конгломерат AIG, здійснює свою діяльність у 130 країнах. Фінансові конгломерати із таких розвинених країн як США, Велика Британія, Німеччина, Нідерланди, Франція, Швеція, Австрія є ключовими гравцями світового фінансового ринку [3, с. 556].

Входження міжнародних фінансових конгломератів на фінансовий ринок України почалося порівняно недавно в 2005 році, шляхом злиття та поглинання банків з іноземним капіталом та долучення до них міжнародних страхових компаній із високою фінансовою репутацією.

У банківському сегменті вітчизняного фінансового ринку функціонує декілька найбільших міжнародних фінансових конгломератів такі, як: Citigroup, ING Group, Credit Agricole, Deutsche Bank, Intesa Sanpaolo S.P.A., SEB, BNP Paribas, OTP Bank [1, с. 149].

Вони є потужними інвесторами в Україні. Нині частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків складає 56%.

Аналіз структури та сфери діяльності міжнародних фінансових конгломератів в Україні показав, що більшість із них мають

114 банкоцентричний характер, тобто, вони функціонують на ринку як міжнародні фінансові конгломерати першого виду – bancassurance, і ключовим фінансовим посередником у таких об'єднаннях є крупні іноземні банки (табл. 1).

Таблиця 1 – Міжнародні фінансові конгломерати на ринку банківських послуг України

№	Фінансовий конгломерат	Країна походження	Учасники	
			Банки	Інші
1.	Citigroup	США	«СітіБанк»	
2.	BNP Paribas	Франція	АТ «Укрсиббанк»	СК «АХА Страхування»
3.	ING Group	Нідерланди	ІНГ Банк Україна	СК «Інг Життя Україна»
4.	Credit Agricole S.A.	Франція	ПАТ «Креді Агріколь банк»; «Індустріально-Експортний банк»	
5.	RZB-UNIQA	Австрія	ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	СК «Уніка»; ТОВ «Райффайзен Інвестмент»
6	SEB	Швеція	ПАТ «СЕБ Корпоративний банк»; «Факторіал банк»	
7.	«Intesa San Paolo S.p.A	Італія	ПАТ «Правексбанк»	
8.	OTP Bank	Угорщина	ОТП Банк	
9.	Deutsche Bank,	Німеччина	«Дойче банк»	

Джерело: [3, с. 557]

У цьому році, як і у попередні роки, перші 5 сходинки у рейтингу банків за їх надійністю займають саме банки іноземних груп: ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»; ПАТ «Креді Агріколь банк»; АТ «Укрсиббанк»; «СітіБанк»; «ІНГ Банк Україна» [5]. Вони ведуть досить виважену фінансову, цінову політику, жорсткий контроль ризиків. Всі банки, що належать міжнародним фінансовим холдингам, є стійкими, постійно платоспроможними та успішно пережили усі кризові періоди в банківському секторі України. Їх власники відіграють важливу роль при поповненні капіталу і ліквідних ресурсів в стресових ситуаціях.

Фінансові конгломерати типу allfinance в Україні представлені фінансово-промисловими групами, серед яких найбільший холдинг System Capital Management, до якого входять компанії Метінвест і ДТЕК, Перший Український Міжнародний Банк і Ренесанс-Капітал, АСКА і АСКА-Життя, телекомунікаційна група Vega, Медіа Група «Україна» і видавничий холдинг «Сьогодні Мультимедіа», ЕСТА Холдинг (нерухомість), Український Ритейл (роздрібна торгівля), UMG (видобуток мінералів), Паралель (оператор ринку нафтопродуктів), HarvEast (сільське господарство), машинобудівний холдинг «Гірничі машини», транспортний холдинг «Портінвест» та інші. 100% акцій цього конгломерату належать Рінату Ахметову.

ПАТ «Таскомбанк» є ключовою компанією досить великої фінансово-промислової групи «ТАС», куди крім цього банку входять: ПАТ «Універсал Банк»; ПАТ «ВіЕсБанк»; ПАТ «СК «Індустріальна»; ПАТ «СК «ТАС»; ПрАТ «Страхова Група «ТАС»; ПрАТ «СК «Ейгон Лайф Україна»; ТОВ «ТАС-Фінанс Консалтинг»; ТОВ «Ассістас Консалтинг»; ТОВ «ТАС Ессет Менеджмент»; ТОВ «ТАС ЛІНК»; ТОВ «Фінансова компанія «Центр Фінансових Рішень»; ТОВ «Фінансова компанія «Європейська агенція з повернення боргів»; ТОВ «Перемога Фінанс Актив»; ТОВ «Велко Інвест»; ТОВ «УЛФ-фінанс» [3, с. 558].

Фінансові конгломерати є потужними інвесторами в Україні, але батьківщина їх походження відіграє дуже важливу роль. На макроекономічному рівні в короткостроковій перспективі міжнародні фінансові конгломерати підвищують ефективність фінансової системи, сприяють впровадженню нових технологій і менеджменту, а також розвитку зв'язків з міжнародним ринком, а з іншого боку, вони стають монополістами на ринку і витісняють з нього місцеві фінансові установи. Поряд з позитивним ефектом для національної економіки міжнародні фінансові конгломерати несуть загрозу швидкого поширення міжнародних криз, оскільки крах одного міжнародного конгломерату приносить кризу в усі країни і ринки, де він присутній, що створює глобальний ризик.

Створення фінансових конгломератів супроводжується зниженням числа учасників всього фінансового ринку або декількох його секторів, що призводить до зростання процентних ставок для кінцевого споживача фінансових послуг. В результаті всього цього, скорочення конкуренції в довгостроковій перспективі не стимулює ефективність фінансової системи. Ця особливість характерна саме банко центричним фінансовим конгломератам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варцаба В.І., Заславська О.І. Інтеграція банків та небанківських кредитних установ в Україні: ризики та проблеми взаємодії. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2019. №1(53). С. 146-153.
2. ДИРЕКТИВА 2002/87/ЄС ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ ТА РАДИ від 16 грудня 2002 року /Електронний ресурс/ Режим доступу: https://minjust.gov.ua/m/str_45895

3. Кремень В.М., Бочкарьова Т.О. Діяльність фінансових конгломератів та їх вплив на стійкість фінансового сектору України. Мукачівський державний університет:- ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ. 2017. Випуск №12

4. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>

5. Електронний ресурс / Режим доступу: <https://forinsurer.com/rating-banks>.

Крамаренко А.В.

Кандидат екон. наук, доцент

Вишневська М.К.

Кандидат техн. наук, доцент

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

У АТ КБ «ПриватБанк» існує унікальний канал зв'язку, яким кожен співробітник банку може запропонувати різноманітні ідеї щодо вдосконалення роботи банку в цілому, або впровадження нових продуктів чи послуг. Сервіс має назву «Інтелектуальний фонд». Співробітник має можливість подати свою ідею до відповідного бізнесу чи напрямку через посилання на робочому столі під своїм обліковим записом.

Протягом визначеного терміну адресат ідеї зобов'язаний розглянути подану до його напрямку пропозицію, оцінити її за певною шкалою і винести по ній відповідне рішення. Оцінки показують якість ідеї, відповідність прибутку до витрат на її реалізацію та реальну необхідність чи можливість запровадження такої ідеї.

Розглянемо активність персоналу за останній рік. Загалом подано більше 1,5 тис. ідей, серед яких реалізовано близько 50 %. Це досить великий відсоток, який свідчить про те, що співробітники подають дійсно корисні ідеї, які в подальшому можуть принести банку прибуток.

Найбільший відсоток ідей реалізовано по бізнесу споживчого кредитування – більше 90%. Бізнес споживчого кредитування займається погодженням та видачею кредитів на нерухомість та автомобілі. В сучасних реаліях українцям дуже важко придбати житло чи автомобіль без позик, тому ідеї спрямовані на введення нових кредитних продуктів, за допомогою яких клієнтам буде зручніше обрати та оплатувати обраний товар.

Одною з таких ідей є інтернет-майданчики Planetestetta Planetavto, на яких будь-який користувач може розмістити своє майно на продаж, а інший користувач може оформити це майно у кредит через банк.

По напрямку платежів та переказів реалізовано близько 65% ідей. Майже все всі операції клієнтів банку пов'язані з платежами. Один з останніх

проектів– приймання платежів на рахунок приватного підприємця чи юридичної особи за допомогою QR–коду. Клієнт безкоштовно може замовити плакат з кодом у Приват24, розмістити його на своїй торгівельній точці і приймати платежі одразу на свій рахунок. Даний сервіс, по-перше, безпечний, адже отримувач застрахований від фальшивих грошей, по-друге, значно швидший, адже відсканувати код займає у рази менше часу, ніж стояння в чергах, по-третє, даний спосіб оплати не потребує ніяких документів і інкасації наприкінці дня.

Бізнес «Кредитні картки та зарплатні проекти» реалізували більше 60% ідей. Одна з таких ідей – видача кредиту готівкою через банкомат. Продукт користується величезним попитом через клієнтів банку через економічну вигоду. Оформлюється безкоштовно, на 10 місяців, відсоток за користування 2,9 на місяць. Для порівняння, щоб зняти кошти з кредитної картки, клієнт втрачає 4% комісії, щомісячна плата за користування лімітом складає 3,6%.

В департаменті зовнішньо-економічної діяльності (ЗЕД) реалізовано близько 20% ідей. Це свідчить про незацікавленість співробітників відділу у інноваційній діяльності.

Загалом можна сказати, що співробітники банку не бояться висловлювати свої думки, пропонувати нове.

Пропонувати інновації може кожен співробітник, проте це завдання покладене у службові обов'язки керівників проектів. Під проектом розуміємо якусь ідею, що була запропонована та передана до реалізації.

Керівники проектів мають не просто реалізувати свої розробки, а й удосконалювати їх, показуючи, що дані ідеї дійсно приносять прибуток банку.

Створення інноваційного продукту вимагає від банку розвиненої організаційної структури з ініціювання, підтримки та впровадження інновацій, потужного виробничого потенціалу, виконання фундаментальних досліджень із подальшим застосуванням їх результатів.

Пелих М.Ю.

магістр

Вишневка М.К.

канд. техн. наук, доц.

Національна металургійна академія України

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Обсяг продажів є одним з найважливіших показників результативності фінансово-господарської діяльності підприємства, відображаючи фактично реалізований обсяг продукції. Таким чином, обсяг продажів виступає і в якості показника платоспроможного попиту – чим він вищий, тим більше рівень

продажів. Обсяг продажів прямо впливає на рівень прибутку підприємства. Як правило, між ними існує пряма залежність.

З проблемою збільшення обсягів реалізації продукції стикається кожне комерційне підприємство, тому існує безліч способів її вирішення. Вони описані науково, але майже всі потребують значних фінансових інвестицій, але не завжди є така можливість. Тому пошук способу збільшення обсягів реалізації, який не потребував би значних грошових коштів, але був би ефективним, є достатньо актуальним.

Проблема збільшення обсягів виробництва продукції згадується як у працях вітчизняних вчених, так і зарубіжних науковців: І. Ансоффа [1], В. Приймака [2], І.Т. Абдукаримова, О.А. Біловодської, Ф.Котлера [3], Я.С. Ларіної, А.К.Нестерова, П.Ф. Друкера тощо. Не зважаючи на те, що зазначена проблематика досліджувалася рядом науковців та вчених, у сучасному мінливому світі неможливо спиратись лише на вже існуючі способи вирішення проблеми збільшення обсягу продажу. Розробки вчених вже пройшли перевірку часом і мають важливе значення для нових підприємств і організацій, але процес постійного вдосконалення триває.

Збільшення продажів – це спосіб підвищення рентабельності будь-якого підприємства торгівлі. Для цього розробляється і впроваджується програма заходів, метою яких є залучення більшої кількості покупців. При цьому не має значення, чим саме торгує та чи інша фірма, метою якої є збільшення обсягів реалізованих товарів. В умовах кризових явищ, що протікають в економіці країни, і високо конкурентної боротьби, обсяг продажів і його збільшення є основою виживання і розвитку в довгостроковій перспективі [2, с. 36]. Цим пояснюється актуальність пошуку способів збільшення обсягу продажу.

Для збільшення обсягів продажу продукції можна використовувати один з маркетингових інструментів – управління асортиментом [1, с. 41].

Управління асортиментом включає в себе:

- вивчення типології покупців (класифікація за статево-віковими ознаками, характером попиту (види товарів, кількість, частота здійснення покупок, поведінка), визначення їх поточних і перспективних потреб, вимог до товарів і умов продажу;

- вивчення пропонованого виробничого асортименту на основі інформаційних джерел (прайс-листи, інтернет-сайти, маркетплейси, форуми, спеціалізовані друковані видання, рекламно-інформаційні матеріали);

- критичний аналіз споживчих властивостей і якості конкуруючих товарів-аналогів, тенденцій попиту на ці товари. Проведення експрес-дослідження (тестування) якості з урахуванням способів використання товарів потенційними покупцями (з'ясування прийнятності цих товарів за основними показниками);

- аналіз торгового асортименту за основними показниками;

- рішення про оптимізацію, оновлення торгового асортименту, включення і виключення товарів;

- розробка упаковки [4, с. 65].

Так, перед керівником будь-якої оптової компанії, корпоративного відділу або роздрібною мережі рано чи пізно постає питання – як сформувати асортимент товарів таким чином, щоб він задовольняв потреби клієнтів і при цьому приносив найбільший прибуток продавцю.

Для кожного каналу збуту і типу клієнта критерії актуальності товарів мають свої пріоритети. Для оптових клієнтів найбільш актуальні ціна і широта асортименту, роздрібні клієнти найменш сприйнятливі до ціни товару, але дуже вимогливі до його споживчим і естетичним характеристикам. Є критерії, які важливі для представників будь-якого каналу збуту і не залежать від часу – якість товару, що продається, популярність і імідж торгової марки.

У процесі планування асортименту використовується весь спектр інформації та різноманітні методи:

- опитування з побажаннями клієнтів по введенню товарів в канали збуту;
- аналіз внутрішньої статистичної інформації про продажі і прибутковості товарів;
- аналіз поточної наповненості асортиментної матриці;
- аналіз вторинної зовнішньої інформації з даними про ємність і динаміку товарних ринків, що представляють інтерес для фірми;
- аналіз пропозицій конкурентів;
- звіти про відвідування виставок;
- пропозиції менеджерів по введенню товарів [3, с. 112].

При формуванні асортименту товарів використовуються відомі і класичні методи управління, такі як:

а) метод АВС-аналізу управління асортиментом, заснований на принципі Парето;

б) суть категорійного менеджменту як методу управління асортиментом – полягає в розбитті всього наявного у фірми асортименту товарів на однорідні групи (з точки зору споживача або характеру споживання), які закріплюються за певним категоріями менеджером і управляються їм на основі аналізу економічних показників (темپ зростання обороту, валовий дохід, прибуток);

в) асортиментна матриця – прототип моделі стратегічної поведінки фірми в довгостроковій перспективі на товарному ринку і в каналах збуту [4, с. 416].

При формуванні річного асортиментного плану розглядається доцільність введення і виведення тієї чи іншої асортиментної позиції, виходячи з економічних і споживчих критеріїв, закладених в ній. При наявності керованої матриці легше вирішуються питання планування, введення, висновок щодо актуальності товару, оцінка ефективності, моніторинг та порівняльний аналіз.

Згодом відбувається зміна споживчих переваг, а слідом за ними змінюються значення, вага критеріїв і ступінь їх впливу на прийняття рішення. Хоча ціна товару завжди лишатиметься актуальним і важливим критерієм для будь-якого учасника ринкових відносин, останнім часом спостерігається зростання інтересу клієнтів в сторону більш дорогого, марочного і якісного товару, ніж дешевого і менш якісного.

Природно, щоб підтримувати асортимент в актуальному стані, необхідно проводити його моніторинг і постійно оновлювати шляхом введення і виведення асортиментних позицій. І якщо обороти фірми постійно зростають, то можна однозначно сказати, що її асортимент актуальний.

Управління асортиментом здається, на перший погляд, незначним методом покращення фінансового стану підприємств, але є складним та багатоплановим полем праці менеджера. При правильних оцінках показників, логічних рішеннях та впровадженнях, як показує практика, можливо розробити такий асортимент продукції, що стане абсолютно вигідним, та принесе значну комерційну вигоду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Новая стратегия / И. Ансофф. – М.: [б.и.], 1998. – 510 с.
2. Приймак В.М. Конкурентоспроможність підприємства в епоху економіки: [навч. посіб.] / В.М. Приймак. – К.: Атіка, 2018. – 344 с.
3. Мескон М.Х. Основи менеджменту. – М.: Справа, 2005. – 800 с.
4. Нестеров А.К. Збільшення продажів товарів // Освітня енциклопедія ODiplom.ru – <http://odiplom.ru/lab/uvelichenie-prodazh-tovarov.html>

Мельник Ж. Г.

магістрант спеціальності «Менеджмент і адміністрування»

Чербило В. В.

магістрант спеціальності «Менеджмент і адміністрування»

Рибалко-Рак Л. А.,

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,

Полтавський університет економіки і торгівлі

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЗВ'ЯЗУЮЧИ ЕЛЕМЕНТ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Динамічні та складні зміни у зовнішньому середовищі впливають на внутрішнє середовище підприємства і вимагають змін у його організаційній культурі. Тому на сьогодні особливо актуальним є дослідження проблеми управління нематеріальними активами підприємства, серед яких ключове місце займає організаційна культура, саме на її основі впроваджуються інноваційні технології, ідеї, ініціативи.

Науковцями, які започаткували дану сферу знань є такі зарубіжні фахівці як М. Армстронг, Л. Аргоут, Е. Гоффман, Т. Діл, Е. Долан, Д. Денісон, К. Камерон, Р. Куїнн, Д. Коттер, Р. Лінтон, Е. Ніл, Г. Мінцберг, У. Оучі, Е. Петтігрю, С. Роббінз, Р. Рюттингер, Д. Руссо, Дж. Стоунхаус, Г. Трайс, Д. Тан, Е. Шейн, Г. Хофстед, Л. Холл, Д. Хескет. Ці дослідники започаткували вивчення організаційної культури як важливого чинника внутрішнього середовища підприємства, вони вивчали методологічні, науково-теоретичні і

науково-прикладні проблеми формування і впровадження організаційної культури на підприємстві. У своїх дослідженнях науковці зосереджуються на системному підході до організаційної культури підприємства, досліджують можливості впливу організаційної культури на ефективність менеджменту підприємства в цілому.

Метою поданого дослідження є визначення управлінського змісту категорії «організаційна культура» як елемента внутрішнього середовища підприємства.

Організаційна культура – це комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та мають своєю метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей [2, с.38]. К. Камерон зазначає, що організаційна культура виявляється в тому, що є для неї цінним [1, с.45]. М. Мескон трактує культуру як клімат в організації, що відображає звичаї, притаманні організації [6]. Г. Хаєт розглядає організаційну культуру як систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склались в організації та її підрозділах за час діяльності та які сприймаються більшістю співробітників [3, с.11].

Е. Шейн, досліджував організаційну культуру як сукупність основних переконань, сформованих самостійно, засвоєних або розроблених певною групою в міру того, як вона вчиться вирішувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які виявилися досить ефективними, щоб вважатися цінними, а тому передаватися новим членам як правильний спосіб сприйняття, мислення та відношення до конкретних проблем [4]. М. Армстронг стверджував, що організаційна культура це сукупність переконань, відносин, норм поведінки і цінностей, спільних для всіх працівників даної організації. Вони не завжди можуть бути чітко виражені, але за відсутності прямих інструкцій визначають спосіб дій і взаємодій людей і в значній мірі впливають на хід виконання роботи [2].

Л. Елдрідж та А. Кромбі визначають культуру організації як унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей визначають [5]. На думку У. Оучі організаційна культура – це символи, церемонії та міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності і переконання [6].

Цінності, які формують організаційну культуру, не лише дають відповідь на питання – у який спосіб повинні діяти суб'єкти організації, але також встановлюють цілі організації з метою визначення конкретних напрямів їх досягнення на основі визначених пріоритетів.

Дослідження організаційної культури як об'єкта управлінської діяльності формує для сучасного менеджменту завдання щодо оволодіння засадами організаційно-культурного підходу до управління, який створює системне

уявлення щодо процесів розвитку і функціонування організацій із врахуванням механізмів поведінки суб'єктів – персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры [пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой]. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
2. Маркіна І.А., Рибалко Л.А. Система управління якістю в галузі торгівлі організацій та підприємств споживчої кооперації: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 163 с.
3. Хаєт Г.Л., Єськов О.Л., Хаєт Л.Г. Корпоративна культура. К.: ЦУЛ, 2003. 403 с.
4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование / Пер. с англ. С. Жильцова, А. Чеха; Под ред. В. А. Спивака. СПб.: Питер, 2002. 345 с.
5. Eldridge J., Crombie A. A sociology of organization. London: Allen&Unwin, 1974.
6. Ouchi W. Theory «Z»: How American business can meet the Japanese challenge. Reading, MA: Addison-Wesley, 1981.

Погорелов С.М.,

канд. екон. наук, доц.

Дьякова Н.М.,

ст. викладач

Строк Д.Д.,

студент гр.БЕМ-1117в

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

РОЗВИТОК МЕТОДІВ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

В основному зовнішнім ринком для підприємства є зарубіжний ринок, але в цілому стратегії виходу на цей ринок можуть успішно застосовуватися і для розширення бізнесу в регіони, які існують за межами її поточної діяльності. Це може бути не обов'язково регіон іншої країни або континенту. Підприємства, що бажають вийти на новий рівень - міжнародний, намагаються стати учасниками на іноземному ринку. При виході на зовнішній ринок підприємство повинна чітко визначити час виходу на ринок, тобто стати першою. Так само підприємством повинен бути визначений масштаб виходу на ринок, а саме чи буде захоплення проведений агресивно або поступово. В основному даний етап залежить від інвестицій, ресурсів і управлінських компетенцій підприємства. І останнім етапом отримання доступу до ринку буде - місце, тобто на яких сегментах ринку вигідно розташуватися. Підприємство, таким чином, знаходить «золоту середину» між своїми витратами, ризиками і привабливістю галузі на зарубіжному ринку.

У підприємства повинні бути альтернативні способи виходу на зовнішній ринок. Вирішивши зайнятися збутом в тій чи іншій країні, підприємство повинна вибрати найкращий спосіб виходу на обраний ринок. Вона може зупинитися на ієрархічній побудові бізнесу, експорті, спільній підприємницькій діяльності або прямому інвестуванні за кордоном. Кожен з цих способів має свої переваги й недоліки. Щоб підприємство змогла визначити яка стратегія їй підходить більше, потрібно провести аналіз всіх трьох.

Такий метод як *ієрархічна побудова бізнесу* передбачає контроль за бізнесом на зовнішньому ринку. Даний напрямок має назву - інвестиційний спосіб розширення бізнесу. Стратегія має два шляхи: покупка готового бізнесу на зовнішньому ринку; побудова нової компанії з нуля. Ієрархічний спосіб має високий рівень контролю, низькою гнучкістю, а також високим ступенем ризику.

Однією з відомих стратегій є *експортна діяльність*. Суть цієї стратегії полягає в тому, що підприємство виробляє товари або послуги на своєму внутрішньому ринку і продає ці товари вже на зовнішньому ринку. Якщо підприємство обрала дану стратегію, то потрібно визначити які функції в просуванні продукту вона залишить собі, а які передасть посереднику на зовнішньому ринку. Експортну діяльність поділяють на пряму, непряму і спільну. Прямий експорт має на увазі під собою продаж товару на зовнішній ринок шляхом укладення прямих контрактів з посередниками і дилерами, в даному випадку всю операційну діяльність компанія-продавець бере на себе. Непряме напрямок експортної діяльності передбачає пошук посередника на зовнішньому ринку, який продає товар. Такі посередники вже досвідчені в своїй справі і мають усталену зв'язок з дилерами для продажу продукту. А спільний експорт - це кооперація компанії з іншими компаніями на внутрішньому ринку для організації прямих поставок на зовнішній ринок, найчастіше підходить для невеликих компаній. У експортної діяльності явно простежується низький ступінь ризиків, низький рівень контролю і висока гнучкість.

При *посередницькій діяльності* залучається третя особа, а саме підприємство передає третій особі (посереднику) свої досвід і знання, частина ресурсів, а натомість отримує гарантію транслювання на цільовій зовнішній ринок певної стратегії і певну гарантію продажів. Такий спосіб виходу на ринок характерний в основному для високотехнологічних підприємств, які володіють унікальним продуктом. Але в даному способі існує декілька важливих і відносно самостійних напрямків. Розглянемо їх докладніше:

- *ліцензування* - вид співпраці, при якому компанія передає право використання іншої компанії в іншій країні свої унікальні розробки, товарні знаки, патенти в рамках договору;

- *франчайзинг* - форма тривалого співробітництва декількох підприємств, при якому компанія з відомим на ринку ім'ям перепродує права на нього разом з технологією виробництва або продажу товару або послуги незалежним від неї підприємствам;

- *контрактне виробництво* має на увазі передачу виробництва підприємством на місцевому ринку і збереження за головною компанією таких функцій як маркетинг, дистрибуція і продаж;

- *спільні підприємства* - це окремі підприємства, в яких розділена ступінь відповідальності і ризиків між власниками. Тобто підприємство, що створює якесь спільне підприємство з гравцем на зовнішньому ринку, отримує доступ до знань, ресурсів і технологій;

- *управління за контрактом*. У цьому випадку фірма представляє закордонному партнеру «ноу-хау» в галузі управління, той забезпечує необхідний капітал. Таким чином, фірма експортує не товар, а скоріше управлінські послуги. Управління за контрактом на якийсь час позбавляє фірму можливості розгорнути власне підприємство;

- *підрядне виробництво* – це укладання контракту з місцевими виробниками на випуск товару. Підприємство, яке бажає скористатися цим методом знаходить в іншій країні кваліфікованих виробників, які потім виготовляють її фірмові товари, і продає їх. Недолік підрядного виробництва - менший контроль фірми за процесом виробництва і втрата пов'язаних з цим виробництвом прибутків. У той же час підряд дає промисловому підприємству можливість розгорнути свою діяльність швидше, з меншим ризиком і з перспективою стати партнером місцевого виробника або купити його підприємство.

Посередницька діяльність різноманітна, ліцензування підходить для фармацевтичних і технологічних компаній, а франчайзинг для підприємств які володіють бізнес-процесом, такі як ресторани швидкого харчування або кав'ярні.

Пряме інвестування. Найбільш повна форма залучення до діяльності на зарубіжному ринку - приміщення капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підприємств. У міру накопичення фірмою досвіду експортної роботи і при досить великому обсязі зарубіжного ринку виробничі підприємства за кордоном обіцяють їй все більші вигоди. Фірма може заощадити гроші за рахунок більш дешевої робочої сили або більш дешевої сировини, за рахунок пільг, що надаються іноземними урядами закордонним вкладникам, за рахунок скорочення транспортних витрат. Створюючи робочі місця, фірма забезпечує собі більш сприятливий образ в країні-партнері. У фірми встановлюються більш глибокі відносини з державними органами, клієнтами, постачальниками і дистриб'юторами приймаючої країни, що дає можливість краще пристосовувати свої товари до місцевої маркетингової середовищі. Крім того, фірма зберігає повний контроль над своїми капіталовкладеннями і, отже, може розробляти такі стратегії, які будуть відповідати її цілям в міжнародному масштабі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Способы выхода на внешний рынок», <http://www.mainmarketing.ru>
2. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

3. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU «KhPI», 2018.- 689 p.
4. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
7. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 3. Управление ассортиментом продукции. – Москва : НПО "РИМ", 1991. – 77 с.
8. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.
10. Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. Основы маркетинга высоких технологий. Харьков : ХГПУ, 1999. 242с.
11. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
12. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства // *Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія*. – Суми : Триторія, 2018. – Розд. 7.2. – С. 301-314.
13. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: *Знання*, 2009. – 1070 с.
14. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
15. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
16. Kocziszky, György, Veres Somosi M., Kobieliava T.O. Reputational compliance // *Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017»* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – С. 140-143.
17. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства.- *Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка* - Суми: Видавець СНАУ, 2018.- С.31-43.
18. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobieliava // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

Пономаренко О.О.

к.економ. наук, доцент

Лісна І.Ф.

к.економ. наук, доцент

Пивавар І.В.

к.економ. наук, доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ, ЯК СКЛАДОВОЇ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Організаційно-економічний механізм регулювання трансакційних витрат – це комплексна система, яка містить сукупність організаційних і економічних важелів, що забезпечують високу ефективність у сфері регулювання трансакційних витрат.

Важливими складовими організаційно-економічного механізму регулювання трансакційних витрат виступають завдання та принципи в аналізованій сфері. Такою системою є електронний уряд, який має цілий ряд переваг, серед яких переконливість управління, центральна роль знання, довіри і репутації. В таких умовах пріоритетним завданням є оптимізація трансакційних витрат суб'єктів підприємництва, держави та громадянського суспільства, а основними принципами організації е-уряду є орієнтація на громадян, зручність і простота використання, бізнес-трансформація, вартість і складність, обслуговування тощо.

Ступінь і характер втручання держави в функціонування економічної системи сформував сучасний специфічний уклад, який зумовив тенденції зростання трансакційних витрат національної економіки.

Аналіз трансакційних витрат на макрорівні дозволить розробити та запровадити заходи оптимізаційної та регуляторної політики щодо зниження цих витрат, зумовлених адміністративними бар'єрами та податковими навантаженнями. В формуванні трансакційних витрат найбільшу частку займають економічні та правові чинники. Таким чином, економіко-правові фактори трансакційних витрат у більшості аспектів можуть бути предметом державного впливу в межах економічного та адміністративного управління. У зв'язку з цим, їм слід приділити найбільше уваги під час визначення методів контролю та управління.

Держава має сприяти спрощенню процедур та механізмів для отримання необхідної економічної інформації, здійснювати розробку заходів щодо підвищення прозорості середовища функціонування економічних суб'єктів, сформувати правову базу, яка б дозволила ефективно й справедливо вирішувати господарські конфлікти. Використовуючи економічні та адміністративні методи регулювання, держава в особі органів управління економікою може контролювати величину трансакційних витрат з метою

підвищення загальної ефективності управління економічними процесами та запобігання негативним явищам ринкової економіки.

Як показує досвід розвинених країн, процес оптимізації трансакційного сектора передбачає не лише зменшення непродуктивних, а ще й збільшення ефективних трансакційних витрат, що в кінцевому випадку призводить до покращення показників, які характеризують високу якість економічної моделі розвитку країн. Відповідно, головною метою управління даними витратами окремих суб'єктів господарювання стає не зниження їх рівня, а ефективне використання, а отже отримання прибутку, який «виправдовує» ці витрати.

Через недосконалість державної регуляторної політики, яка створює сприятливі передумови для тінізації бізнесу, рівень непродуктивних трансакційних витрат підприємницького сектору є надзвичайно високим.

Відсутність моніторингу та регулювання трансакційних витрат на макrorівні унеможлиблює отримання чіткої і точної інформації про функціонування цього типу витрат під час взаємодії між економічними суб'єктами і не дозволяє взяти до уваги відповідні параметри економічної системи при здійсненні на неї регулюючого впливу. Тому, ідентифікація та оцінка трансакційних витрат, їх планування, облік та контроль є основою успішного розвитку підприємства, а отже і стійкого зростання економіки та підвищення добробуту населення країни.

Електронний уряд справедливо розглядається більшістю дослідників не тільки як засіб підвищення ефективності публічного управління, але і як основоположний елемент нової моделі демократії інформаційного суспільства, оскільки технології е-уряду створюють передумови для дієвого включення громадян та громадських груп в процеси вироблення та реалізації державної політики. Разом з тим, незважаючи на очевидний компонент, пов'язаний з розширенням можливостей громадської участі у прийнятті рішень, парадигмою побудови систем електронного уряду стала проста інформатизація та автоматизація наявних бюрократичних процедур без перегляду основоположних принципів організації державного апарату.

Отже, для ефективного впровадження електронного уряду в Україні, необхідно змінити філософію уряду на всіх рівнях державного управління, що призведе до підвищення ефективності роботи уряду, розвитку державних електронних послуг високої якості, зниження адміністративного тиску бюрократичних процедур на суб'єктів господарювання, розвитку кваліфікованої робочої сили, стимулювання інновацій та регулювання трансакційних витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гавкалова Н.Л. Управління розвитком промислового підприємства в контексті зниження трансакційних витрат / Н.Л. Гавкалова, Т.А. Власенко // *Вісник Національного технічного університету "ХПИ"*. Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. - 2014. - № 64. - С. 58-61.

2. Grytsaenko, M. (2017). *Transaktsiivnyvytratynatsionalnoiekonomiky: sutnist, klasyfikatsiia ta otsinka* [Transaction costs of the national economy: essence, classification and evaluation]. *Socio-Economic Problems and the State*. 17 (2), 41-55.

Бутенко О. П.

канд. екон. наук, доцент

Гончарова А. С.

магістр

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

За досвідом більш розвинених країн, здійснення виваженої державної фінансової політики, а саме підтримки малого бізнесу, є необхідною складовою сучасної фінансової політики в економічній сфері. Допомога держави малому підприємству в кризових умовах розвитку економіки може призвести до поліпшення економічної ситуації, як у регіонах, так і в країні в цілому.

Наразі мале підприємство, яке є рушійною силою всієї економіки держави, дає надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для економічного зростання [1]. Країни з розвинутою економікою, максимально намагаються сприяти розвитку малого підприємства. Для його подальшого існування вони намагаються створити сприятливий економічний клімат, розробляють та здійснюють різні заходи фінансової підтримки державою [2].

Функціонування малого підприємства має багато переваг, саме малі підприємства мають здатність швидко прилаштовуватись до зміни кон'юнктури ринку, економічних і політичних перетворень у державі. Суб'єкти малого підприємства максимально реагують на появу нових потреб споживачів та їх зміну, оскільки зазвичай їхня діяльність відбувається у сфері послуг, саме від якості їхньої роботи залежить комфорт нашого життя. Мале підприємство визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП. Мале підприємство дає можливість «економити» державі на соціальних виплатах по безробіттю, на створенні та облаштуванні нових робочих місць. Від суб'єктів малого підприємства держава має додаткові доходи у вигляді податкових надходжень, надходжень до фонду соціального страхування та пенсійного фонду [3].

Внаслідок виникнення COVID – 19 малий бізнес виявився найбільш уразливим та почав нести не малі збитки. Власники малих підприємств зіштовхнулися з низкою проблем, а саме зрив закупівель та постачання, зменшення обсягів продажів, нестачею коштів для оплати оренди та зарплати персоналу, нерівне положення з великими корпораціями, які попри заборони продовжують працювати, та це лише малий перелік створених проблем [4].

Більшість підприємств малого бізнесу, а це близько 4 млн робочих місць, втратили до 75% доходів. За даними Європейської бізнес-асоціації, кожен п'ятий малий бізнес може закритися, що призведе до скорочення надходжень в місцеві бюджети та зростання безробіття, зокрема серед вразливих верств населення [5].

У період карантину уряд тимчасово зупинив роботу всіх закладів громадського харчування, побутового обслуговування, ТРЦ, більшості магазинів, спортивних клубів, кінотеатрів, театрів та інших розважальних закладів, ринки не працювали кілька тижнів, через загрозу швидкого поширення COVID-19. Багато комерційних компаній, серед них івент-агенції, туристичні компанії, перевізники, готелі, хостели були вимушені зупинити свою роботу, оскільки їх послуги виявилися непотрібними під час карантину. Підприємства, які наразі залишилися та працюють, мусять скорочувати персонал та проводити різні заходи зі зменшення витрат. Карантинний режим, який склався на сьогодні день вимагає додаткових заходів контролю, постійного відстеження епідеміологічної ситуації та оперативного реагування на найменші зміни кількості нових випадків захворювання [6].

За статистичними дослідженнями, авторами встановлені галузі бізнесу, які зазнали найбільших втрат від карантинних вимог, це такі як гостинично-ресторанний та туристичний бізнес, який нараховує більше ніж 40% середніх підприємств та 27% малих від основної частки ринку. Також сюди відносяться сфера надання косметологічних послуг, кінотеатри та театри, торгово-розважальні центри, пасажирські перевезення, надання освітніх послуг, будівництво, івент-індустрія та інші. Тому багато напрямів бізнесу вимушені були змінити технологію надання послуг та запровадити он-лайн-обслуговування. Це виробники харчових та промислових товарів, ресторани та кав'ярні.

Усі вище перераховані чинники вказують на необхідність організації ефективної державної підтримки суб'єктів малого підприємництва в тому числі й фінансової, створення сприятливих умов та здорового конкурентного середовища, сприятливого інвестиційного, інноваційного, податкового та цінового режиму та забезпечення дієвого захисту державою під час фінансових криз. Найбільш постраждалим виявився мікро- та малий бізнес, тому йому необхідно приділити найбільший обсяг підтримки. Запуск роботи після карантину відбувається не швидко, а потім ситуація стає складнішою через появу другої хвилі вірусу, тому деяким підприємствам може знадобитися фінансова підтримка. Автори вважають, що між питаннями стосовно захисту громадського здоров'я та економічним добробутом важливо знайти компроміс та розробити конкретні рішення для захисту та підтримки малого та середнього підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Реверчук С. К. Малий бізнес: методологія, теорія і практика. К.: ІЗМН, 1996. 192 с.
2. Варналій З. С. Малий бізнес України: проблеми становлення та перспективи розвитку. *Урядовий кур'єр*. 1995. № 62-63. С. 4-6.
3. Кузьмін О. Є., Загородній А. Т., Громяк Л. С. Мали форми підприємництва. Навчальний посібник. Львів: Центр Європи, 1996. С. 4-36.
4. Петрів О.І. Сучасні тенденції розвитку малого бізнесу у світі. *Економіст*. 2004. №9. С.38-41.
5. Квіцинська М. У нерівних умовах: як держава (не) рятує малий бізнес на карантині. *Економічна правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/05/8/660263/>. (дата звернення: 30.09.2020).
6. Мироненко-Шульган О. Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. 2020. URL: <https://unba.org.ua/publications/print/5792-malij-biznes-v-umovah-pandemii-covid-19-pravove-regulyuvannya-finansovoi-pidtrimki-derzhavoyu.html>. (дата звернення: 30.09.2020).

Сичова О.Є.

канд. екон. наук, доц.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ РИНКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА

Чинники, що впливають на інтенсивність конкуренції на ринку та ступінь конкурентоспроможності компанії, мають різний ступінь передбачуваності. Тому система керування будівельною компанією повинна мати такий інструмент, який би дозволив їй успішно адаптуватися за неочікуваних змін умов зовнішнього середовища, правильно формулювати та коригувати довгострокові цілі та ефективно координувати свої ресурси та можливості з поставленими завданнями. Отже, об'єктивно виникає потреба в інструменті дослідження маркетингової діяльності компанії, який заснований на ефективному пошуку та усуненні помилок в прийнятій концепції маркетингу в стислі строки, а також на прогнозуванні ділової ситуації на ринку та аналізі її тренду або тенденцій. Інструментом, який відповідає цим запитам, є маркетинговий аудит ринку, за допомогою якого в компанії з'являється можливість без суттєвих витрат завдяки ефективній методиці мінімізувати маркетингові ризики та уникнути стратегічних помилок, а також розробити

комплексний план заходів, що сприяють досягненню цілей компанії та збільшенню її конкурентоспроможності на ринках.

Теоретичну основу дослідження склали праці вчених з маркетингового аудиту та консультування: Перерва П.[10], Олівье Н-Г., Рой Ж., Ветер М. [9]. Побудову концепції та стратегію маркетингового аудиту проаналізовано в працях Голубкова Е. [4], Гранберга А.[5]. Методи проведення аудиту активно розробляли: Бобров А. [1], Клевцов І.[7], Корягіна С.[8]. У проаналізованій науковій літературі практично відсутня спільна методологічна основа проведення маркетинг-аудиту ринку реалізації будівельної продукції. Як відомо, ціни на нерухомість формує ринок. Витратна частина під час будівництва є одним з багатьох чинників, що впливають на вартість 1 квадратного метру житлової та комерційної нерухомості. Інша справа, що використання професійного незалежного аудиту ринку значно знижує ризики для інвесторів. У перспективі це може привести до зниження цін. Проведення аудиту маркетингу доцільно, коли будівельна компанія починає реалізацію нового інвестиційно-будівельного проекту, однак існує невизначеність у формуванні найбільш вірогідних цін продажів збудованих приміщень, темпів та строків продажів, доходної частини проекту і т.п. або ж учасники проекту не можуть визначитися в тому, чи орієнтуватися здебільшого на оптимістичний чи, навпаки, песимістичний сценарій розвитку ринку.

Не зважаючи на тенденції відновлення світової економіки у першому півріччі 2019 р., а також позитивні прогнози світових економічних організацій на 2019–2020 рр., будівельний ринок, як і ринок нерухомості, залишаються у стані стагнації. Призупинилося нове промислове та комерційне будівництво, а строки введення багатьох розпочатих об'єктів перенесені на кращі часи в зв'язку зі світовою пандемією Covid -19. Мляве відновлення попиту на житлову нерухомість негативно відображується на розвитку банківського сектора, погіршуючи якість активів і економічних показників фінансових закладів, обмежуючи іпотечне кредитування та інвестиції в будівельний сектор. Все це впливає на кон'юнктуру ринку.

Окрім ринкових чинників, на вартість житлових приміщень впливає також ціла низка фінансових показників. Так, наприклад, існує пряма залежність між обсягом фінансових витрат на будівництво та рівнем цін на ринку. У цьому випадку необхідно провести маркетинг-аудит фактичної вартості будівництва 1м² житлової площі у великих містах і окремих регіонах України за попередній період. Не дивлячись на те, що дані за окремими регіонами в основному відображують ситуацію, характерну для них в цілому, їх можна співставити з цінами всередині міст.

Аналіз вартості житла за даними Держстату[2] в найбільших містах України дозволяє зробити висновок про те, що на неї, як на продукцію будівельного підприємства, впливають такі чинники:

1. Місце розташування району відносно центру міста.
2. Впорядкованість району і домоволодіння.

3. Наявність розвиненої інфраструктури.
4. Близькість транспортних розв'язок.
5. Відсутність чи наявність підприємств , які впливають на екологію району і населеного пункту в цілому.

Вказані чинники, по суті, є предметом більш детального маркетинг-аудиту, дані якого можна покласти в основу політики формування цін на продукцію будівельних підприємств, однак важливою попередньою умовою для цього є розробка методик.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобров А. Взаимодействие между отделами маркетинга и продаж / А. Бобров // Sales business/продажи. 2005. С. 41 .
2. Звітність (Статистична інформація (Економічна статистика / Економічна діяльність / Будівництво)https://ukrstat.org/uk/operativ/oper_new.html .
3. Гнопрієнко І.М. Маркетинговий аудит. навч. посіб. для студентів 3 курсу денної та заочної форм навчання спеціальності 075 Маркетинг окр.«бакалавр». Суми, 2019 рік. 123 с., С.24.
4. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры / Е.П. Голубков М.: Дело, 1995. С. 34-35.
5. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. 2-е изд. / А. Г. Гранберг. М.: ГУ ВШЭ, 2001. С. 90.
6. Катаев А. В. Соціально-орієнтований маркетинг-аудит : монографія /А. В. Катаев. Харків: Видавець Обережок В., 2005. 212 с.
7. Клевцов И. Маркетинговый аудит / И. Клевцов // Маркетинг. 2004, №6. С. 97.
8. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит - складник дослідження життєвого циклу розвитку підприємства // С. В. Корягіна. Вісник ЛКА. Львів: Видавництво ЛКА, 2007. Випуск 25. С.123.
9. Оливье Н-Г., Рой Ж., Ветер М. Оценка эффективности деятельности компании. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильяме», 2004.С.14.
10. Перерва П. Г. Становлення та розвиток маркетингового аудиту в Україні та світі // П.Г. Перерва. Бізнес-Інформ. 2012. № 1. С. 191.

Янченко Н.В.

Канд.екон.наук, доц.

Татаренко А.А.

студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПІДБІР ПЕРСОНАЛУ

У сучасних умовах, мабуть, вже нікого не потрібно переконувати у тому, що успіх підприємства в першу чергу обумовлений правильно підібраним та

належним чином мотивованим персоналом. Тому одним з першочергових завдань підприємця є вміння правильно підібрати персонал. Для цього можна скористатися різноманітними способами та методиками, залежно від досвіду та фінансових можливостей роботодавця. Час ставить нові вимоги як до персоналу, так і до вмінь керівника правильно його підібрати, розподілити по робочих місцях та мотивувати на ефективну роботу. У зв'язку з цим питання підбору персоналу є вкрай актуальними та потребують всебічного вивчення.

Підбір персоналу — це процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його відповідності до вимог робочого місця і підбору з наявних претендентів того, хто найбільше підходить на це робоче місце, з врахуванням його кваліфікації, спеціальності, особистих якостей, здібностей, характеру та інтересів організації. Це є досить складний і дорогий процес. Процес підбору здійснюється поетапно. Спочатку проводиться попередня співбесіда; заповнення заяв і анкет; співбесіда з менеджером з персоналу; тестування, перевірка рекомендації і послужного списку, медичний огляд. За їх результатами лінійні керівники або менеджер з персоналу приймають остаточне рішення про найм на роботу.

Пошук і залучення висококваліфікованих, талановитих робітників, фахівців, керівників і спеціалістів є одним з першочергових завдань для багатьох організацій, але не всі з них достатньо обізнані з сучасними технологіями підбору персоналу, діючи інтуїтивно, що в кінцевому підсумку не завжди призводить до позитивних наслідків. Тому особливого значення набуває повноцінне використання всіх переваг сучасних технологій підбору персоналу в контексті існуючих вимог з кадрового забезпечення підприємства.

Питанням сучасних методик підбору персоналу присвятили свої праці ряд вітчизняних та зарубіжних науковців. Втім, недостатньо розроблений методичний інструментарій їхнього практичного використання, не всі вони доступні для широкого кола підприємців, як у фінансовому аспекті, так і у розумінні їхнього економічного змісту та переваг.

Підбір персоналу – це система заходів, передбачених організацією для залучення працівників, що володіють необхідними професійними навичками та моральними якостями і здатних виконувати на виробництві всі посадові обов'язки. З точки зору підприємства на підбір працівників впливають три основні чинники: рівень висунутих вимог до персоналу, загальна кадрова політика, що складає імідж організації, включаючи оплату праці.

Керівництво підприємств проводить підбір тоді, коли виникає або усвідомлюється потреба у працівниках певної професії і кваліфікації. Потреба є результатом планування персоналу (новий штатний розклад) або наявності інтенсивної плинності кадрів. Головне завдання менеджера з персоналу – забезпечити наявність людей потрібної кваліфікації у потрібний час на потрібному робочому місці. Підбір нового персоналу для підприємства в кінцевому результаті зводиться до певного алгоритму дій і від якості

підібраних кандидатів на вакантні посади, залежать запланований результат роботи підприємства .

Помилки, що здійснюються на етапі підбору можна усунути шляхом чесного і відкритого обговорення з кандидатами всіх можливих сценаріїв розвитку подій. Менеджер з персоналу повинен заздалегідь розрахувати потенційний ризик і мати запасного кандидата, який у випадку необхідності зможе зайняти вакантне місце.

В умовах ринкової конкуренції актуальність підбору кадрів стали одними з найголовніших факторів, що визначають виживання і економічний стан підприємств. Підбір персоналу - найбільш відповідальний етап в управлінні персоналом. Уміння наймати на роботу найбільш підходящих людей гарантує отримання доходу, а не роботу в збиток, а також знижує плинність кадрів. Грамотна людина в організації є її важливим ресурсом, а вибрати грамотного людини серед цілого ряду кандидатів на вакантну посаду представляє собою велику проблему. Таким чином, тема вдосконалення системи підбору кадрів в даний час є дуже актуальною. Сучасний підхід до менеджменту людських ресурсів базується на визначенні, що персонал є основою конкурентоспроможності організації. Сьогодні основною проблемою є не просто найом людей, а найом саме тих, хто дійсно потрібен організації, що стане запорукою успішної діяльності.

Заходом поліпшення і спрощення існуючої системи підбору кадрів я вважаю використання тестування перед співбесідою. Тестування дасть змогу не тільки об'єктивно зробити оцінку як професійних так і особистих якостей потенційних претендентів, але й допоможе зекономити час та гроші підприємства, провівши первинний відсів кандидатів, що не відповідають вимогам за результатами тестування підприємства.

Аналізуючи викладене, можна зробити висновок, що незважаючи на те, що багато підприємств використовують безліч нетрадиційних методів відбору персоналу, кадровики та менеджери з персоналу досить часто з недовірою ставляться до них, сумніваючись в ефективності їх застосування. І це цілком зрозуміло, адже навіть і фахівці, які пропонують такі методики, радять їх використовувати тільки для отримання додаткової інформації в сукупності з традиційними методами підбору персоналу, ні в якому разі не обираючи нетрадиційну методику в якості основної й покладатися лише на її результати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иванова С. Как найти своих людей: Искусство подбора и оценки персонала для руководителя. М.: Альпина Пабlishер. 2013. 173 с.
2. Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки.
3. Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні *Бізнесінформ*. 2013. № 10. С. 227-231.

4. Куприянов А. Н. Развитие рекрутинга на рынке труда в России: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. М. 2011. 26 с.

5. Веснин В.Р. Основы менеджмента. М.: Институт международного права и экономики им. Грибоедова. 2004. 480 с.

6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Фирма Гардарики. 2001. 65 с.

Пакуліна А.А.

Канд.екон. наук, доцент

Татаренко А.А.

студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

КОНТРОЛІНГ ЯК ЦІЛІСНА КОНЦЕПЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Контролінг – це один з найновіших напрямів інформаційно-економічного розвитку підприємства. В сучасних умовах господарювання інтерес до нього проявляється у все більшій мірі, що зумовлено появою значної кількості перекладених видань з питань обліку, фінансів, ціноутворення тощо. Під терміном "контролінг" в зарубіжній літературі розуміють спеціально сконструйовану систему на основі інтеграції методів планування, обліку, аналізу, нормування, контролю та управління, яка забезпечує отримання, опрацювання та узагальнення інформації про діяльність підприємства. Така система разом з вирішенням оперативних завдань орієнтується і на стратегічні цілі.

Завдання контролінгу значно більші за обсягом від завдань управлінського обліку, який входить у систему контролінгу в якості однієї із складових. Іноді робиться посилання на те, що контролінг у ФРН рівнозначний управлінському обліку в США, Великобританії та інших країнах. В дійсності це не так. Зокрема, на німецьких підприємствах виділяється фінансовий облік (Finanzbuchhaltung), виробничий (Betriebsabrechnung) та контролінг (Controlling).

У сучасній практиці господарювання внутрішньогосподарський контроль набуває все більш розвинених способів та форм. Найбільш поширеним способом контролю є запровадження управлінського обліку. Управлінський облік представляє собою інтегровану систему обліку витрат та доходів, нормування, планування, контролю та аналізу, що дає змогу систематизувати інформацію для оперативних управлінських рішень та координації проблем майбутнього розвитку підприємства. Виникнення управлінського обліку пов'язане з появою правових та економічних відносин у середині підприємства, коли бухгалтерський облік почав розглядатися як одна з функцій управління.

Основні причини розвитку контролінгу на сучасних підприємствах: нестабільність, як зовнішніх (інтернаціоналізація економічного життя, загострення конкуренції на внутрішніх та світових ринках) так і внутрішніх (обсяги виробництва, пошук надійних партнерів) факторів, висувають додаткові вимоги до системи управління підприємством; необхідність пошуку більш нових та удосконалення вже існуючих систем управління, що забезпечують гнучкість та надійність функціонування підприємства; істотні зміни в організації та методології системи інформаційного забезпечення; відсутність коментарів різних варіантів управлінських рішень.

Види діяльності на підприємстві: операційна (те, чим займається), фінансова (та, що пов'язана з позичковим або зі збільшенням чи зменшенням свого капіталу), інвестиційна (здійснення інвестування, наприклад отримання дивідендів). Сутність системи управління складається у визначенні політики підприємства на перспективу, координації підрозділів, стратегічній політиці персоналу, рішень основних задач, ведення бізнесу, при цьому окремі стадії управлінського процесу являють собою логічні зв'язки та утворюють управлінський комплекс, який постійно повторюється, і для якого характерний прямий та зворотній зв'язки.

Для виконання розглянутих стадій (функцій) управління необхідна інформація. Таку інформацію і надає система контролінгу, яка виявляє і систематизує данні про господарську діяльність. Як підсистема в управлінні підприємством роль контролінгу складається у підтримці та наданні допомоги керівнику. Таким чином контролінг, разом з керівництвом складає основу управління на підприємстві і таким чином інтегрується у загальну систему управління підприємством. Беручи за основу данні бухгалтерського обліку, як джерела інформації, служба контролінгу вивчає явища і процеси на підприємстві, виявляє слабкі місця, порівнює фактичні показники із запланованими та аналізує причини відхилення, а також пропонує заходи з покращення ситуації на підприємстві. Вище викладене визначає взаємозв'язок контролінгу з іншими підрозділами та службами підприємства, зокрема, з службами маркетингу. Внутрішні робочі документи підприємства не повинні протирічити нормативним та законодавчим актам більш високого порядку.

Виходячи з вищенаведеного можна вважати, що: 1. Контролінг – це цілісна концепція економічного управління підприємством, спрямована на виявлення усіх шансів та ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в умовах ринка і орієнтована на довгострокове і ефективне функціонування підприємства. Контролінг не вирішує завдання самостійно, а взаємодіє з багатьма економічними дисциплінами та науками. 2. Система контролінгу інтегрує облік, планування, маркетинг в єдину керовану систему, в якій чітко окреслюються цілі підприємства, принципи управління та способи їх реалізації. 3. Об'єктом контролінгу є все підприємство, система управління й система виробництва, у тому числі операційний менеджмент, структура і процес управління, внутрішній контроль, інформаційні ресурси та ін. 4. Контролінг є

відносно новим оригінальним інструментом в системі антикризового управління вітчизняними підприємствами у вітчизняній практиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Терещенко О.О. Контролінг у системі антикризового управління підприємством // Фінанси України. 2001. № 12. С.56-63.

2. Петренко С.Н., Сухарева Л.А. К вопросу о формировании подконтрольных показателей в системе контроллинга // Зб.: Економічний вісник національної гірничої академії України. – Т. 3. – Дніпропетровськ: РИК НГА Україна, 1999. С. 177-180.

3. Губачов В.П., Петрусевич Н.Ю. Зарубіжні системи контролінгу: досвід для України // Регіональні перспективи. 2001. №1. С.68-71

Пакуліна А.А.

Канд.екон. наук, доцент

Татаренко А.А.

студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна діяльність підприємства залежить від раціонального використання усіх видів ресурсів, що обумовлює необхідність переходу до оптимальної системи управління витратами. Актуальність та висока соціально-економічна значущість проблеми управління витратами зумовлює необхідність ґрунтовного дослідження та визначення оптимальної структури витрат. Мета дослідження полягає у висвітленні сучасного порядку обліку витрат, систематизації теоретичних основ та практичних рекомендацій щодо сучасних шляхів та методів оптимізації витрат підприємства в ринкових умовах. Оптимізація витрат підприємства спрямована на вирішення наступних питань: оцінку обґрунтованості абсолютної величини витратами; її відповідність плановим величинам; оцінкою факторів формування величини та структури витрат; своєчасне виявлення резервів зменшення витрат та виявлення і обґрунтування механізмів мобілізації таких резервів. Відповідно, оптимізація витрат суб'єкта господарювання є однією із сукупності технологій цільового планування прибутку, що визначає параметри моделі управління прибутком підприємства. Під методом оптимізації абсолютної величини затрат підприємства розуміють органічну сукупність фінансових, математичних та статистичних прийомів цільового моделювання фінансових процесів та показників, що дозволяють із прийнятним рівнем статистичної достовірності обґрунтовувати управлінські рішення щодо визначення абсолютної величини чи структури витрат підприємства. Слід відмітити, що серед таких методів

оптимізації абсолютної величини витрат суб'єкта господарювання заслуговують на увагу наступні: АВС-аналіз; XYZ-аналіз; вартісний аналіз.

Не менш важливим методом оптимізації витрат на підприємстві є XYZ-аналіз, який являє собою технологію обґрунтування управлінських рішень щодо оптимізації абсолютної величини витрат підприємства шляхом виявлення та ідентифікації резервів їх зменшення, а також визначення методів мобілізації таких резервів. Переваги XYZ-аналізу: простота, точність і наочність, можливість автоматизації. Іншим методом оптимізації витрат є метод збалансованості. Як один із стратегічних підходів управління витратами, він пов'язаний з тим, що цілі, які ставить перед собою компанія, завжди балансують на одній чаші вагів із витратами. Наприклад, чим більше якісну продукцію ми хочемо виробити, тим більші витрати на забезпечення якості ми повинні понести.

Бюджетування як метод оптимізації витрат заснований на складанні оперативних, місячних, квартальних та річних бюджетів і пов'язуванні їх із стратегічними цілями (за допомогою системи збалансованих показників), що дозволяє, як мінімум, зробити появу витрат передбачуваним.

Ще одним методом оптимізації витрат є оперативно-заявочна кампанія та система контролю за виконанням та доцільністю витрат. Суть цього методу полягає в тому, що при щоденних витратах лінійним менеджерам постійно необхідно підтверджувати доцільність тих чи інших витрат. Ця система буде працювати, тільки якщо на підприємстві правильно сформований бюджет, розписані цілі і є мотиваційна програма зі скорочення витрат.

Успішне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання залежить від управління витратами, у процесі якого приймаються рішення, спрямовані на підвищення ефективності його виробничо-господарської діяльності, конкурентоспроможності й прибутковості. Враховуючи безліч методів та інструментів, що може застосовувати менеджер для оцінки, аналізу та прогнозу витрат, модель управління витратами на підприємстві повинна передбачати реалізацію деяких важливих та послідовних дій, а саме: 1. Класифікація витрат з урахуванням завдань, що передбачаються до виконання у розрізі постійних, змінних, регульованих, нерегульованих; 2. Розробка системи норм та нормативів з урахуванням чинників розподілу ресурсів за статтями витрат; 3. Розробка чіткої системи обліку, аналізу, контролю за витратами, а також виявлення відхилень фактичних та планових показників; 4. Визначення центрів відповідальності та облік витрат на всіх рівнях, тобто здійснення контролю по підрозділам окремо та підприємству в цілому задля забезпечення прозорості витрат та адекватності їх несення в контексті отриманих прибутків; 5. Розробка ефективної системи документообігу, що дозволяє отримати об'єктивну та оперативну інформацію по всім виробничим, господарським, комерційним, адміністративним

підрозділам підприємства; 6. Розробка ефективної системи мотивації та заохочення робітників в економії ресурсів та збереженні виробничого потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корінько М. Д. Концептуальні основи управління витратами суб'єктів господарювання в умовах удосконалення ринкових відносин / М. Д. Корінько, Г. Б. Тітаренко // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 9. С. 126-131.
2. Котенко Т. Ю. Аналіз витрат як складова управління на підприємствах будівельної галузі / Т. Ю. Котенко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 118-121.
3. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент: [навч. посіб.] / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова; 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2005. 485 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
5. Панасюк В. М. Витрати виробництва: управлінський аспект / В. М. Панасюк. – Тернопіль: Астон, 2005. – 288 с.
6. Управленческий учет: учебник / под ред. Б. И. Майданчик и В. М. Паляя. – К.: Центр учебной литературы, 2008. – 258 с.
7. Цимбалюк Л. Г. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару / Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун // *Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу*. 2011. № 3(15). С. 88-95.
8. Як правильно реалізувати програми зі скорочення витрат? За даними аналітики консалтингової компанії «Ернест енд Янг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ey.com/UA/uk/Newsroom/PRactivities/Articles>.

Пакуліна А.А.

Канд.екон. наук, доцент

Татаренко А.А.

студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ

Управління витратами та калькулювання собівартості продукції – є чи не найважливішими інструментами управління підприємством та розділом управлінського обліку. Саме собівартість виробництва одиниці продукції є основою для прийняття управлінських рішень. В умовах розвитку ринкових відносин, де відбувається жорстка конкурентна боротьба за місце на ринку, де ціни формуються під впливом ринкових сил, таких, як попит і пропозиція, проблема раціонального використання ресурсів стає все більш актуальнішою.

Витрати та оптимізація їх рівня на одиницю продукції є важливим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства, і водночас – підвищення його конкурентоспроможності. Менеджери та підприємці все більшу увагу надають ефективності використання ресурсів, їх раціональному розподілу з метою зниження витрат виробничо-господарської діяльності, що як резерв підвищення прибутковості такої діяльності є запорукою фінансової стабільності та розвитку підприємства.

Актуальність питань управління витратами на підприємствах зумовлена й тим, що серед пріоритетних проблем організації та ведення бізнесу в Україні є висока собівартість вітчизняної продукції, відсутність фінансових ресурсів для розвитку, відсутність системи управлінського розвитку, адекватного до потреб управління. Усе це потребує від керівників підприємств впровадження та застосування сучасних технологій управління витратами, їх економії та запобігання втратам. Управління витратами – засіб досягнення підприємством високого економічного результату своєї діяльності. Воно не зводиться лише до зниження витрат, а поширюється на всі елементи управління. Управління витратами – це окрема ланка менеджменту і економіки, що поєднує в собі елементи операційного та фінансового менеджменту з метою оптимізації витрат та забезпечення максимізації добробуту власників підприємства.

Визначення потреби підприємства у сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їх витрат. Ці норми розробляються самим підприємствами або ж на їх замовлення галузевими науково-дослідними організаціями. Застосовувана система норм витрат матеріальних ресурсів охоплює велику кількість різноманітних норм, які класифікують за певними ознаками. У практиці господарювання використовують три основні:

- методи нормування витрат матеріальних ресурсів: аналітично-розрахунковий (базується на аналізі та техніко-економічному обґрунтуванні усіх елементів норми з використанням найновіших

- досягнень техніки і технології виробництва), дослідно-лабораторний (визначення норм витрат шляхом проведення низки дослідів і досліджень), звітно-статистичний

- (встановлення норм витрат, виходячи зі звітних даних про фактичне витрачання ресурсів).

Метою планування витрат підприємства є економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних в плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї продукції підприємства. У процесі планування встановлюються граничні (допустимі) загальні витрати в підрозділах і в цілому по підприємству (кошториси). Розрахунки планових витрат окремих виробів, товарної і валової продукції використовуються для визначення потреби в оборотних коштах, планування прибутку, визначення економічної ефективності окремих організаційно-технічних заходів та виробництва в цілому, для внутрішньозаводського планування, а також для формування цін.

У процесі планування витрат здійснюється: розрахунок вартості ресурсів, необхідних для кожного виду діяльності, за переліком об'єктів і підприємства в цілому; обчислення виробничої собівартості кожного виду продукції, робіт, послуг за структурними підрозділами і підприємства в цілому; визначення загальної величини витрат на плановий обсяг господарської діяльності підприємства (кошторис).

Чинниками зниження собівартості є підвищення технічного рівня виробництва, вдосконалення організації виробництва і праці, зміна структури та обсягу продукції, галузеві та інші фактори. Зниження собівартості продукції закладається в плані по собівартості продукції і є окремим розділом цього плану.

Метою планування витрат підприємства є економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних в плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї продукції підприємства. У процесі планування витрат встановлюються граничні (допустимі) загальні витрати і підрозділах і в цілому по підприємств (кошториси) та на одиницю продукції. Визначення потреби підприємства у сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їх витрат. Ці норми розробляються самим підприємствами або ж на їх замовлення галузевими науково-дослідними організаціями. У практиці господарювання використовують три основні методи нормування витрат матеріальних ресурсів: аналітично-розрахунковий, дослідно-лабораторний та звітно-статистичний. Ефективність системи управління витратами багато в чому залежить від форми і методу обліку витрат, які застосовують на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про підприємства в Україні від 27.03. 1991р.
2. Господарський Кодекс України від 16.01. 2003 р.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» (Наказ Міністерства фінансів України №318 від 31 грудня 1999 р. Зареєстровано Міністерством юстиції України №27/4248 від 19.01. 2000 р)
4. Бойчик І.М. Економіка підприємства. К.: Атіка, 2002. 532 с.
5. Дерій В.А., Організація бухгалтерського обліку на підприємстві. Курс лекцій. – Тернопіль: Джура, 2004 – 92 с.
6. Економіка підприємства: Підручник – в 2 т. Т 1. За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: «Хвиля-Прес», 1995 – 400 с.

Петровська Т.Е.
старший викладач
Сергєєва В.С.
студентка

Харківського національного університету будівництва та архітектури

ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ ЗАХИСТ

Термін « Інвестиція» походить з латинської мови, яка має переклад – носити що - небудь.У сучасному розумінні це вкладання капіталу для отримання доходу.

Можна зазначити, що саме в Царській Росії вперше з'явився такий інструмент вкладання коштів у нерухомість.

Інвестиція це дуже цікава річ, яка полягає в тому що цією діяльністю може користуватися багато людей.

Інвестиції мають декілька форм, а саме:

1. За об'єктами вкладень які можуть бути реальними і фінансовими. До реальних можна віднести матеріальні та не матеріальні активи. Фінансове вкладання коштів у цінні папери або акції.

2. За характером участі в інвестуванні.

3. За періодом інвестування. Вони можуть бути розподілені на безстрокові або на визначений термін.

4. За формами власності інвесторів. Це приватні, іноземні, державні.

Інвестиція здійснює свою діяльність. Фірми або підприємства здійснюють послідовну діяльність яка має функцію капіталізації об'єктів власності.

Інвестиції мають низький рівень ризиків в порівнянні з кредитами. При кредитуванні займані кошти потрібно повернути своєчасно щоб не було нарахування відсотків, а інвестиції можуть повертатися у вигляді прибутку.

Інвестиції характеризуються двома параметрами: ризик та прибуток. Де ризик може виявити втрату майна або змусити інвестора нестандартно вийти з цієї ситуації. Але він також може бути вимушений додатково координувати дії шляхом вибору своїх можливостей. А для прибутку діє правило чим більше ризик тим буде більше дохід. Тому можна зрозуміти що між цими двома параметрами можна виявити баланс який взаємодіє між ними.

Невід'ємною частиною капіталовкладень є час, який має назву економічний. Він може втратити свій час коли його послуги припинять використання на ринках попиту і тоді доведеться програти і знайти нові цінні папери або нові акції які будуть користуватися на ринку попиту. Бо все що ми беремо або робимо має спроможність закінчуватись. Легкий і надійний спосіб вкладання грошей може бути коли зберігаєш активи на банківських рахунках, але тривалість цих вкладів може бути вичерпною на основах банківських умов.

Захищають інвестиції за допомогою статей які прописані у законодавстві України та також міжнародними договорами України незалежно якої вони форми власності.

Державні гарантії захисту інвестицій - це система правових норм, які спрямовані на захист інвестицій та не стосуються питань фінансово-господарської діяльності.

Іноземні інвестори можуть бути громадянами що не проживають або мешкають за межами України. Як інвестори вони можуть робити інвестиції за допомогою їх валюти. Після сплати податків іноземцями вони можуть вільно переказувати свій дохід за кордон одержані в українській валюті чи іншій. Також вони можуть просити щоб їм відшкодували збитки, які були завданні незаконним шляхом. Коли змінюється законодавство щодо режиму іноземного інвестування на вимогу іноземного інвестора де застосовуються гарантії які встановлюються законодавством, яке діяло в момент укладання договору. Іноземні інвестиції важливі для теоретичного дослідження у міжнародній економіці, також для України це важливо. Також територіальне положення має вплив на форму іноземного інвестування. Підприємства з іноземними інвестиціями інвесторів може робити самостійний вибір для реалізації продукції, послуг де вони утворюють свою ціну. Також можна виділити співпрацю іноземців та українців під терміном «спільне підприємство». Разом з тим чинний Закон "Про режим іноземного інвестування" де мова може йти про підприємства з іноземними інвестиціями. Можна зробити висновок із вище згаданого, що в Україні за участі цих інвесторів можуть бути створюватися об'єднані підприємства також з іноземними інвесторами. Якщо інвестор захоче припинити діяльність на Україні, то він має право на повернення своїх інвестицій не більше шести місяців після припинення цієї діяльності або доходів із цих інвестицій у грошовій формі. Якщо міжнародним договором було написано інші умови, чим ті, що було передбачено законодавством України про іноземні інвестиції, використовуються правила міжнародного договору.

Провідними сферами економічної діяльності, за обсягами освоєння капітальних інвестицій, у I півріччі 2019 року залишаються: промисловість – 40,3%, будівництво – 10,8%, сільське, риболовна промисловість – 10,1%, оптова та роздрібна торгівля; транспортний ремонт з усіх сфер діяльності 7,9%, поштова та кур'єрська діяльність по всім сферам виробництва – 8,4%, державна оборона; обов'язкове соціальне страхування – 5,4%, операції з нерухомими інвестиціями – 4,9%.

У відомому DoingBusiness 2019 Україна піднялась на декілька сходинок і посіла 71 позицію зі 190 країн світу, що є непоганою для значення країни. Країна показала найбільше зростання в таких сферах, як оподаткування міжнародна торгівля і захист прав інвесторів.

Крім того, Україна посіла 83 місце з 140 в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності економіки (GlobalCompetitivenessIndex). У рейтингу

із 140 країн Україна знаходиться на 110 місці за рівнем державних інститутів, на 57 місці – з розвитку інфраструктури, на 77-му - за рівнем адаптації сучасних технологій, а також макроекономічна стабільність – 131 місце, охорона здоров'я– 94 місце, освіта – 46 місце, ринок товарів – 73 місце, ринок праці - 66 місце, фінансова система – 117 місце, обсяг ринку – 47 місце, динаміка бізнесу– 86 місце, здатність до інновацій – 58 місце.

Для подальшого покращення інвестицій в Україні актуальним на сьогодні є питання удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної та сучасної економіки.

Отже, Україна залишається привабливою для інвестицій, вона завжди слідує за інноваціями та завжди в центрі світових процесів, є достатньо інтегрованою у світове. Також, здійснюються кроки, що сприятимуть стабільному розвитку економіки України та активізації інвестиційної діяльності.

Козенкова Н.П.

Ст. викладач

Федоренко Р.О.

студент

Національна металургійна академія України

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАПОБІГАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасним ринковим інструментом підвищення ефективності підприємств та запобігання фінансовій кризі є реструктуризація, яку у загальному вигляді можна визначити як їх адаптацію до роботи в умовах, які постійно змінюються. Це зумовлює необхідність трансформації організаційно-правових форм, структур, їх систем менеджменту та принципів взаємодії з контрагентами та державою.

Метою проведення реструктуризації є створення суб'єктів підприємницької діяльності, здатних ефективно функціонувати за умов переходу до ринкової економіки та виробляти конкурентоспроможну продукцію, що відповідає вимогам товарних ринків [1].

Процес реструктуризації можна розглядати як спосіб зняття суперечності між вимогами ринку й застарілою логікою дій підприємства. По суті, реструктуризація підприємства трактується як здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, управління ним, форм власності, організаційно-правових форм, як здатність привести підприємство до фінансового оздоровлення, збільшити обсяг випуску конкурентоспроможної продукції, підвищити ефективність

виробництва. У процесі реструктуризації також змінюються цілі підприємства, здійснюється організаційна перебудова, відбувається поділ активів, переглядаються ринки та оптимізуються ресурси [2].

Процедуру реструктуризації можна визначити як комплекс заходів, спрямованих на відновлення стійкої технічної, економічної та фінансової життєздатності підприємств. Технічну реструктуризацію пов'язано із забезпеченням такого стану підприємства, за якого воно досягає відповідного рівня виробничого потенціалу, технології, «ноу-хау», кваліфікації персоналу, систем постачання й логістики, тобто всього того, що дає підприємству змогу виходити на ринок з ефективною та конкурентоспроможною продукцією.

Реструктуризація – діяльність, вихідними посилками для якої є цілі і стратегія підприємства. Для підприємства, що діє на умовах ринку, основною метою є задоволення потреб ринку, збільшення прибутку, підвищення загальної ефективності господарювання. У багатьох випадках великий інтерес до реструктуризації виявляють керівники прибуткових компаній. Комплексна програма реструктуризації у такому випадку допоможе усвідомити необхідність прийняття важливих управлінських рішень, визначити стратегічні напрями розвитку виробництва. Її реалізація призведе до покращення господарської і фінансово-економічної діяльності, підвищення ефективності підприємства.

Природа й міра необхідної реструктуризації залежать від характеру проблем підприємства. Іноді підприємство потребує лише часткової або так званої обмеженої реструктуризації для відновлення економічної та технічної життєздатності. При цьому, підприємство встановлює для себе певні стандарти (орієнтири), які є кінцевою метою реалізації відповідного типу реформування. Такими орієнтирами можуть бути рівень фінансового левериджу (співвідношення позикових і власних коштів), розмір робочого капіталу підприємства, а також коефіцієнт покриття боргів [3].

Для досягнення встановлених значень можуть використовуватися такі заходи: реструктуризація (переоформлення) боргів, додаткова емісія цінних паперів, переоцінка активів, зниження дебіторської заборгованості тощо. Коли проблеми підприємства є більш суттєвими, тоді підприємство потребує «усебічної» реструктуризації. Очевидно, що цей тип реформування включає й фінансову реструктуризацію. «Усебічна» реструктуризація охоплює розробку нової організаційної структури, відповідної продуктової, трудової, технічної та технологічної політики, зміни в менеджменті, організації тощо. Реструктурування підприємства в такий спосіб триває здебільшого до трьох років[4].

Методи, що використовуються для розробки концепцій і програм реструктуризації, включають:

- комплексний фінансово-економічний аналіз стану підприємства (зокрема, використання програмного продукту – Моделі реструктуризації підприємства, що ґрунтується на визначенні та прогнозуванні 3-х основних напрямків

діяльності підприємства: операційній, інвестиційній та фінансовій); комплексну бізнес-діагностику підприємства (аналіз стратегії розвитку, маркетингової і збутової політики, облікової політики, планів постачання і закупівель, інвестиційної політики, організаційно-управлінської структури, застосування сучасних технологій управління тощо);

- визначення основних переваг і проблем підприємства, розробку пропозицій щодо оптимізації стану підприємства (фінансове оздоровлення, реінжиніринг, модернізація та можливі джерела її фінансування, децентралізація або, навпаки, об'єднання підприємств, створення холдингової структури, впровадження сучасних технологій і методів управління тощо);

- розробку декількох альтернативних прогнозних фінансово-економічних моделей розвитку підприємства з урахуванням основних можливих заходів і ризиків; розробку підсумкового документу для практичної реалізації проекту – Програми реструктуризації [5].

Слід врахувати, що робота з реструктуризації потребує значних витрат часу, чіткої інформації та високої кваліфікації спеціалістів. Її, як правило, не можуть здійснити самі працівники підприємства. Причина полягає у тому, що найдосвідченіше керівництво не може мати високого рівня кваліфікації у всіх вузькоспеціалізованих сферах. Цілісне бачення проблем підприємства, що потребує реструктуризації, можна сформулювати лише за допомогою зовнішнього консультанта.

Для невеликих промислових підприємств можливо проведення реструктуризації за наступними напрямками.

По-перше, - це може бути зміна структури підприємства, його управління, створення на базі майна відокремлених структурних підрозділів підприємства із залученням інвесторів, дозволить створити повноцінні суб'єкти господарської діяльності, які будуть здатні ефективно функціонувати в сучасних ринкових умовах, виробляти конкурентноспроможну продукцію, яка відповідатиме вимогам товарних ринків. Другий шлях – це реструктуризація асортименту продукції, що виробляється на підприємстві. Для забезпечення розвитку підприємстватакож можна рекомендувати формування політики зростання, яке включає: виявлення видів виробництв, якими підприємству бажано було б обзавестися в майбутньому; визначення сфер напряму своїх зусиль при різних варіантах зростання.

На першому напрямі виявляються можливості, якими підприємство може скористатися при нинішніх масштабах діяльності (можливості інтенсивного зростання). На другому – виявляються можливості інтеграції з іншими елементами маркетингової системи галузі (можливості інтеграційного зростання). На третьому – виявляються можливості, що відкриваються за межами галузі (можливості диверсифікаційного зростання).

З наведених можливих варіантів пропонується обирати у якості напрямів реструктуризації асортименту продукції підприємства горизонтальну диверсифікацію і вихід на ринок з новим товаром.

Отже, реструктуризація підприємства, яка проводиться в умовах кризи, необхідна для нормалізації роботи та відновлення його платоспроможності, а від ефективності застосування реструктуризації залежить успіх не тільки поточної, а й стратегічної діяльності підприємств різних форм власності та сфер діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заболотний В. М. Реструктуризація підприємства : навч. посіб. К: Міленіум, 2007, 440 с.
2. Белых Л. П. Реструктуризация предприятия : учеб. пособие для вузов. / Л. П. Белых, М. А. Федотова. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2001, 399 с.
3. Фінанси підприємств : підручник / [А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін]. К.: КНЕУ, 2006, 552 с
4. Боронос В. Г. Управління фінансовою санацією підприємств : навчальний посібник / В. Г. Боронос, І. Й. Плікус, І. М. Кобушко. Суми: Вид-во СумДУ, 2010, 437 с.
5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: підручник. К: КНТЕУ, 2005, 824 с.

Вольних А. І.

*здобувач вищої освіти освітнього ступеня «магістр» спеціальності
«Психологія»*

Добровольська О. Р. а

*здобувач вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності
«Психологія»*

Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів

Науковий керівник: к.пс.н., доцент, доцент кафедри психології Березовська Л.І.

СУТНІСТЬ ТА ПРОФІЛАКТИКА ФОРМУВАННЯ АУТОДЕСТРУКТИВНОГО ТИПУ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ

В процесі управління значну роль відіграє процес формування особистості працівника. Саме психологічна стресостійкість та адаптація працівника до умов праці на підприємстві, здатність комунікування з колегами впливають на процес управління персоналом. Особливо важливо не упустити момент коректування поведінки молоді під час навчання в школі, ліцеї чи університеті, на початкових етапах формування особистості. Пропонуємо розглянути формування та вплив на особистість аутодеструктивної поведінки.

Аутодеструктивна поведінка молоді формується ще з раннього дитинства, коли дитина бачить взаємини в сім'ї. Саме характер взаємодії дитини з

соціальним оточенням, сприйняттям батьків, їх відносин лягає в основу формування адапційних механізмів психіки дитини (Г.Салліван, Е.Еріксон, Б.-Д.Фурст та інш.), тобто аутодеструкція – це наслідок порушення в системі дитячо-батьківських відносин (не має в житті наслідків без причин) [1-4].

Хоч Б.-Д.Фурст зазначає, що вирішальним аспектом у виховному впливі є не стільки психіка та вчинки батьків, скільки природа суспільної ідеології та моралі, яку батьки передають своїм дітям[1]. Доросла людина може чинити опір та протистояти зовнішнім психотравматичним умовам, а от дитина сприймає все «за чисту монету» і не може зрозуміти причин поганого поведіння з нею, з'являються негативні емоції, агресія та замкнутість, а це все призводить до формування відчуття неповноцінності, несприйняття оточуючими і в майбутньому складається однобока система поведінки і поглядів, як в родині, так і поза нею.

Дитина, яка виховувалася в несприятливих умовах, де процвітала тиранія, авторитарність, хай навіть і любов та похвали, без можливості власного Я – в дитини розвивається емоційна залежність, страх до невідомого, почуття безпорадності і відповідно як результат – невміння протистояти негативним впливам, витіснення почуттів та стійкості до життєвих викликів.

Як зазначав Ізард Керрол (1924-2017) – доктор філософії Сіракузького університету в Нью-Йорку, професор психології Делаверського університету: «Навіть дорослій людині іноді складно впоратися із життєвими негараздами, якщо їй не вистачає любові. Саме це стає причиною різних психологічних розладів, а особливо депресій». [2, С.79]. Такий стан депривації підлітків пов'язаний з відсутністю стійкості в поведінці, у виробленні соціалізації та здатності протистояти негативним впливам. Рання емоційна депривація у підлітковому віці – це недорозвиненість або часткова розвиненість психічних утворень у психіці людини через обмеження чи відсутність у підлітка різних емоцій і почуттів, причиною яких є відсутність дії певних стимулів (соціальних, культурних, економічних, психологічних тощо). Невміння батьківського виховання, відсутність розуміння та допомоги, намагання дресирувати дитину, налаштувати на свій лад і призводять до формування аутодеструктивності у підлітків. Тому такими методами виховання батьки втрачають вплив на дитину, спонукаючи шукати невимушеності та сприйняття в групах однолітків чи інших спільнотах. В підлітків формується жорстокість та несприйняття інших поглядів як до оточуючих, так і до себе.

Як результат аналізу напрацювань вітчизняних та зарубіжних вчених підлітки потрапляють у так звані «зони ризику» батьківського виховання:

(1) емоційна депривація; (2) відкидання дитини, її несприйняття, приниження; (3) емоційна нестриманість батьків; (4) придушення розвитку особистості підлітка; (5) психологічний тиск на дитину; (6) різкі перепади батьківського ставлення до дитини; (7) тривожність і низька самооцінка батьків тощо. Адже формування долі підлітка залежить не стільки від умов, в яких він живе чи труднощів, з якими він зіткнувся, а від досвіду успішного подолання

цих перешкод, від прикладу дій батьків в таких ситуаціях, від їх навиків як вийти з недоречної ситуації, як зберегти в собі почуття гідності.

За словами Е.Еріксонадеструктивність підлітків пов'язана з соромом. Присоромлення дитини придушує в ній самооцінку, заважає розвиватися і спричиняє замкнутість [3, С.117-118]. Такі підлітки замикаються в собі і досить часто шукають віддушину в інтернет-ресурсах.

За теорією психосинтезуР.Ассаджолі подає шляхи виходу з аутодеструктивної поведінки. Він зазначає, що засвоєні підлітком в ранньому дитинстві мислеобрази, з роками прогресують і проявляються енергетичноспустошливими страхами та внутрішніми конфліктами [4, С.211]. Як результат, власне «Я» підлітка стає поневоленим через порівняння з слабкістю, провинною, страхом. Переформатувати свідомість підлітка в такому випадку складно, бо потрібно створити нову систему «Я» цінностей, синтезувати нову прогресивну програму «внутрішньої самооцінки», яка б ґрунтувалася на самоусвідомленні та саморефлексії, здатності до внутрішнього перетворення. В реальності такий процес можливий через пластичність та мінливість психіки людини, адже наші емоції та потяги, бажання перетворюються на фізичні дії або на діяльність нашої уяви чи розуму.

Тому для того, щоб молода людина зрозуміла сутність власної аутоагресивної поведінки та необхідності її зміни, потрібно, щоб вона зрозуміла і сформувала особистісний ідеал власного «Я» та була мотивована прагнути до цього ідеалу. Щоб позбутися самодеструктивних тенденцій, молода людина повинна отримати узагальнені орієнтири особистісної зміни і зростання (критерії благополуччя та ідеалу), не просто позбутися самодеструктивних рис поведінки, а замінити їх на позитивні життєві настанови.

Аналіз наукової літератури з психології дає підстави стверджувати, що для зміни особистості важливі наявні критерії ідеалу і психологічного благополуччя, враховуючи їх пропонуються три кроки подолання аутодеструктивних тенденцій у поведінці молоді: 1) усвідомлення наявності та змісту як реальної проблеми; 2) рішучість до самозміни; 3) переорієнтація уваги на розвиток позитивного самоствавлення.

Аналізуючи основні аспекти подолання аутодеструктивних тенденцій з врахуванням критеріїв ідеалу, можемо зазначити, що:

1) пізнання несвідомої власної сфери з її конфліктами, страхами, суперечностями дає можливість молоді дослідити себе, відокремитися від почуття страху та провини, слабкості і невпевненості в собі, опанувати себе взяти контроль над своїми почуттями;

2) при рішучості до самозміни якраз вибудовується самогенне мислення молоді, яке характеризується відділенням «Я» від негативних образів, спогляданням власних почуттів та власної поведінки очима стороннього спостерігача, довільний контроль за внутрішніми образами і здатність до концентрації уваги;

3) повною протилежністю самодеструктивній поведінці є самоактуалізація молоді людини, як прояв найвищого особистісного розвитку.

Тобто, чинниками виникнення самодеструктивної поведінки молоді є; деструктивне сімейне виховання в ранньому підлітковому віці і сімейні відносини; вроджений потяг до агресивності; психічні травми та суперечність психіки; особистий негативний досвід людини, які в сукупності призводять до аутодеструктивної поведінки та її патологічних форм.

Профілактика формування аутодеструктивного типу поведінки молоді та шляхи її подолання передбачають набуття різних видів адаптивності у поведінці, заощаджуючи внутрішню енергію людини, щоб вона не згорала через внутрішні конфлікти і суперечності.

Вважаємо, що на підприємствах, зокрема в штаті відділу кадрів, повинен бути психолог, який буде вивчати психологічний клімат в колективі, недопускати розвитку конфліктних ситуацій в колективі, особливо якщо працівники молоді, амбіційні та не вміють працювати в команді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фурст Б. Невротик, его среда и внутренний мир. М.: Изд.иностр.лит., 1957. 375 с.
2. Изард К. Психология эмоций.; пер.санг. СПб : Питер, 1999. 460 с.
3. Эриксон Э. Детство и общество; перев. С англ. СПб.: Ленато; АСТ, 1996. 592с.
4. Ассаджоли Р. Психосинтез: теория и практика. М.: REFL-book, 1994. 314с.

Козенкова Н.П.

Ст.викладач

Галь Р.В.

студент

Національна металургійна академія України

РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інтерес до проблем розвитку логістики в промислово розвинених країнах зв'язаний насамперед із причинами економічного характеру. Логістика давно стала практичним інструментом бізнесу і з нею зв'язане одержання 20-30% валового національного продукту таких розвинених країн, як США, Японія, Німеччина, Франція і Великобританія. Скорочення на 1% питомих витрат на виконання логістичних функцій забезпечує фірмі ефект, дорівнює ефектові від збільшення обсягу реалізації продукції на 10% [1].

Впровадження логістичних форм і методів управління дозволяє практично ліквідувати або значно скоротити усі види запасів матеріальних ресурсів у

сфері виробництва і обігу продукції, прискорити оборотність оборотних коштів підприємств, знизити собівартість продукції і витрати обігу в товаропровідних структурах, забезпечити найбільш повне задоволення запитів споживачів як на продукцію, так і терміни її доставки. Реалізація наявних резервів у сфері обігу при застосуванні логістичного підходу за деякими оцінками дозволяє фірмам більш ніж на 40% збільшити прибуток.

Логістична система функціонує в області продажів, транспорту, матеріальних запасів, складської обробки матеріальних ресурсів, кадрової й іншої політики. Ці моменти і формують стратегію логістики.

Розподільча логістика є тією частиною логістики, яка інтегрована в сферу розподілу, тобто, здійснюється в післявиробничий період. Розподільча логістика - це управління транспортуванням, складуванням та іншим матеріальними і нематеріальними операціями, які здійснюються в процесі доведення готової продукції до споживача згідно з інтересами і вимогами останнього, а також передачі, зберігання й обробки відповідної інформації. Інакше, її ще називають маркетинговою або збутовою логістикою. Доцільно все ж використовувати термін «розподільча логістика» як такий, що найбільш точно відображає наявність у логістичній системі керуючих впливів під час доведення готової продукції до кінцевих споживачів [2].

Інтегрований погляд на функцію розподілу почав розвиватися у 60-х на початку 70-х років. У цей період прийшло розуміння того, що поєднання різних функцій, які стосуються розподілу виготовленого продукту, в єдину функцію управління несе у собі великий резерв для підвищення ефективності.

Результатом інтегрованого підходу до реалізації різних функцій розподілу стало включення розподілу в структуру функціонального управління підприємств. Принципова відмінність розподільчої логістики від традиційного розуміння збуту полягає насамперед у системному взаємозв'язку процесу розподілу з процесами виробництва і закупівель під час управління матеріальними потоками, а також системному взаємозв'язку всіх функцій всередині самого розподілу. Матеріальний потік у сфері розподілу має форму готової продукції. Залежно від суб'єкту економічних відносин, який бере участь у доведенні ресурсів до споживача, потік готової продукції можна подати як товарний потік або як вантажний потік (на транспорті) [3].

Сфера розподілу і сфера закупівель значною мірою накладаються одна на одну. Якщо розглядати умовні вихідні та кінцеві ланки матеріалопотоків, то для одних суб'єктів логістичні операції є частиною системи збуту, а для інших - закупівель. Це, з одного боку, спрощує, а з іншого боку - ускладнює процес управління матеріальними потоками. Так, багато логістичних робіт і операцій виконуються в обох сферах, тому значна частина прийомів і методів управління поточковими процесами прийнятна як у сфері постачання, так і в сфері розподілу товарної продукції. Однак, об'єктивна протилежність інтересів продуцентів, споживачів, а також торгових, транспортних та інших посередників визначають особливості логістичного управління залежно від

становища того чи іншого елемента логістичної системи щодо інших. У сфері розподілу не створюються нові матеріальні цінності, а виконуються конкретні та комплексні форми діяльності, які виступають як послуги. Таким чином, сфера розподілу є виробником послуг, тобто дуже специфічного товару. Основний прояв специфічності й виражається в нематеріальності створюваної продукції. Як наслідок, на товарному ринку з'являється не стільки матеріальний товар, скільки унікальна модель пропозиції-товар-послуга. Статус постачальника товару-послуги зобов'язує підприємство в першу чергу враховувати інтереси покупців, на чому ґрунтується формування розподільчої логістики.

Склад завдань розподільчої логістики на мікро-та на макрорівні різний.

На рівні підприємств (мікрорівні) це: оптимізація формування портфеля замовлень; укладання договорів із замовниками на постачання продукції; забезпечення ритмічності та дотримання планомірності реалізації продукції; вивчення і задоволення потреб у логістичному сервісі; раціоналізація параметрів, структури і просування динамічних матеріальних потоків; оптимізація параметрів і умов зберігання запасів товарного характеру; формування і вдосконалення системи інформаційного забезпечення.

На мікрорівні до завдань розподільчої логістики належать: вибір схеми розподілу матеріального потоку; визначення оптимальної кількості розподільчих центрів (складів) на території, яка обслуговується; визначення оптимального місця розташування розподільчого центру (складу) на території, яка обслуговується, та ін.[4].

На відміну від маркетингу, який займається виявленням і стимулюванням попиту, логістика покликана задовольнити сформований маркетингом попит з мінімальними витратами. Однак, через спільність об'єкта вивчення логістика розподілу і маркетинг користуються спільними поняттями. Це стосується і каналів розподілу. Канал розподілу - це сукупність підприємств і організацій, через які проходить продукція від місця її виготовлення до місця споживання. Іншими словами, канал розподілу - це шлях, яким товари переміщуються від виробника до споживача. Залежно від розмірів, потужності підприємства-виробника, різноманітності продукції та інших факторів, товаропровідна мережа може складатися із одного, декількох або багатьох каналів розподілу, причому, різні канали розподілу товарів можуть відрізнятися за структурою, типами торгових посередників і проміжних складів, способами доставки вантажів, видами транспорту і т.д. Сукупність каналів розподілу називається розподільчою мережею.

Використання каналів розподілу надає виробникам певні переваги: економія фінансових засобів на розподіл продукції; можливість вкладення зекономлених засобів в основне виробництво; продаж продукції більш ефективними способами; висока ефективність забезпечення широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків; скорочення обсягу робіт із розподілу продукції. При цьому підприємства або особи, які утворюють

канал, виконують ряд важливих функцій: проводять дослідницьку роботу із збору інформації, необхідної для планування розподілу продукції та послуг; стимулюють збут шляхом створення і поширення інформації про товари; встановлюють контакти з постійними покупцями; пристосовують товар до вимог покупців; проводять переговори з потенційними споживачами продукції; організують товарорух (транспортування і складування); фінансують переміщення товарів каналом розподілу; приймають на себе ризики, пов'язані з функціонуванням каналу. Всі або частину цих функцій може взяти на себе виробник, тоді витрати виробника зростають. Через спеціалізацію посередницьких організацій вони нерідко виконують перераховані функції каналів розподілу товарів ефективніше.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бауэрсокс Дональд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Дональд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс; [пер. с англ.]. М : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001, 640 с.
2. Пономарьова Ю. В. Логістика :навч. посіб. К. : ЦНЛ, 2003, 189 с.
3. Тридід О. М. Логістичний менеджмент :навч. посіб. для внз / О. М. Тридід, К. М. Таньков; ред. О. М. Тридід; Харк. нац. екон. ун-т. Х. : ВД «ИНЖЕК», 2005, 221 с.
4. Моделі і методи логістичного управління суб'єктами господарювання й економікою регіону: монографія / Р. Р. Ларіна, О. Г. Череп, І. Ю. Грішин, А. О. Ілаєва. Сімферополь: ВД «АРІАЛ», 2011, 234 с.

Козенкова Н.П.

Ст. викладач

Хмельницький Д.О.

студент

Національна металургійна академія України

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вихід на зарубіжні ринки варто розглядати у багатьох аспектах, але при цьому варто пам'ятати, що даний процес не самоціль, а передумова тривалого закріплення на зарубіжному ринку. На жаль, у пошуку зарубіжних партнерів, переважна більшість українських підприємців, які працюють у малому та середньому бізнесі, зводять все до організації імпорту. Проте в умовах різкого скорочення ринку знайти попит на продукцію іноземного виробництва стає дедалі складніше. Перспективним виглядає організація експорту, при якій у першу чергу необхідно врахувати, що іноземцям, які зазвичай із підозрою відносяться до українського бізнесу, потрібно довести прозорість тої чи іншої діяльності.

Бізнес-середовище характеризується великою конкурентною взаємодією, в основі якої є довіра, що допомагає сформувати партнерські відносини. Формування міжнародних партнерських відносин має значні переваги. Розробка зовсім нової продукції та її вихід на ринки вимагає значних витрат, а деякі зарубіжні чи вітчизняні підприємства не мають можливості впоратися самотійно.

Партнерські відносини можна розглядати як сукупність певних способів та форм цілеспрямованої організації взаємних відносин сторін, для того, щоб досягнути спільної мети [1]. У даному визначенні варто підкреслити взаємовигоду обміну досягненнями, що володіє кожен із учасників партнерських відносин. Можна зробити висновок, що партнерські відносини - це економічні відносини, що формуються між суб'єктами підприємницької діяльності на взаємовигідній основі за допомогою об'єднання ресурсів, відповідальності та ризиків з метою захищення та зміцнення конкурентних позицій на ринку. Кожен підприємець зацікавлений не тільки у встановленні будь-яких партнерських відносин, а й у налагодженні більш ефективних форм таких взаємин.

Підприємства-партнери слід поділити на три категорії, а саме до першої слід віднести конкурентів, до другої категорії «нейтралів» та на завершення потенційних партнерів. Щодо підприємств-конкурентів, то вони поділяються також на три групи: ті, які пропонують на тому ж ринку аналогічний товар; ті, які можуть запропонувати аналогічний товар; ті, які постачають товари-замінники. Знаючи своїх конкурентів, підприємство має можливість уникнути зіткнення інтересів у певному сегменті ринку, а аналіз діяльності допоможе виявити сильні та слабкі сторони, щоб згодом використати дані під час розробки стратегії власного підприємства. Підприємства-«нейтралі» - це такі підприємства, чий інтерес не перетинається з інтересами підприємства на обраному ринку. До нейтральних слід віднести підприємства інших галузей. Також сюди відносяться підприємства, які випускають аналогічні товари, але збут відбувається на інших ринках. Співробітництво з підприємствами - «нейтралами», можна організувати також для того, щоб в подальшому об'єднуючи зусилля, протистояти сильному конкуренту, а за сприятливих умов згодом витіснити його з ринку. Щодо потенційних партнерів, то до них належать підприємства в яких є спільні інтереси [2].

При встановленні довгострокових партнерських відносин можна виділити низку переваг, а саме: зменшуються адміністративні витрати; ефективніше використання ресурсів; краща якість зв'язку між сторонами, підвищується рівень взаєморозуміння; вдосконалюються нововведення; покращується безпосередньо вся діяльність.

Існує наступне поняття, котре можна прирівняти до партнерства - співробітництво. Слід зазначити, що партнерство - це своєрідна форма, яка допомагає налагодити ефективну, системно - комплексну взаємодію між суб'єктами за допомогою спільного створення умов, які сприятимуть

узгодженню та задоволенню індивідуальних та економічних інтересів. З вище сказаного можна зробити наступний висновок, що взаємодія між суб'єктами може здійснюватися у наступних двох формах: у формі партнерства; у формі співробітництва. Безпосередньо у самому процесі співробітництва різні учасники прагнуть досягнути успіху та певного результату, здійснюючи всі необхідні дії разом і одночасно. Проте, за умови партнерства різні учасники прагнуть спільної вигоди, здійснюючи всі функції і завдання, відповідно до сфер діяльності кожного окремого партнера. Тому, результат співробітництва - єдиний однаковий для всіх, а результат партнерства - спільний, але водночас індивідуалізований для кожного суб'єкта господарювання [3].

Актуальність питання щодо підвищення і покращення співпраці з зарубіжними партнерами, пояснюється тим, що при ефективній зовнішньоекономічній діяльності відтворюється експортний потенціал країни, підвищується конкурентоспроможність українських товарів на світовому ринку, формується раціональна структура експорту та імпорту, залучаються іноземні інвестиції на взаємовигідних умовах, забезпечується економічна безпека України.

Працюючи на різних закордонних ринках, підприємство удосконалює діяльність у відносинах із постачальниками, дистриб'юторами, а також своїми клієнтами та, звісно, державними органами влади, а це призводить до зміцнення позиції на ринку.

Щоб підвищити ефективність пошуку зарубіжних партнерів підприємство повинно здійснювати їх аналіз шляхом проведення комплексної оцінки відносно першого рівня, що дає змогу почати підготовчу роботу, яка полягає в тому, що обмежені комерційні відносини із зарубіжним партнером переходять до довгострокових відносин, а в деяких випадках до створення спільного підприємства.

При пошуку потенційних партнерів потрібно враховувати те, що стратегія поведінки на ринку великою мірою визначається поточними тенденціями. Однією з таких актуальних та перспективних тенденцій сьогодні є створення і розвиток власної торгової марки (ВТМ) або Privatelabel. Якщо декілька років тому створення власної торговельної марки носило часто експериментальний характер, то тенденція сьогоднішнього дня - структурування ринку та чітка взаємодія сторін: замовника і виробника. Ще одна тенденція - сфера впливу Privatelabel розширюється від місяця до місяця: збільшується кількість задіяних категорій продуктів. Тому доцільно за таких умов активно шукати замовників, як вітчизняних, так і закордонних, які зможуть надавати свої дизайнерські розробки, або ж використовувати готові рішення із бази дизайнів підприємства [4].

Одним із способів пошуку партнерів по Privatelabel є активна участь у міжнародних виставках. Приймаючи участь у виставках, підприємство стає все ближче до розвитку своєї діяльності на довгострокову перспективу, максимально забезпечуючи відвідувачів інформацією про підприємство,

продукцію, послуги, ціну, якість, а також надає для зацікавлених відвідувачів візитки, каталоги, прайс-листи, рекламні листівки, проспекти, плакати з назвою, логотипом, адресою, контактними телефонами, тощо. Окрім інформаційних матеріалів, компанія-експонент надає взірці продукції власного виробництва. Завдяки виставковим заходам, потенційні клієнти компанії можуть детально ознайомитися із діяльністю підприємства та виробами.

Саме тому, виставкову діяльність варто розглядати як один із найефективніших способів просування компанії та її продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / пер. с англ. под ред. О. Н. Нестеровой. СПб: Питер, 2001, 379 с.
2. Загородній А. Г. Управління взаємозв'язками підприємства зі споживачами продукції: [монографія] / А. Г. Загородній, З. О. Коваль. Львів: ЗУКЦ, ПП НВФ БіАРП, 2008, 364 с.
3. Чухрай Н.І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: [монографія] / Н. І. Чухрай, Я. Ю. Криворучко. Львів : Растр-7, 2008, 360с.
4. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. М: Юнити-Дана, 2007, 412 с.

Козенкова Н.П.

Ст. викладач

Кухаренко А.О.

студент

Національна металургійна академія України

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

В сучасних економічних умовах складна ситуація на внутрішньому ринку та європейська інтеграція вимагають від вітчизняних підприємств пошуку нових ефективних інструментів їх подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності товарів, одним із яких є використання маркетингових технологій, спрямованих на прогнозування попиту, на забезпечення комунікації з певними сегментами ринку, на досягнення конкурентоспроможних переваг для підприємства через диференціювання товару.

Одним із таких інструментів є брендинг, який представляє собою систему характеристик, що вирізняють суб'єкт ринку серед подібних в свідомості споживача. Вперше система бренд-менеджменту була запропонована і втілена компанією Procter&Gamble наприкінці 1920 рр. В Україні цей термін почав застосовуватись підприємствами в останні 10-20 років. З кожним роком брендинг набуває статусу ключового елементу маркетингової та економічної діяльності підприємств та компаній. Основою брендингу є застосування маркетингових технологій до конкретного продукту, продуктової лінійки чи

бренду та передбачає створення системи цінностей відносно конкретного продукту, продуктової лінійки чи бренду.

В науковій літературі та й бізнесовій практиці до сьогодні немає однозначного трактування поняття «бренд». Так, Ф. Котлер, визначає марку як назву, поняття, знак, символ, дизайн або комбінацію перелічених вище властивостей, призначених для ідентифікації запропонованих продавцем товарів або послуг, а також для встановлення їх відмінностей від товарів і послуг конкурентів [1]. П.Дойль, уточнюючи визначення бренду, наголошує, що успішний бренд є поєднанням продукту, що задовольняє функціональні потреби споживачів, і додаткової цінності, яка привноситься власне найменуванням продукту і дає споживачеві відчуття переваги цього продукту над конкуруючими [2]. У роботі П.Темпорал «Ефективний бренд-менеджмент», яку Ф.Котлер назвав однією з кращих книг по бренд-менеджменту, наголошується, що бренд існує тільки у свідомості споживачів і є сукупністю взаємин між товаром і споживачами [3].

Дефініція «бренд» є складним та багатограним поняттям, яка включає в себе: сутність бренду, атрибути та образбренду, товар чи послуг за їхніми характеристиками, інформація про споживача та його ставлення до товару.

Загалом виділяють основні три групи підходів до трактування бренду відповідно до сфери застосування: юридичний, економічний та психологічно-поведінковий. Юридичний аспект базується на нормативній та документарній ідентифікації товару та підприємства; економічний - приналежність бренду до нематеріальних активів, який при зростанні та ефективному управлінні сприяє зростанню прибутків підприємства; психологічно-поведінковий - раціональний, емоційний, психологічний впливи на споживача [4].

Існують кількісні показники поняття «бренд». Так, пропонується вважати товар брендом, якщо: 1) він доступний 75% покупців; 2) 75% цільової аудиторії може просто по одній назві бренду визначити галузь діяльності; 3) як мінімум 20% покупців з цільової аудиторії користуються ним регулярно; 4) мінімум 20% покупців з цільової аудиторії можуть вірно впізнати основні характеристики бренду; 5) товар існує на ринку як мінімум п'ять років; 6) покупці в будь-якому випадку будуть платити за цей товар більше, ніж за аналогічні товари в категорії [5].

Таким чином, брендинг є обґрунтованим та систематичним процес, що передбачає планування та впровадження маркетингового комплексу заходів від початкового етапу - створення торговельної марки, розроблення плану перетворення торговельної марки на бренд, до завершального - підтримки і розвитку бренду та формування постійної лояльності споживачів.

Щоб визначити та охарактеризувати основні шляхи удосконалення брендингу в системі в системі маркетингу варто розглянути основні типові проблеми та недоліки вітчизняних брендів та пошуку напрямів їх вирішення.

Основними проблемами розвитку брендингу варто вважати:

- однотипність українських брендів. Для того, щоб подолати цю перешкоду необхідно при розробці бренду визначати сукупність основних складових (ім'я, логотип, цільова аудиторія, слоган та система цінності на задоволення яких спрямований бренд);

- вітчизняна та світова практика управління брендингом спрямована на формування потреб, цінностей та стереотипів у споживачів, а не вивчає і не підлаштовується під наявні та існуючі потреби покупців;

- недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно з зарубіжними (у сфері високих новітніх технологій, побутової техніки та ін.);

- нестача висококваліфікованих спеціалістів та фірм, які могли б підійти до процесу розробки назви бренду, його зображення, символіки, а потім і до стратегії просування та реклами з професійної точки зору;

- незначна кількість вітчизняних підприємств, що підтримують високий рівень власного бренду за допомогою історичної ретроспективи та багаторічної репутації;

- існування консервативних уподобань, що сформовані впродовж тривалого часового періоду використання конкретного бренду (не бажання змінювати один бренд на інший; вже знайомий на ще не випробуваний).

Незважаючи на вищеперераховані перешкоди та недоліки в Україні сформувалися такі тенденції розвитку брендингу. Насамперед, впродовж останніх років вітчизняні компанії приділяють увагу побудові сильного бренду, інвестуючи в цей процес значні суми та користуючись послугами спеціалізованих компаній. По-друге, брендинг поступово охоплює сегменти ринку: спочатку це був споживчий ринок, зараз - сфера послуг (банки, страхові компанії). По-третє, компанії, що орієнтовані на побудову сильного бренду, постійно модифікують свою продукцію, орієнтуються на новітні розробки, інноваційні техніки і технології ведення бізнесу, вдосконалюють продукцію, поширюють асортимент та ін. По-четверте, в основному українські компанії керують не одним брендом, а кількома одночасно.

Ще одним актуальним в наш час напрямом розвитку брендингу є інтернет-брендинг. Розвиток інтернет-простору створює значний вплив на брендинг, пропонуючи нові стратегічні орієнтири. Інтерактивне спілкування у глобальній мережі відкриває широкі комерційні перспективи для власників брендів. Мультимедійна інтерактивність Інтернету забезпечує довгострокові двосторонні зв'язки, стимулюючи високу активність споживачів, забезпечує швидке реагування на зміну споживчих переваг.

Одним із напрямів управління брендом є визначення рівня лояльності споживачів. а саме: абсолютно лояльні покупці, з визначеним рівнем, непостійним та без визначеного рівня лояльності. Відповідно до кожної групи клієнтів та до основних ознак компанія може застосовувати особливі методи впливу з метою зміни рівня лояльності або залучення нових потенційних клієнтів.

При формуванні стратегії бренду перед виробниками виникають кілька запитань, давши відповіді на які можна усвідомити сутність, необхідність та потенціал самого бренду: яка місія та бачення бренду; що є конкурентними перевагами; цінність бренду та хто є потенційними споживачами. Тобто при розробці стратегії брендингу варто враховувати основні стадії бренд-менеджменту, а саме а саме: аналіз ринку; аналіз внутрішнього середовища підприємства; визначення мети розробки та просування бренду; розробка альтернативних стратегій бренду підприємства та вибір найприйнятнішої; розроблення та впровадження відповідних маркетингових комунікацій; створення, позиціонування і збут продукції підприємства; постійний аудит стану бренду на всіх етапах життєвого циклу; оцінка вартості бренду; реалізація стратегії, оцінка конкурентоспроможності бренду і підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Маркетинг - менеджмент / пер. з англ.; под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. СПб: Издательский дом «Питер», 2000, 752 с.
2. Маркетинг и управление брендом. Дайджест Маккинси. М: Альпина Бизнес Бук, 2016, 630 с.
3. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / Пер. с англ.; под ред. С.Г. Божук, П. Темпорал. СПб: Нева, 2003, 350 с.
4. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу : монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2003, 104 с.
5. Ястремська О.М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання: монографія / О.М. Ястремська, О.М. Тимонін, К.О. Тимонін. Х.: Вид.ХНЕУ, 2013, 244с.

Петровська Т.Е.
старший викладач
Гаплєвська А.С.
студентка

Харківського національного університету будівництва та архітектури

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПІДГОТОВКИ ТА УКЛАДЕННЯ ЦИВІЛЬНОГО ДОГОВОРУ

Виникнення договорів обумовлено появою соціальних та економічних подій кінця XIX - початком XX століття, наслідком якого є прискорений розвиток капіталістичного виробництва і розподілу праці. Шляхом укладання договору люди шукали способи, як захистити свої інтереси.

Такий спосіб регулювання людських відносин і досі залишається актуальним, але поняття "укладання договору" набув більш різноманітних форм. Шлюбні контракти, договори купівлі-продажу, трудовий і господарський договір, підписанням декларації з лікарем і т. д. - усі ці поняття вже добре

знайомі нам. Але не всі розуміють, як правильно укласти договір? навіщо? що потрібно для цього знати?

Договір - це один із засобів регулювання суспільних відносин. Договори поділяються на 4 групи:

- за розподілом прав та обов'язків;
- за способом ухвалення змісту правового документу;
- за характером формування волевиявлення;
- за ступенем свободи волевиявлення.

Умови договору - це сукупність положень документу, в яких прописані права та обов'язки сторін. Угода вважається дійсною, якщо вона складена у письмовій формі (відповідно до обов'язкового оформлення) й було досягнуто згоди з усіх істотних умов договору.

Загальний порядок укладення контракту зазначено в статтях 638...650 главах 53 "Укладення, зміна і розірвання договору". В цих статтях виділено окремі положення, які потрібні для підписання контракту чи ухвалення рішень:

1. "Укладання договору"(стаття 638). В цій статті мова йде про те, що сторони повинні в належній формі досягнути згоди.

2. "Форма договору"(стаття 639). Форма залежить від вимог сторін, які укладають договір.

3. "Момент укладення договору"(стаття 640). Юридичної сили, такий документ набуває з моменту, коли особа (акцептант) повідомляє про відповідь прийняти пропозицію. Якщо йдеться про передачу конкретного майна, то договір вважається укладеним з моменту його отримання. Також підписання договору можливе з моменту його нотаріального посвідчення чи державної реєстрації, якщо це необхідно.

4. "Пропозиція укласти договір" (стаття 641). Пропозиції про укладання договору повинна містити в собі чітко виражені наміри особи (оферта), вважати себе відповідальним у разі її прийняття.

5. "Прийняття пропозиції"(стаття 642) та інші статті.

У статті 642 йдеться про те, що суб'єкт, у разі прийняття пропозиції повинен прийняти пропозицію безумовно і повністю. Особа, яка прийняла пропозиція може її і відхилити, повідомивши про це позивачу.

Мета дослідження полягає у тому, щоб більш детально розглянути, які умови та причини за яких можна укласти договір; роз'яснити про права та обов'язки правового документа.

Як відомо, договір - домовленість двох або групи осіб, сконцентрована на встановлення, зміну чи завершення цивільних прав та обов'язків.

Один із головних критеріїв для укладення договору є правильність оформлення. Правовий документ повинен бути складений згідно з ЦК України.

Діє визначений порядок укладання договору, відповідно до якого потрібно встановити юридичні відносини між особами, тоді контракт автоматично стає дійсним. Підписання контракту складається з двох частин: пропозиції

укладення договору (оферти) і прийняттям пропозиції іншою стороною (акцепт).

Ініціатор угоди відправляє пропозицію потенційному партнеру про намір співробітництва. Ця сторона в процесі укладання договору називається офертом. У такому випадку, якщо в цю пропозицію не вносять жодні корективи, то сторона, яка дає згоду під час підписання угоди вважається акцептантом. Якщо пропозиція про співробітництво в процесі перемовин вносять зміни, то сторони міняються місцями, а сам ініціатор угоди стає відповідальний і вже він дає згоду на корективи.

Укласти договір має право особа (фізична/юридична), яка досягла 18 років. Громадянин, який не відповідає зазначеному віку також має право на укладання документу, але з письмової згоди своїх батьків.

Щодо форми договору, то він може бути укладений у будь-якій формі, якщо вимоги не встановлені законом. Коли сторони домовилися скласти договір у певній формі, то юридичної сили він набуде з моменту дотримання всіх умов, навіть, якщо це не вимагається законом. Також необхідним є те, що сторони зобов'язані в договорі вказати термін, місце, спосіб виконання зобов'язань і також повинні бути проставлені підписи обох сторін та їх нотаріальні підтвердження.

Досить важливо прописувати додаткові умови договору, якщо одна зі сторін захоче змінити або розірвати договір, такі дії можна здійснити згідно зі статтею 651 ЦК України: Інша сторона повинна розглянути пропозицію запропонованою офертом й дати відповідь у рамках визначеного строку. Закон вимагає, щоб зміна або розірвання договору здійснювалися в такій самій формі, що й договір, який змінюється або розривається.

Таким чином укладення договору є необхідною складовою якщо йдеться про передачу майна або прийняття рішень. Укладення контракту є дуже складною, а іноді довготривалою процедурою.

Укладання договору потрібно для отримання гарантій, що всі умови договору будуть виконані, а у випадку недотримання вказаних положень-буде доказом у суді, якщо доведеться позиватися.

Договір повинен бути укладений згідно з чинним законодавством України, на основі типового договору, з вказаним предметом договору, умовами договору, обов'язками та правами сторін, прописаною сумою (при покупці чого-небудь), реквізитами осіб та терміном виконання договору.

Петровська Т.Е.
старший викладач

Харківського національного університету будівництва та архітектури

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ефективність діяльності будь-якого підприємства знаходиться в залежності від рівня компетентності управлінських робітників, що є однією з основ

управління людськими ресурсами. У теперішній час якісне управління персоналом має найважливіше значення для ефективної роботи підприємства тому що саме людський ресурс є найважливішим внутрішнім ресурсом підвищення продуктивності виробництва.

Передумовою успішного управління людськими ресурсами необхідно вважати забезпечення та підвищення компетентності управлінського персоналу, раціональну організацію управлінської праці. Це вимагає встановлення нових ефективних методів і форм відбору, розміщення, оцінювання і розвитку компетентності усіх рівнів управління.

Багато науковців, а саме: Б. Андрушків, Л. Балабанова, М. Виноградський, І. Герчикова, В. Данюк, П. Друкер, Й. Завадський, Е. Мейо, Г. Осовська, Р. Стюарт, М. Туган-Барановський, А. Файоль, Ф. Хміль, А. Шегда та інші вітчизняні та зарубіжні науковці присвятили свої праці основним аспектам організації управлінської праці та особливостям її змісту, принципам керуванням робітниками.

Якісна поведінкова модель працівників, що до управління людськими ресурсами має бути спрямована на досягнення відповідності кваліфікації та професійного рівня персоналу тим вимогам, які встановлені підприємством, ініціацію активності та прагнення до самореалізації в процесі трудової діяльності. Передумовою успішного управління людськими ресурсами необхідно вважати забезпечення та підвищення компетентності управлінського персоналу, раціональну організацію управлінської праці. Це вимагає встановлення нових методів і форм відбору, розміщення, оцінювання і розвитку компетентності усіх рівнів управління.

Модель принципів дії процесу управління в організації включає в себе наступні складові: цілі; підготовка рішення; існуючі принципи політики; перевірка; рішення; доведення рішень до виконавців; діяльність; інформація; вихідні дані: працівники, засоби виробництва, обставини; результати; трансформація [1,2,5].

У теперішній час фактори, що оточують підприємства постійно змінюються. Цей процес дуже швидкий та невизначений. Наслідки ринкових коливань можуть бути попереджуванні тільки при якісній та успішній діяльності апарату управління підприємством [3, 4, 6, 7].

У сучасних умовах бід-яка організація постійно потребує нових підходів до її управління щоб бути в змозі протистояти змінам що відбуваються у ринковому середовищі. Тобто від ефективності керівників залежить наскільки довго, і, наскільки успішно буде існувати підприємство.

Управлінська праця це розумова праця, якість якої знаходиться у прямої залежності від рівня компетенції керівників, які її здійснюють. Ефективність прийняття управлінських рішень залежить від якісного складу керівників усіх рівнів управління, а саме від досвіду роботи, особистих якостей, загальноосвітнього та кваліфікаційного рівня.

Весь апарат управління умовно ділиться на три групи – управлінські рівні, кожний з яких виконує свою специфічну роботу. Вищий рівень керівництва (інституційний) згідно статусу має повну владу та делегує окремі функції у вигляді повноважень нижче розташованому (управлінському) рівню. Той у свою чергу делегує повноваження технічному рівню. Менеджери вищої ланки найбільш уповноважена, але найменш нечисленна категорія, яка відповідає за розробку стратегічного плану підприємства, що має зростаючий об'єм. Саме ця категорія управлінців відповідає за розробку стратегії діяльності підприємства (60% усієї діяльності є стратегічними задачами).

Основною формою впливу на працівників за для досягнення цілей управління є управлінське рішення. Саме воно і є специфічним продуктом управлінської праці, що активізує діяльність людських ресурсів в організації.

Управлінська робота має інформаційну природу. В процесі роботи здійснюється збір та обробка інформації про стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, та про сильні та слабкі його сторони. На базі підсумків усіх видів аналізу приймаються управлінські рішення, під впливом яких визначаються цілі організації. Цей процес здійснюється за допомогою засобів управління.

Управлінський апарат є оперативною штабною структурою, яка здійснює керування діяльністю всього колективу та розробляє стратегію його подальшого розвитку. Організація є водночас і соціотехнічною системою, де взаємодіють формальні та неформальні групи. Від морально-психологічного клімату та саме від настрою робітників залежить успішність діяльності організації. До основних якостей керівників можна віднести: професійну та управлінську компетентність, відповідальність за прийняття рішень, ініціативність, поінформованість, дисциплінованість, креативність тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В. Організація праці менеджера: [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, О.В.Сардак. К.: Професіонал, 2007. С. 416.
2. Данюк В.М. Організація праці менеджера: [навч. посіб.] / В.М. Данюк. К.: КНЕУ, 2006. – 276 с.
3. Завадський Й.С. Менеджмент. Т. 1 / Й.С. Завадський. К.: УФІМБ, 1997. С. 91.
4. Осовська Г.В. Основи менеджменту: [навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів] / Г.В. Осовська. К.: Кондор, 2003. С. 426.
5. Скібіцька Л. І. Організація праці менеджера: [навч. посіб.] / Л.І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
6. Хміль Ф.І. Менеджмент: [підручник] / Ф.І. Хміль. К.: Вища школа, 1999. С. 282.
7. Шегда А.В. Менеджмент: [підручник] / А.В. Шегда. К.: Знання, 2004. С. 86.

Опікунова Н.В.

ст.викладач кафедри менеджменту та публічного адміністрування

Шендрік Є.

студентка гр. МО-41

Харківський національний університет будівництва та архітектури

МАРКЕТИНГ ЗБУТУ

В умовах стійкої конкуренції перед підприємствами виникає досить складне завдання - як утримати свої позиції на ринку, розширити свій ринок і зберегти ефективність діяльності. Зазвичай керівництвом організацій здійснюється ряд заходів щодо збільшення частки на ринку, заходи по зниженню витрат з метою утримання цінової конкуренції та інше. Одним із основних чинників успіху діяльності є обрання каналу розподілу.

Збут - це невід'ємний елемент процесу маркетингу, так як є завершальною, найбільш відповідальною стадією забезпечення споживача необхідним для нього товаром. Він спрямований на формування та підтримку ефективної системи переміщення продукту від виробника до кінцевого споживача з мінімальними витратами. Таким чином, у сучасних ринкових умовах збутова політика набуває особливої значущості та актуальності.

Нині більшість фірм, стикається з проблемою розподілу продукції, оскільки це є складним управлінським рішенням, оскільки обрані канали розподілу безпосередньо впливають на усі інші рішення у сфері маркетингу. Визначення "маркетинг збуту" розглядає багато авторів, таких як, наприклад, В.Н.Наумов [2], Ф.Котлер [3], Р.А.Фатхутдинов [4], і так далі. І усі автори доносять це визначення по-різному, це і створює чималу складність для практикуючих спеціалістів.

Для підприємства вибір збутової мережі, тобто каналів розподілу, є стратегічним рішенням, яке повинно бути сумісним не тільки з очікуваннями у цільовому сегменті, але із власними цілями [1]. Основними причинами, що обумовлюють використання посередників, є те, що організація процесу товароруху передбачає наявність відповідних знань і досвіду у сфері кон'юнктури ринку свого товару, методів торгівлі і розподілу [2,3]. Посередники ж за допомогою власних контактів, досвіду і спеціалізації дають можливість забезпечити широку доступність товару і доведення його до цільових ринків.

Концепція маркетингу збуту дозволяє осмислити те, яким чином виробник повинен організувати процес збуту з виділенням інструментів успішного просування готової продукції до кінцевого покупця.

Головною цільовою функцією маркетингу збуту є освоєння вигідною товарної ніші з урахуванням впливу факторів ринкового середовища та застосування перспективних маркетингових комунікацій [6].

Реалізація продукції в більшості випадків проводиться через посередників, кожен з яких формує відповідний канал розподілу. Використання посередників у сфері обертання вигідно насамперед для виробників. У цьому випадку їм доводиться мати справу з обмеженим колом зацікавлених осіб по реалізації продукції. Крім того, забезпечується широка доступність товару при прямуюванні його безпосередньо до ринку збуту [4,5].

За допомогою посередників можливо скоротити кількість прямих контактів виробників із споживачами продукції. У якості посередників можуть виступати різні організації з постачання, збутові організації, великі оптові бази, біржові структури, торгові будинки і магазини [].

Серед основних причин, що обумовлюють використання посередників ми виділили наступні [1,2,3]:

- організація процесу товарообігу потребує наявності значних фінансових ресурсів;

- створення оптимальної системи товарообігу вимагає наявності відповідних знань і досвіду в області кон'юнктури ринку товару, методів торгівлі і розподілу.

Тип посередників впливає на формування каналу розподілу стосовно їхньої здатності вирішувати специфічні завдання. Кожний з них має свої сильні й слабкі сторони, різні можливості щодо забезпечення просування товарів у торгівлі, ведення переговорів, встановлення контактів тощо.

Для виробників все більше значення набуває ефективна система збуту, здатна охопити всі торгові точки, отримати вигідні місця на полицях крамниць та постійно підтримувати запаси товару. Таким чином, питання вибору схеми каналів збуту та визначення оптимальної кількості рівнів обраного каналу є визначальним при плануванні шляхів розвитку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркетинг збуту. Енциклопедія Кольєра. // URL : http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_colier/536/МАРКЕТИНГ

1. Наумов В.П. Маркетинг збуту / Під науковою редакцією професора Багієва Г.Л. Науково-методичний посібник - СПб: Изд-во СПбГУЕФ, 1999-84с.

2. Ансофф І. Стратегічне управління: Пер. з англ. - М.: Економіка, 1989.// Електронна публікація: Центр гуманітарних технологій. – 20.02.2012. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4155>

3. Котлер Ф. Основи маркетинга: Пер. з англ. Бобров В.Б. - М.: "Ростинтэр", // 1990г.// Електронна публікація : Центр гуманітарних технологій. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5091>

4. Фатхутдинов Р.А. Стратегічний маркетинг : підр. — М.: ЗАО "Бізнес-школа "Интел-Синтез", 2000. — 640 с.

6. Маркетинг збуту готової продукції. URL: https://stud.com.ua/3783/marketing/marketing_zbutu_gotovoyi_produktsiyi

ТРЕНДИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ТУРИЗМІ

Технічний прогрес є швидким і змінює способи нашого спілкування, роботи, навчання і життя. Стрімкий розвиток туристичної індустрії створив необхідність розвитку сучасних інформаційних технологій, спрямованих на підвищення рівня надання туристичних послуг. Використання інформаційних технологій в туризмі зосереджено в туристичних агентствах, страхових і транспортних компаніях, екскурсіях, готелях, кафе і ресторанах, а також, у разі надання послуг, індивідуальним туристам і туристичним групам [2].

Цифрові технології проникли так глибоко в наше життя, що без них неможливо уявити собі майбутнє. Цифрова трансформація істотно впливає на оптимізацію міської інфраструктури, відкритість послуг для городян і розвиток туристичного бізнесу. Цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. При системному державному підході “цифрові” технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів підвищення продуктивності, економічного зростання, створення робочих місць, а також покращення якості життя громадян України [2].

Бізнес-процеси у туризмі все частіше переходять у цифровий простір, адже застосування сучасних алгоритмів підвищує швидкість роботи, що в свою чергу дозволяє вирішувати більш масштабні завдання [3]:

1. Перехід у цифровий простір. Цифровізацію туризму можна поділити на зовнішню і внутрішню. У першому випадку мова йде про планомірне переведення комунікацій з клієнтом у цифрове середовище, адже у більшості людей немає часу на особисті зустрічі з турагентами задля обговорення варіантів відпочинку. Найчастіше турист, який не перший раз подорожує, плануючи свій відпочинок, вже напередодні самостійно обирає для себе і країну і готель. Тому залишається знайти точку дотику з туроператором, якої зазвичай стає його сайт. На сайті туроператора з клієнтом повинен спілкуватися або співробітник у чаті або чат-бот. Визначальними моментами тут є оперативність реакції і ефективність вирішення питання клієнта. В європейських країнах до традиційних туроператорам звертаються все рідше – в офіс приходять не більше третини мандрівників.

2. Розвиток CRM-систем. У середині компаній триває тенденція на розвиток CRM-систем, автоматичних інструментів для постановки завдань і планування. При правильному застосуванні їх впровадження є фактором підвищення конкурентоспроможності організації. Автоматизована робота підприємства вивільняє для керівної ланки головний ресурс – вільний час, яке

витрачається на вивчення нових технологій ведення бізнесу або освоєння паралельних ніш. Другий момент особливо важливий у динамічно мінливих умовах, коли відсоток самостійних туристів збільшується, і туристичним компаніям для виживання доводиться все більше займатися пошуком нових джерел доходу.

3. Додатки для самостійних. Трендом на відмову від класичної схеми послуг компаній, що продають пакетні тури, буде посилюватися. Туристи масово купують авіаквитки за допомогою сервісу SkyScanner, а Booking.com давно змінив традиційний ринок бронювання номерів в готелях.

4. Оформлення страховки також є у перспективі автоматизації і переходу на цифру і інші стандартні операції. Сучасні додатки, подібні до Tripinsurance, дозволяють оформлювати поліс протягом декількох хвилин.

5. Блокчейн – це безпека здійснення прозорих транзакцій без участі банківських структур різних країн, шансу раптової блокування карти, при цьому є можливість захисту свого кріптовалютного гаманця, як мінімум, двухфакторної авторизацією. Вигідністю блокчейна для туриста є можливість тривалих подорожей без необхідності возити з собою документи і гаманець.

6. Онлайн-продажі також продовжують нарощувати свій темп росту. Для них актуальними є два спрямування: перший – туристи сплачують гроші за квитки і готельні номери, тим самим планують свою подорож самостійно; другий – туристичні агентства теж виходять в онлайн, просуваючи власні укомплектовані тури.

Підсумовуючи слід зазначити, що сучасний бізнес і організації традиційної економіки повинні адресно долати опір змінам, опираючись на незалежні науково-технологічних досліджень, маючи це як культурний цифровий імператив, щоб бути успішними в моделі цифрової трансформації і ставлячи перед собою завдання стати цифровим лідером [1, с. 30]

Цифрові технології дають можливість займатися пост-підтримкою, тобто супроводом і отриманням зворотного зв'язку. Подорож туристів відстежується на всіх етапах, по можливості отримуємо від нього оцінку сервісу по різних позиціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Куприяновский В. П., Добрынин А. П., Синягов С. А., Намиот Д. Е. Целостная модель трансформации в цифровой экономике – как стать цифровыми лидерами. *International Journal of Open Information Technologies*. 2017. Вып. 5. №. 1. С. 26–33.

2. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. NITECH office. 2016. 90 с. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (дата звернення 03.10.2020).

3. Цифровая трансформация в туризме: тренды 2020. URL: <https://vc.ru/flood/85973-cifrovaya-transformaciya-v-turizme-trendy-2020> (дата звернення 03.10.2020).

4. Крамаренко І. С., Козаченко Л. А., Стиценко О. В., Карабін К. О. Інклюзивний туризм — інвестиційна складова економіки регіону. *Агросвіт*. 2020. № 11. С. 83–89.

Петровська Т.Е.
старший викладач
Нечаєва А.С.
студентка

Харківського національного університету будівництва та архітектури

УГОДА. ВИДИ УГОД. ДОГОВІР

У зв'язку з переходом економіки до змішаного типу, дана тема є актуальною для України. Договірні відносини в багатьох галузях України, задоволення потреб громадян і згоди на побутовому рівні відбуваються за допомогою укладання угод і договорів. Ця інформація має важливе значення для підприємництва, оскільки угоди і договори займають вагомe місце у підприємницькій діяльності.

У тезі розглянуті та проаналізовані поняття угоди та договору, виявлені види угод, характеристика діючих угод і договорів по Україні та як підсумок виявлені відмінності між даними поняттями.

У сучасному світі, завдяки укладанню угод і договорів здійснюються великі торговельні перевезення, продаж і купівля землі, культурні заходи, а також дрібні угоди. Укладання договорів сприяє обороту експорту та імпорту в країні, а також зростанню зовнішньоекономічних та внутрішньоекономічних угод. Для кращого розуміння розглянемо поняття угоди та договору докладніше.

Згідно проаналізованими поняттями з різних економічних і правових джерел, можна зробити висновок, що угодою є, спрямована дія на встановлення, зміну, припинення правовідносин між юридичними та фізичними особами [2,3]. Угода передбачає взаємні зобов'язання між сторонами [1]. В угоді передбачено, що вона є взаємовигідною для всіх її учасників. Угода може полягати у вигляді усного та письмового договору, дії якої можуть бути пов'язані з передачею грошей, цінних паперів, майна, купівлею-продажам, бізнес-операціями, виробництвом та іншими торговими, економічними, виробничими формами співробітництва [4].

В Україні як і в усьому світі існує велика кількість видів угод, які поділяються на дійсні і недійсні, вони класифікуються за такими критеріями: місцем проведення, кількістю учасників, предметом і об'єктом угоди, правовою

формою, за обсягом здійснення процедур, гарантіями всіх сторін, які беруть участь в угоді, видом оплати і т.д. Розглянемо докладніше кожен вид угод.

Дійсні угоди.

За кількістю учасників:

- Угода може реалізуватися однією особою, така угода називається односторонньою, до неї відносяться: заповіт, прийняття та відмова від спадщини, дарування, сповіщення. Може зобов'язувати і інших суб'єктів, у випадках пов'язаних із законом або за узгодженості з даними суб'єктами.

- Двосторонні - беруть участь дві сторони (купівля-продаж).

- Багатосторонні – співпрацюють не менше трьох сторін.

Двосторонні та багатосторонні угоди вважаються договорами.

За способом укладення:

- Консенсусні - вважаються укладеними з моменту досягнення взаємної згоди між усіма сторонами (договір з купівлі-продажу, підряд, договір-доручення).

- Реальні - дійсні при здійсненні певної дії (позики, перевезення).

За призначенням:

- Оплатне - передбачають взаємні обов'язки сторін.

- Безоплатні - зустрічаються в односторонніх угодах, в них сторона отримує будь-яку вигоду не будучи зобов'язаною першої стороною.

- Каузальні - їх дійсність залежить від мети угоди.

- Абстрактні - угода, в якій не потрібно доводити підстави (вексель).

Недійсні угоди.

Це угоди, які не відповідають вимогам закону. Закон передбачає повернення, кожній зі сторін, всього отриманого при угоді.

Умовні угоди.

Юридичні наслідки залежать від настання якої-небудь обставини (в області приватизації).

Угоди є дійсними при деяких умовах:

- 1) здійснювати угоду має особа дієздатна;

- 2) має бути присутнім волевиявлення суб'єкта;

- 3) форма угоди повинна відповідати формі, передбаченої в законодавстві;

- 4) зміст правочину має перебувати в рамках закону.

Тепер розглянемо поняття договору. Договір являє собою різновид угоди, він використовується по більшій мірі в юриспруденції. Сторони можуть представляти як фізичні, так і юридичні особи. Договір - це письмова та усна угода між двома і декількома особами, при його складанні потрібно задоволення обох сторін [6]. Важливим елементом при укладанні договорів є оферта - пропозиція скласти договір, вона повинна містити в собі базові умови, також прийняттям даної пропозиції слід вважати акцепт (угода).

Договір можна класифікувати за такими групами: розподіл, між особами, які беруть участь, прав і обов'язків, спосіб узгодження змісту договору, характер волевиявлення, свобода волевиявлення.

Види договорів ділять на вільні та обов'язкові. В основному в Україні укладаються вільні договори, вони містять в собі вільне волевиявлення. Обов'язкові припускають обов'язковість хоча б для однієї особи (публічний договір). Багато договорів засвідчуються нотаріально.

Часто в публічно-правових утвореннях і господарських організаціях зустрічаються такі види договорів: поставка, купівля-продаж, надання послуг, зберігання, дарування, рента, підряд, оренда, банківські вклади, наймання, мента, позики, інвестування.

За юридичною спрямованістю поділяються на остаточні і попередні:

- Остаточний договір пов'язаний з переміщенням матеріальних, наприклад, виконання робіт, передача товарів, надання будь-яких послуг.
- Попередній договір передбачає угоду, яку буде укладено між сторонами в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Євгенєва А.П. Малий академічний словник. 1957-1984.
2. Осовська Т.В. Економічний словник. 2006.
3. Мещерякова О. Великий бухгалтерський словник. 2001.
4. Романенко Л. Словник економічних термінів. 2007.
5. Центр навчальної літератури. Цивільний кодекс України. Загальні положення про угоди. 2020. Гл.16, пар.1.
6. Ушаков Д.Н. Тлумачний словник російської мови. С. 1935-1940.

Латинін К.І.

аспірант

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ФАКТОРНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Проблема стратегічного управління розвитком знаходиться в центрі уваги науковців внаслідок ролі довгострокового менеджменту у формуванні конкурентоспроможності економічної системи. Так, в працях Кубіній Н.Ю. [4], [1] стратегічне управління розглядається як основа перемоги у боротьбі з конкурентами. Особливого значення управління на стратегічних засадах набуває для малого бізнесу [5], що працює в умовах високої невизначеності та ризиків.

Більшість дослідників при розгляданні факторного підходу до управління обмежується сферою факторного аналізу, що не є правомірним. На наш погляд, факторний підхід до управління має системну основу, передбачає комплекс дій та методів, які призводять до побудови моделі чинників, обумовлюючих досягнення заданого результату. В даному випадку складається хибне уявлення

про певну еkleктику, що виникає в наслідок поєднання факторного та системного методів дослідження, за наступними причинами:

1. Фактори функціонують в економічному просторі, якій представляє собою систему, в її межах фактор слугує причиною поведінки тих чи інших елементів і впливає на поведінку системи та її результати. Це також підтверджується тим, що в теорії регіональних систем економічний простір визначається «як стійка система відносин, що самоорганізується, яка формується в результаті конкуренції регіональних суб'єктів, реалізуючих свої економічні інтереси в формі часових підпроцесів сукупного регіонального економічного процесу (R-процес) в умовах відкритої взаємодії регіональної системи із зовнішнім середовищем (різними рівнями світогосподарської системи)» [2]; а це означає, що система є результатом дії певних чинників.

2. Фактори не взаємодіють відокремлене друг від друга, вони можуть посилювати дію або гальмувати її, визначати цілі та функції системи, їх досягнення та реалізацію. Фактично фактори забезпечують "властивості, пов'язані з цілями і функціями системи: синергічність, односпрямованість (цілеспрямованість) дій компонентів посилює ефективність функціонування системи; - пріоритет інтересів системи більш широкого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів; емерджентність – цілі (функції) компонентів системи не завжди збігаються з цілями (функціями) системи; мультиплікативність – позитивні і негативні ефекти функціонування компонентів у системі володіють властивістю множення, а не складання; цілеспрямованість; альтернативність шляхів функціонування і розвитку». [6]

3. Система сама по собі виступає фактором досягнення певної мети. Так, регіональна інноваційна система є фактором активізації інноваційної діяльності, інноваційний кластер як система є фактором прискорення інноваційних процесів і т.д.

Характерними рисами системного ракурсу на факторний метод дослідження виділені наступні:

1. Міждисциплінарний ракурс, якій дозволяє оцінити як систему факторів так й окремі чинники з різних позицій: економічної, політичної, соціальної, екологічної та ін.

2. Виходячи з визначення системи як сукупності взаємодіючих елементів в процесі руху системи до назначеної мети, фактори може бути представлені у двох іпостасях: у вигляді елемента системи та в якості причини дії цей системи або її елемента.

3. В попередніх дослідженнях доведено, що «основна специфіка системного підходу визначається тим, що він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта і забезпечують її механізмів, виявлення різноманітних типів зв'язків складного об'єкта і зведення їх в єдину теоретичну картину» [7].

2. Системний підхід дозволяє надати інтегральну оцінку впливу факторів на результат дії системи в цілому.

Факторний метод дослідження інноваційної активності, іншими словами, виявлення факторів активізації або гальмування інноваційної активності в регіоні спрямовано на проведення певних етапів.

По-перше, виявлення та діагностика чинників інноваційного розвитку. Для проведення даного виду дослідницької роботи доцільно застосувати методи каузальної індукції, які дозволяють встановити причино-наслідковий зв'язок між певним імпульсом та його наслідками.

По-друге, означення вектору спрямування дії фактору. Спрямування інноваційного фактору визначається особливостями регіональної економіки, її стратегічним потенціалом, політикою територіального розвитку, людським капіталом регіону.

По-третє, проведення факторного аналізу, для чого рекомендовано «1. Визначити кількість діючих факторів і вказати їх відносну інтенсивність. 2. Виявити знакову структуру факторів, тобто показати, якими ознаками геологічного об'єкта обумовлено дію того чи іншого фактору і в який відносну міру. 3. Виявити факторну структуру досліджуваних ознак ... об'єкта, тобто показати частку впливу кожного з факторів на значення тієї чи іншої ознаки цього об'єкта. 4. Відтворити в факторному координатному просторі вигляд досліджуваного геологічного об'єкта, використовуючи обчислювані значення факторів для кожного спостереження вихідної вибіркової сукупності». [3]

По-четверте, можливість та доцільність застосування сучасних методів аналізу. Застосування математичних та статистичних методів факторного аналізу дозволяють підвищити достовірність результатів аналізу та надати інформаційну базу для прийняття стратегічних рішень.

Таким чином, фактор представляє собою складне багатогранне явище, яке втілює а) причину певних дій, перетворень, розвитку б) вектор спрямування в) імпульс поведінки системи або її елементів певної сили. Взаємодія факторів на системній основі надає синергію регіональному розвитку, що суттєвим чином підвищує його ефективність.

Особливого значення в умовах посилення конкуренції між регіонами в умовах переходу до економіки знань набувають інноваційні фактори, під якими в даному дослідженні розуміємо такі важелі розвитку, що створюють радикальні конкурентні переваги.

З позиції системного підходу доцільно класифікувати інноваційні фактори, що дозволяє розглядаючи з різних сторін прояснити їх сутність та функціональну значимість для поведінки всієї системи (базові та другорядні, внутрішні та зовнішні по відношенню до системи і т.д.).

Фактори можуть бути стимулюючими та деструктивними в залежності від впливу на систему та її поведінку.

Фактори можуть бути гармонійно функціонуючими або конфліктними (також від ступеня протиріччя фактора та системи).

Інноваційні фактори в залежності від сфери виникнення та застосування поділяються на техніко-технологічні, організаційні, людські.

Факторний метод у стратегічному управлінні дозволяє виявити чинники, що за своєю дією є більш результативні та ефективні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kubiniy N., Marhitich V., Kosovilka T. Modern Content of Strategic Regional Development Potential. *Economics and Business*. 2020. №1. URL: <http://eb.tsu.ge/?cat=nomer&leng=eng&adgi=945&title=Modern%20Content%20of%20Strategic%20Regional%20Development%20Potential>
2. Акерман Е., Михальчук А., Трифонов А. Факторный подход в построении экономического пространства региона. *Вестник Томского государственного университета. Серия Экономика*. 2010. №3(11)-С.84-92.
3. Бахтин А., Низамутдинов Н., Хасанова Н., Нуриева Е. Факторный анализ в геологии. Казань. 2007. – 34с.
4. Кубиний Н., Пулянович О., Косовилака Т. Институционализация инновационных стратегий: ретроспективный бекграунд. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2017. Вип. 2. С. 83-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2017_2_12
5. Малий бізнес як фактор розвитку конкурентоспроможності регіону : монографія / [В. П. Мікловда, А. В. Ступко, І. Г. Брітченко, Н. Ю. Кубиній]. Полтава: ТОВ «Фірма «Техсервіс», 2012. – 200 с.
6. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/38432/3/Bilovodska_Gryshchenko.pdf
7. Системный подход. URL: gtmarket.concepts/7095

Тізем П.П.
аспірант

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ОРГАНІЧНИЙ БІЗНЕС: ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ РАКУРС

Проведене дослідження показало, що в бізнес-тематичі існує поліваріантність значень поняття органічний, що завуальовує сенс терміну при дослідженні конкретної проблеми.

Поняття органічний зустрічається:

- у сфері дослідження видів продукції та товарів і відноситься саме до конкретного продукту;
- в площині технологій виробництва;
- у вивченні та описі певних видів стратегії бізнесу або регіону, які відрізняють даний вид ділової активності від інших.

Для пояснення основних значень терміну органічний повернемося до його англійського толкування, запропонованого провідними британськими університетами та їх словниками.

По-перше, органічний застосовано до виду діяльності, спрямованого на виробництво продукції, що засноване на законах природи. OxfordDictionary: «Органічне описує речі, які є природними або пов'язаними з природою. У загальноживаному використанні органічне вживається у значенні "здоровий" або "близький до природи". Він також може описувати продукти, вирощені без штучних пестицидів або добрив. В інших сферах використання органічне означає живі істоти або матеріал, що походить від живих істот» [1].

Одночасно застосовується термін органічний в контексті ділового розвитку. Наприклад, «Органічне зростання - це зростання, яке компанія досягає за рахунок збільшення випуску та внутрішнього збільшення продажів. Це не включає прибуток або зростання, пов'язані зі злиттями та поглинаннями, а збільшення продажів та збільшення за рахунок власних ресурсів компанії [2].

Крім цього, існує точка зору, згідно якої «Органічне зростання бізнесу пов'язане із зростанням природних систем та організмів, суспільств та економік, як динамічний організаційний процес, який для розширення бізнесу характеризується збільшенням обсягу виробництва, розширенням клієнтської бази або розробкою нових продуктів, на відміну від злиттів та поглинань, що є неорганічним зростанням ... Органічне зростання бізнесу - це зростання, яке походить від існуючого бізнесу компанії, на відміну від зростання, що відбувається за рахунок придбання нового бізнесу» [3].

Заслуговує уваги поняття органічності та органіки в мистецтві та філософії: «Органіка – поняття, філософське мислення, новий принцип пізнання основ природного початку».[4]Органічно можуть розвиватися й взаємодіяти різні види діяльності прикладом чого є «тріумвірат економіки, туризму та культури» [5].

В контексті розвитку бізнесу виділяють органічну та неорганічну стратегії. «Стратегія органічного зростання є найпростішим і відомим механізмом зростання фірми. При реалізації цього шляху розвитку зростання забезпечується внутрішніми ресурсами фірми. Основними джерелами є нерозподілений прибуток минулих років і позикові кошти» [6].

Виділено такі напрямки стратегії органічного зростання:«По-перше, розробка нових технологій, які в подальшому стануть основою для створення нових товарів і послуг. ... По-друге, в разі, коли фірма може запропонувати споживачам унікальний товар або послугу, вона може віддати перевагу піти по шляху завоювання нових ринків. І, по-третє, фірма може змістити акцент на іншу цільову аудиторію або розширити існуючі рамки при просуванні своїх товарів і послуг» [6].

Ще стосується стратегії неорганічного зростання, вона «реалізується за рахунок ресурсів партнерів з наступним об'єднанням в одну фірму в разі злиття і поглинань, завдяки створенню спільних підприємств, або на основі взаємовигідних відносин в разі створення стратегічного альянсу. У всіх трьох випадках пошук партнера обумовлений бажанням фірми розділити витрати і ризики, необхідні для подальшого зростання» [6].

При виборі стратегії доцільно враховувати вплив на формування ринків [7] органічної продукції.

Визначення та впровадження певного типу стратегії залежить від інноваційного потенціалу, кадрового забезпечення та інвестиційної підтримки.

Таким чином, органічним називаємо бізнес, що застосовує внутрішні резерви зростання, взаємодія яких надає додаткові конкурентні переваги.

До внутрішніх резервів віднесено:

-виробництво органічної, заснованої на «чистих» технологіях продукції, яка є природною для даних умов;

-виробництво, що базується на органічних ресурсах;

-бізнес, що застосовує стратегії розвитку, центром яких є використання притаманних саме даному бізнесу можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Oxford Dictionary. Organic. URL: https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enUA798UA798&sxsrf=ALeKk03uXe4KRidTB6ubuW9yTq0uV9DLAg%3A1585803693472&ei=rXGFXvq3HMvi6QSEq5p4&q=organic+meaning&oq=Organic+&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQARgCMgQIIxAnMgQIIxAnMgQIIxAnMgIIADICCAAyBAgAEAMyAggAMgIIADICCAAyAggAOgUIABDLAToGCAAQFhAeOgQIABAToggIABAWEb4QEzoICAAQFhAKEB5Q3H1YkfgBYR_YAmgLCAB4AIABsAGIAYESkgEEMC4xNZgBAKABAaoBB2d3cy13aXo&scient=psy-ab. (дата звернення: 01.04.2020).

2. OrganicGrowthDefinition.URL: https://www.google.com/search?q=organically+meaning+in+business&rlz=1C1GCEA_enUA798UA798&oq=organical+meaning&aqs=chrome.3.69i57j0l7.6304j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8. (дата звернення: 01.04.2020).

3. Organicgrowth. URL:https://en.wikipedia.org/wiki/Organic_growth(дата звернення: 01.04.2020).

4. Алексей Кострома. Википедия. URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%B9_%D0%9A%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0. (дата звернення: 01.04.2020).

5. Kubiniy N., Zavadyak R., Belen M. Culture, Tourism and Economy as a Triumvirate of Regional Strategic Development. *Вісник Херсонського університету*. Херсон, 2019. Вип.34. С.105-108.

6. Дмитриева Д.М. Стратегические альянсы в контексте стратегий органического и неорганического роста. *Экономический анализ: теория и практика*. 2014. №25 (376). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-alyansy-v-kontekste-strategiy-organicheskogo-i-neorganicheskogo-rosta> (дата обращения: 02.04.2020).

7. Мікловда В., Шандор Ф., Кубіній Н. та ін. Маркетинговий потенціал регіону: проблеми та шляхи їх подолання: монографія. Ужгород: Ліра. 2009. 208с.

МЕТОДИ АНАЛІЗУ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Важливою умовою формування довгострокових конкурентних переваг виступає впровадження стратегічного управління, яке посилює економічний потенціал, [1] та інституційні можливості [4], [3]. З широкого спектру методів стратегічного аналізу в коло рекомендацій на різних етапах створення системи підтримки інноваційного підприємництва (СПП) рекомендовано включити наступні:

1. Декомпозиція та побудова дерева цілій. Дерево цілій представляє собою метод прогнозного аналізу, в межах якого виділяється основна (генеральна) мета СПП і далі у структурованому вигляді будується система цілій та завдань, ієрархічно їй підпорядкованих. Для побудови дерева цілій СПП Закарпаття використовується декомпозиція, в межах якої виявляється структура мети, а далі – виявляються ланцюги її реалізації за допомогою вирішення завдань меншої складності та більш вузької орієнтації.

2. PEST-аналіз політичних, економічних, соціальних та технологічних аспектів функціонування СПП Закарпаття. Даний аналіз зовнішнього середовища рекомендовано проводити для великих інвестицій, результативність яких (окупність, віддача) залежить від макроекономічних та глобальних трендів та подій.

3. SWOT-виявлення сильних та слабких сторін СПП, можливостей та загроз національного і регіонального середовищ, в тому числі близькості до кордону з Європейським Союзом.

4. SPACE-аналіз (Analysis of the Strategic Position and Action Evaluation). Для СПП Закарпаття відмічені «деякі з переваг методу: легко зрозуміла логіка; швидкість оцінки; можливість, яка передбачає визначення стратегічної позиції підприємства в цілому і тієї чи іншої сфери її діяльності; хороша візуальна презентація досягнутих результатів; високий ступінь ясності та актуальності рекомендацій щодо оптимізації ходу дій». [2] даний вид аналізу дозволяє оцінити поточний та стратегічний потенціали розвитку економічної системи, на основі чого обґрунтувати вибір стратегії функціонування економічної системи в майбутньому.

5. Каузальна індукція дозволяє відслідкувати вплив окремих факторів на узагальнений результат дії Системи. Каузальна індукція дозволяє більш повно описати функції Системи та визначити, які є адекватними для конкретних умов дії СПП Закарпаття. Вказаний метод також дозволяє застосовувати сценарний варіант прогнозування, коли одна причина може викликати декілька варіантів поведінки економічної системи в майбутньому.

6. Функціонально вартісний аналіз передбачає дослідження функцій елементів (модулів) Системи підтримки інноваційного підприємництва та їх взаємозв'язку з вартістю дій та результатів. На даному етапі функціонально-вартісний аналіз дозволяє здійснити:

- визначення функціонального навантаження кожного модуля СПП;
- дослідження майбутніх результатів дії кожного модуля та Системи в цілому;
- визначення вартості функціонування елементів (модулів) Системи та визначити кореляцію результатів та витрат, що дозволяє виявити корисні функції та зайві функції Системи та її модулів;
- визначити резерви підвищення ефективності функціонування Системи.

6. Система збалансованих показників — це «система стратегічного управління організацією на підставі вимірювання та оцінки ефективності її діяльності за набором показників, підібраних таким чином, щоб врахувати всі суттєві (з точки зору стратегії) аспекти діяльності організації». [5] Виділяють фінансову, клієнтську, процесну та кадрову складові аналізу.

7. Метод організаційного моделювання. Метод організаційного моделювання «відноситься до організацій органічного типу, зокрема, до матричних структур. Він включає в себе розробку формалізованих математичних, графічних, машинних та інших відображень розподілу повноважень і відповідальності в організації. Можна назвати кілька основних типів організаційних моделей: математико - кібернетичні моделі ієрархічних управлінських структур, що описують організаційні зв'язки і відносини у вигляді систем математичних рівнянь і нерівностей; графоаналитичні моделі організаційних систем, що представляють собою мережеві, матричні і інші табличні і графічні відображення розподілу функцій, повноважень, відповідальності, організаційних зв'язків. Вони дають можливість аналізувати їх спрямованість, характер, причини виникнення, оцінювати різні варіанти угруповання взаємозв'язаних видів діяльності в однорідні підрозділи, «програвати» варіанти розподілу прав і відповідальності між різними рівнями керівництва і т.п.»[6]

8. Контролінг. Контролінг, як вже відмічене, в класичному розумінні представляє функцію стратегічного управління. В даному контексті контролінг розглянуто як інтеграцію методів аналізу, планування та прогнозування, які у взаємодії забезпечують управління СПП інформацією про стан, поведінку та тренди розвитку СПП. На основі результатів контролінгу визначаються слабкі сигнали, виявлення яких знижує імовірність та ступінь ризикованості, особливо в сфері інноваційної активності.

Вказані методи слугують виявленню перспектив розвитку економічної системи та визначення найбільш ефективного шляху побудови її конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kubiniy N., Marhitich V., Kosovilka T. Modern Content of Strategic Regional Development Potential. *Economics and Business*. 2020. №1. URL: <http://eb.tsu.ge/?cat=nomer&leng=eng&adgi=945&title=Modern%20Content%20of%20Strategic%20Regional%20Development%20Potential>
2. Teofana V. Dimitrova. Evaluation the strategic position of an organization through space analysis. URL: https://www.researchgate.net/publication/321275569_EVALUATING_THE_STRATEGIC_POSITION_OF_AN_ORGANISATION_THROUGH_SPACE_ANALYSIS
3. Алтман Й. Кубиний Н.Ю. Виды доверия и их оценка. *Науковий вісник Ужгородського університету університету. Серія Економіка*. 2016., випуск 2. №48. С.148-152.
4. Кубиний Н. Ю., Пулянович Е.В., Косовилка Т.И. Институализация инновационных стратегий: ретроспективный бекграунд. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка*. 2017. Вип. 2. С. 83-86.
5. Мельник Ю., Савченко О. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах. Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_1_192_203.pdf
6. Методи організаційного проектування. Режим доступу: <https://students-library.com/library/read/15257-metody-organizacionnogo-proektirovania>

Давидова О.А.

магістр спеціальності «Менеджмент»

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Для продуктивної діяльності підприємств та економіки України в цілому, визначним є підвищення інвестиційної активності інвесторів, адже саме зростання інвестиційних ресурсів сприяє більшому розвитку підприємствам та економіці. Саме інвестиції формують одну зі складових, які визначають конкретні позиції країни на світовому ринку. Аналіз сучасного стану інвестиційної політики держави та залучення інвестицій підприємствами за видами економічної діяльності є досить актуальним, адже дозволяє виявити основні проблеми пріоритетності галузей народного господарства та об'єктів для інвестування.

За офіційними матеріалами Державного комітету статистики України надходження прямих інвестицій (акціонерного капіталу) в Україну у січні-червні 2019 року склали 1259,5 млн. дол. США. Обсяг залучених з початку

інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на 01.07.2019 року становив 33724,4 млн. дол. США. [3].

У I півріччі 2019 року приріст іноземних інвестицій в економіку України склав 839,6 млн.дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу).

Станом на 01.07.2019 найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до підприємств промисловості – 33,3 % та установ та організацій, що здійснюють оптову та роздрібну торгівлю; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 16,6% [3].

Обсяги освоєння капітальних інвестицій підприємств України у I півріччі 2019 року складають 233,9 млрд. грн., що на 12,3 % більше від обсягу капітальних інвестицій за відповідний період 2018 року.

Провідними сферами економічної діяльності, за обсягами освоєння капітальних інвестицій, у I півріччі 2019 року залишаються: промисловість – 40,3%, будівництво – 10,8%, сільське, лісове та рибне господарство – 10,1%, інформація та телекомунікації – 3,7%, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 7,9%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 8,4%, державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування – 5,4%, операції з нерухомим майном – 4,9% [1].

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у I півріччі 2019 року освоєно 73,3 відсотка капіталовкладень. Частка кредитів банків та інших позик у загальних обсягах капіталовкладень становила 7,7 відсотка. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 9,0 відсотка капітальних інвестицій. Частка коштів іноземних інвесторів становила 0,8 відсотка усіх капіталовкладень, частка коштів населення на будівництво житла – 6,6 відсотка. Інші джерела фінансування становлять 2,6 відсотка.

Отже, Україна залишається привабливою для інвестицій, водночас вона не знаходиться осторонь світових процесів, є достатньо інтегрованою у світове господарство і порушення макростабільності на зовнішніх ринках має свій відголос в Україні.

У рейтингу Doing Business 2019 Україна піднялась на +5 пунктів і посіла 71 позицію зі 190 країн світу. Країна продемонструвала найбільше зростання в таких категоріях, як оподаткування (зростання на 110 позицій, 54 місце), міжнародна торгівля (+70 позицій, 78 місце) і захист прав інвесторів (+56 позицій, 72 місце) [1].

Крім того, Україна посіла 83 місце з 140 в рейтингу Глобальної конкурентоспроможності економіки (Global Competitiveness Index). У рейтингу із 140 країн Україна знаходиться на 110 місці за рівнем державних інститутів, на 57 місці – з розвитку інфраструктури, на 77-му – за рівнем адаптації сучасних технологій, а також макроекономічна стабільність – 131 місце, охорона здоров'я – 94 місце, освіта – 46 місце, ринок товарів – 73 місце, ринок

праці – 66 місце, фінансова система – 117 місце, обсяг ринку – 47 місце, динаміка бізнесу – 86 місце, здатність до інновацій – 58 місце.

Крамаренко І.С. та Козаченко Л.А. вважають, що «Такі зрушення позиціонуються владою як індикатор успішності проведення реформ. Проте найбільш гострими питаннями, як для іноземних, так і вітчизняних інвесторів, в Україні залишаються: корупція, захист прав власності, високі кредитні ставки, ведення між-народної торгівлі та адміністративні бар'єри у сфері започаткування й закриття бізнесу» [4, с. 130].

Інвестиційні потоки обслуговують економічно розвинуті регіони України, лишаючи поза увагою менш розвинуті регіони, що потребують значного надходження іноземних інвестицій. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій у регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку країни та посилює подальше збільшення регіональних диспропорцій. Задля усунення цих проблем повинна бути сформована виважена та дієва державна інвестиційна політика, спрямована на збільшення інвестиційної привабливості регіонів України [5, с. 434].

Для підвищення інвестиційної привабливості регіонів України необхідно розробити механізм, форми та методи удосконалення регіональної політики у сфері залучення інвестицій, що базуватиметься на засадах поєднання ринкових і владних інструментів і включатиме:

- визначення стратегічних напрямів та пріоритетів інвестиційного розвитку області, прогнозних обсягів потреби регіону в інвестиціях, в тому числі іноземних, на довгострокову перспективу, їх конкретизація на найближчі 5 років з послідуною деталізацією щорічно;

- конкретизація пріоритетів інвестування, суб'єктів інвестування, розміру інвестицій та соціально-економічних наслідків для території, визначення суб'єктів та механізмів контролю в щорічних програмах соціально-економічного та культурного розвитку територій;

- опрацювання досвіду, підготовка та надання органам державної влади пропозицій щодо вдосконалення нормативно-правової бази, яка регулює залучення іноземного капіталу та його ефективне використання в господарській діяльності на території України;

- формування конкурентних переваг області у сфері інвестування, в тому числі шляхом підготовки належних бізнес-пропозицій, що враховують як інтереси території, так і інвесторів;

- задіяння інструментів маркетингу регіону при формуванні позитивного іміджу області;

- стимулювання залучення іноземних інвестицій в економіку області через використання важелів впливу фіскального та дозвільного характеру;

- формування кадрового потенціалу державної служби, спроможного забезпечити ефективну роботу з іноземними інвесторами;

- конструктивна співпраця органів виконавчої влади та місцевого самоврядування з суб'єктами господарювання територій (державно-приватне

партнерство) та об'єднання їх зусиль щодо залучення ефективного інвестора та досягнення бажаного конкретного результату;

- створення інфраструктурних елементів та удосконалення системи інформаційного забезпечення інвестиційної діяльності;

- моніторинг досягнутих результатів, узагальнення досвіду, корегування прогнозів та програм [2].

Підсумовуючи вище викладене, створення дієвого механізму регіональної інвестиційної політики дозволить подолати диспропорції, що постійно супроводять інвестиційну діяльність підприємств значної кількості територіальних громад (малих міст, селищ, сіл).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інвестиційна діяльність в Україні. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=43ae484f-01b8-4a5f-b893-3c1d77ecb78e> (дата звернення 01.10.2020).

2. Іртищева І. О., Крамаренко І. С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. *Регіональна економіка*. 2014. №2 (72). С.84-95.

3. Офіційний веб сайт Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 01.10.2020).

4. Крамаренко І. С., Козаченко Л. А. Позиціонування інвестиційного потенціалу України у світових рейтингах. *Бізнес Інформ*. 2020. №4. С. 127–132.

5. Сімків Л. Є. Стан інвестиційної активності в регіонах України. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С.430-435.

6. Крамаренко І.С., Сенкевич О.Ф., Войт Д.С. Стратегічні домінанти формування і розвитку інвестиційного потенціалу: регіональні та національні особливості. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип.50 част.1. С.167-175

Гончаренко А. С.

аспірант,

Харківський національний економічний університет ім.С. Кузнеця

РОЛЬ ЯКОСТІ В СТРУКТУРІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Якість – складна і універсальна категорія, що має безліч особливостей і різних аспектів.

З філософських позицій якість означає суттєву визначеність даного об'єкту, завдяки якій він стає специфічним і відрізняється від іншого об'єкта. Разом з тим якість об'єднує багато об'єктів в сукупність, тобто робить їх однорідними.

Соціальний аспект якості пов'язаний зі ставленням суб'єктів або всього суспільства до досліджуваного об'єкта, наприклад, зі сприйняттям ставлення певних споживачів до відповідної продукції або послуг. При цьому якість може

розглядатися як категорія, що відповідає законам попиту і пропозиції, залежить від рівня культури, доходів споживачів і т.п.

Технічний аспект якості обумовлений кількісними і якісними змінами об'єкта дослідження. Так, якщо філософський аспект якості полягає у виділенні сукупності якісно однорідних об'єктів, то інженер, розглядаючи поняття якості, вкладає в його зміст конкретного змісту. об'єктом дослідження стають технічні закономірності в освіті і прояві фізичних, електромеханічних та інших властивостей предметів однакового призначення.

З інженерних позицій якість досліджується в зіставленні сукупності властивостей обраного об'єкта з аналогічним об'єктом, прийнятим в залежності від мети дослідження за якийсь еталон.

З економічних позицій якість розглядається як результат споживання або споживчої вартості досліджуваного об'єкта. Оскільки потреби в якості того чи іншого об'єкта різноманітні, остільки це якість оцінюється споживачами по-різному. Отже, з економічної точки зору, важливо знати, наскільки якість відповідає потребі, інакше не всяке високу якість - благо, тобто між технічним і економічним розумінням якості є протиріччя. Воно носить діалектичний характер і обумовлюється додатковою взаємозв'язком виробництва і споживання об'єктів, тому доцільно розглядати спільно технічний і економічний аспекти якості, тим більше що це важливо при проведенні оцінки рівня якості.

Правовий аспект якості відноситься до вироблення науково-технічної документації (НТД), порядку її розробки, затвердження, впровадження і виконання, а також обліку. З правової точки зору, якість виступає як сукупність властивостей об'єкта, що відповідають вимогам, встановленим в НД.

В умовах ринку і конкуренції розвинені країни світу сприймають високу якість як стратегічний комерційний імператив і найбільш значимий джерело національного багатства. Якість багато в чому визначає престиж держави, служить основою для задоволення потреб кожної людини і суспільства в цілому, є найважливішою складовою конкурентоспроможності. Тільки на його основі підприємство може вижити в умовах конкуренції і отримувати необхідний прибуток, тому видається цілком об'єктивним, що діяльність з підвищення і забезпечення якості в умовах ринкових відносин повинна бути пріоритетною.

Уолтер Демінг у 50-тих роках говорив, що якість продукції може бути визначена лише клієнтом і може змінюватися залежно від їх потреб і пропонував для її дослідження використовувати метод Plan-Do-Check-Act [3].

Джозев Мойсен Юран у 60-ті роки зауважував, що якість – придатність до знань і запропонував трилогію Юрана. У цей же час Філіп Б. Кросбі дав визначення поняттю “якість” як відповідність певному набору технічних умов, встановленим керівництвом, а не якоюсь розпливчатою концепцією "цінності", а також запропонував наступні методи для її дослідження: DIRFT-DIRET, Four absolutes of quality, The 6C's [2].

У 70-80-тих роках поняття “якість” досліджували Каору Ісікава, Арман Валлін Фейгенбаум, Шигео Шинко, Генічі Тагучі. Так, Кору Ісікава зазначав, що поліпшення якості – безперервний процес для якого варто використовувати інструмент Семи та діаграму причин та наслідків [1]. Арман Валлін Фейгенбаум запропонував власний підхід, що був названий на його честь і зазначав, що якість, по суті, є способом управління організацією. Шигео Шинго зауважував, щоб досягти максимальної якості необхідно викоринити помилки, що призводять виготовлення неякісних продуктів. Це на його думку можна зробити за допомогою SMED, Рока-уоке, JIT, дефекта Зеро. Генучі Тагучі розглядав якість як збитки, спричинені суспільством безпосередньо від відвантаження товару [4].

Тож проаналізувавши різні погляди на термін “якість” можна сказати, що сформулювати єдине вірне неможливо. Та як же пов’язана “якість” і структура капіталу? Якість продукції закладається в процесі розробки проекту, а оцінюється при експлуатації. У зв'язку з тим, що вимоги до продукції розрізняються залежно від її призначення, якість того самого виробу може оцінюватися по-різному. Ступінь прояву цих властивостей оцінюється за допомогою кількісних показників якості.

Так само, заклавши правильну (якісну) структуру капіталу під час розробки стратегічного плану для підприємства вдасться забезпечити необхідний рівень його фінансової стійкості. Загальний менеджмент і менеджмент якості дуже тісно пов'язаний один з одним. Сьогодні це провідний інструмент управління на фірмах, адже враховуючи сучасні реалії, жодна фірма, не просунута в галузі менеджменту якості та екології, не може розраховувати на успіх у бізнесі і будь-яке суспільне визнання.

Показник якості - кількісна характеристика властивостей продукції, складових і визначають її якість, що застосовується в цілях його оцінки в певних умовах створення, експлуатації та споживання.

Спираючись на існуючі методи визначення показників якості продукції, можемо запропонувати методи оцінки якості структури капіталу підприємства та виділити:

розрахунковий метод. Спосіб отримання значень показників якості даним методом - обчислення на основі відомих теоретичних або емпіричних залежностей;

традиційний метод. Призів будуть фактичних даних про значеннях показників якості в процесі випробувань продукції за допомогою технічних джерел інформації;

експертний метод. Заснований на винесенні рішення, прийнятого групою фахівців-експертів. В експертну групу об'єднуються фахівці, що володіють високою кваліфікацією, досвідом, авторитетом в певній галузі знань, сфері діяльності, галузі промисловості.

Якість структури капіталу впливає на кінцеву якість готової продукції, а отже й на рівень продажів та фінансову стійкість підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ishikawa K. What is Total Quality Control The Japanese Way. Englewood Cliffs / K. Ishikawa – N 1 Prentice-Hall Inc., 1985. - Vol. 6, 5, № 13. – p. 44-45.
2. Безродна С. М. Управління якістю : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / С. М. Безродна – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. – 174 с.
3. Деминг Э. Выход из кризиса / У. Эдвардс Деминг ; [пер. С англ. Г. Чебриков] – Тверь : Альба – 1994. – 498 с. – Перевод изд. W. Edwards Deming. Out of the Crisis (Cambridge, MA : MIT Press, 1986) – ISBN 5-87381-018-4.
4. Заплотинський Б.А. Управління якістю професійної діяльності. Конспект лекцій з додатками. / Б.А. Заплотинський – Київ: КІВіП НУ «ОЮА», 2017. – 152 с.

Крапивіна Д.А.

здобувач

Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМИ МЕДІА ПЛАТФОРМАМИ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні в Україні відбувається становлення креативних індустрій або їх ще називають «галузей майбутнього». Креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості [1].

За даними Аналітичної довідки до креативної індустрії належить 12 креативних секторів в Україні [2].

Щеглюк С. Д. зазначає, що «вивчення територіальної креативності – процес незавершений, ще не достатньо апробовані методологічні підходи до оцінки її рівня, що з одного боку перешкоджає ефективному моніторингу розвитку регіонів та міст, виявленню і своєчасному вирішенню проблем, пов'язаних з посиленням їх конкурентоспроможності, а з іншого – дає можливість вченим удосконалити методологію дослідження та об'єктивно оцінювати креативність на різних рівнях ієрархії економічних систем. Зазначимо, що більшість методичних підходів, розроблені іноземними дослідниками, базуються на існуючій статистичній базі даних і в силу відсутності низки показників у вітчизняній офіційній статистиці ускладнюють порівняльні дослідження та не сприяють розвитку вітчизняного креативного сектору.» [3, с.145]

Холодницька А.В. в процесі дослідження актуальності тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації, констатує той факт, що «креативна складова стає головною вимогою конкурентоспроможності будь-якої сфери діяльності. Глобалізація економіки потребує розширення масштабів

і підвищення вимог до всіх галузей народного господарства, які мають бути орієнтовані не тільки на національні, а й на світові ринки. Варто зазначити, що перевагами національної економіки є: вигідне географічне положення, багатогалузева інфраструктура, людський капітал, що має невичерпний креативний потенціал, унікальні чорноземи, особливі народні промисли, туристичні родзинки, культурна спадщина та ін. Виходячи з цього доцільно сформувавши інноваційну модель розвитку економіки, яка стане стратегічним вектором збалансованого зростання» [4, с.156].

Медіа сферу поділяють на базове виробництво та додаткове. До базових належить:

- 58.11 Видання книг
- 58.13 Видання газет
- 58.14 Видання журналів і періодичних видань
- 58.19 Інші види видавничої діяльності
- 74.30 Надання послуг перекладу

До додаткових належить

- 18.11 Друкування газет
- 18.12 Друкування іншої продукції
- 18.13 Виготовлення друкарських форм і надання інших поліграфічних послуг
- 18.14 Брошурувально-палітурна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг
- 58.12 Видання довідників і каталогів.

Додана вартість у видавничій справі за 2018 рік становила 9,6 млрд грн, з них базова – 3,4 млрд грн й додаткова – 6,2 млрд грн. В цілому, якщо розглядати зміну додатної вартості у видавничій справі, необхідно відмітити, що вона змінилася майже в 2 рази. У 2013 році у структурі доданої вартості у видавничій справі переважали додаткові і становили 2,5 млрд грн., а базові 2,4 млрд грн. З 2014 року значно змінилась структура доданої вартості у видавничій справі майже 60% це базові надходження. Позитивним є також збільшення додатної вартості у видавничій справі за досліджуваний період з 4,9 млрд грн. у 2013 році до 9,6 млрд грн. у 2018 році, з них базова з 2,4 млрд грн. до 6,2 млрд грн., додаткові з 2,4 млрд грн. до 3,4 млрд грн. відповідно.

Як зазначає Мураховський А., що «Внаслідок формування ринкової економіки склалися умови, що забезпечували можливість реалізації основних її принципів: свободи підприємництва, конкуренції, встановлення цін відповідно до кон'юнктури ринку, оплати праці за результатами діяльності підприємств. Настала епоха конкуренції, в якій виживали і розвивалися фірми, що добре обізнані з читацькими потребами і правильно реалізують їх у підприємницькій політиці. У ринковій економіці по-новому виявляються суперечності, обумовлені характером книги: з одного боку – це явище культури, носій інтелектуально-духовного багатства суспільства, з іншого, книга – це

комерційний товар. Бажання підприємств випускати та продавати тільки прибуткові книги призводить, особливо в умовах складного процесу становлення ринкових відносин, до зниження обсягу суспільно значущих, які не дають швидкого й високого прибутку.» [5, с.9].

Однак, необхідно відмітити, що розвиток видавничої справи в Україні і досі залишається на рівні її становлення. Необхідно відвітити суттєве скорочення кількості суб'єктів господарювання, що працюють в цій сфері. Згідно даних рисунку, кількість суб'єктів господарювання видавничої справи скоротилась з 8364 одиниць у 2013 році до 7495 одиниць у 2018 році, або на 869 одиниць. Необхідно також відмітити негативну тенденцію щодо зменшення частки видавничої справи в креативних індустріях з 8,6% у 2013 році до 4,3 % у 2018 році. Таке скорочення, відбулося за рахунок реформи державних закладів видавничої справи.

Колектив авторів вважає, що « за досліджуваний період ВВП збільшився у 3,3 рази, при цьому надходження від виду економічної діяльності інформація та телекомунікація у 4,2 рази. Частка виду економічної діяльності інформація та телекомунікації у складі ВВП в середньому становить 3-4% та має тенденцію до зростання, що є досить позитивним. Аналіз динаміки капітального інвестування за секцією діяльності інформація та телекомунікації за 2010-2018 роки свідчить про зростання частки телекомунікацій в його загальному обсязі капітальних інвестицій на 0,38 в.п. Таке підвищення відбулося внаслідок незначного збільшення інвестування телекомунікацій у 2018 році і загальним зростання суми капітальних інвестицій. В цілому, якщо за вісім років капітальні інвестиції збільшилися в 3,2 рази, то інвестиції за видом економічної діяльності інформація та телекомунікації в 3,5 разів»[6].

Отже, необхідно відмітити, що сучасне інноваційне управління регіональними медіа платформами можливий лише за умов розвитку креативної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
2. Аналітична довідка щодо обчислення економічних показників у сфері креативних індустрій <https://drive.google.com/file/d/1XVeC3ZrkRMCHzzHzOZMtGWdNWNhfMONJp/view>
3. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. Випуск 6 (128). С.143-150/
4. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 151-157.
5. Мураховський А. Українське книговидання: радянська доба і сьогодення. *Вісник Книжкової палати*. 2014. №7. С. 9—13.

6. Іртищева І. О., Крамаренко І. С., Іртищев О. С., Гарагуля А. В., Ставцов Р. В. Цифрова економіка в Україні: виклики сьогодення та завдання управління. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8074> (дата звернення: 01.08.2020).

Кулішова О. О.

аспірант

Кулішова К. О.

студентка гр. ВТ-20-М

Приазовський державний технічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ МОРСЬКИХ ПОРТІВ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій на теперішньому етапі призводить до перенасичення інформаційного простору, що ускладнює можливість управління проводити швидкий аналіз та надавати рекомендації щодо удосконалення процесу управління економічною безпекою морських портів.

Питаннями інформаційного забезпечення процесів управління діяльності промислових підприємств займаються провідні вітчизняні та зарубіжні науковці а саме: Л. В. Балабанова, С. А. Бороненкова, З. С. Варналій, Гроте, Євангеліста, Л. Г. Мельник, Спаф, А. А. Чухна, В. Д. Шквіра та інші. Так, аналізуючи вплив розвитку інформаційних технологій на систему управління господарською діяльністю промислового підприємства, Гончар В. В. у своїй статті зазначає, що «цей розвиток, для більшості промислових підприємств, приніс надзвичайно амбівалентні соціальні зміни: з одного боку, дуже сприятливі наслідки, зокрема, для доходів і потенціалу для споживання. З іншого боку, цифровізація також приносить деякі дуже складні виклики з точки зору супутніх змін до економічних структур і роботи» [1].

З цього пропонується визнати, що для ефективної роботи з системою даних необхідно розробити по-перше, послідовність роботи програми для аналізу даних, а по-друге, розподілити за функціональними напрямками відповідальних по роботі з програмою.

Так, важливо розуміти, що саме буде кінцевою метою роботи програми. У нашому випадку, такою є отримання комплексного звіту з рівня економічної безпеки, що складатиметься з трьох розділів:

1. Виробничо-технологічна безпека (до якого входять підрозділи: фінансова, кадрова, технологічна, інформаційна безпека);
2. Безпека взаємодії економічних агентів (інтерфейсова і маркетингова складова);

3. Загальна частина звіту, яка буде містити пояснення та коригування отриманих результатів на показники загально-галузевої безпеки (наприклад, вплив макроекономічних або екологічних факторів на розвиток підприємства), а також рекомендації щодо підвищення рівня ЕБП (програмними методами можуть бути розраховані тенденції розвитку за необхідністю).

Для кожного окремого елемента програми управління ЕБП кількість і методи збору даних будуть різнитися від кількісних до якісних, зібраних за допомогою спостережень або на основі експертної оцінки, однак послідовність роботи з програмою є незмінною. Пропонуємо її у наступному вигляді:

1. Запуск програми (далі розглянемо доступ користувачів за функціональним розподілом);
2. Вибір функціонального підрозділу;
3. Вибір виду даних, які будуть завантажуватися в систему;
4. Завантаження даних (тут пропонується методи як ручного вводу даних так і інтеграції з розповсюдженими програмами, як наприклад MS Excel або MS Acces);
5. Створення додаткових алгоритмів розрахунку результатів (за відсутності необхідних у вбудованій структурі АСУ);
6. Перевірка завантажених даних на відповідність вбудованими вимогам програми (перевіряє програма, при наявності невідповідності користувач має перевірити відповідність даних);
7. Вибір виду звіту, який має сформувати програм;
8. Побудова перспектив (за необхідністю);
9. Формування звіту;
10. Інтеграція конкретного звіту до загального (за необхідністю).

Таким чином, налагоджена послідовність дії сприятиме чіткому розумінню персоналом своїх завдань щодо наповнення АСУ.

Розуміючи «Як?» персонал має розуміти «Що?» саме необхідно завантажувати в систему. Інформація має відповідати потребам звіту (а саме, користувач має чітко розуміти, які дані для якої категорії звіту мають бути внесені до програми). Наглядно особливості роботи інформаційних систем у залежності від їх призначення зображено у статті [2], тут автори надають змістовну характеристику інформаційних систем за видами. Вона як раз ілюструє неоднорідність інформаційних систем за призначенням.

Надання доступу до програми користувачам дуже схоже на ієрархічну структуру управління підприємством. Тобто, доступом до розрахунку звітів за 1 розділом відповідно мають володіти фінансовий відділ (або бухгалтерія), відділ кадрів, керівники виробничих ділянок, відділ інформаційної безпеки; Відповідно до 2 розділу - маркетинговий відділ або відділ збуту. При чому, у керівників вищої ланки для контролю має бути доступ до всіх структур програми.

У роботах авторів [3,4,5] можна також звернути увагу на розподіл обов'язків за функціональними напрямками, що дає змогу зрозуміти особливості процесу формування та аналізу даних.

Таким чином, аналізуючи сучасні тенденції цифровізації суспільства, зростання кількості можливих загроз та необхідності розробки засобів відбору та аналізу інформації, пропонується розробка автоматизованої системи управління економічної безпеки морських портів, яка дозволить давати точні прогнози стану економічної безпеки порту, розрахунок можливих сценаріїв зміни стану ЕБП, відстеження результатів впровадження конкретних змін та корегування розроблених стратегій на основі отриманих даних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гончар, В. В. Інформаційне забезпечення процесів управління промислових підприємств: шляхи та перспективи розвитку / В. В. Гончар, Ж. Симанавичене // *Вісник Приазовського державного технічного університету = Reporter of the Priazovskyi State Technical University*. Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2018. Вип. 36. С. 177–184.

2. Гончар, В. В. Методологія інформаційного забезпечення процесів управління промисловим підприємством / В. В. Гончар, І. Ю. Якименко // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*. Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2018. Вип. 18. С. 12–20

3. Черната Т. М. Управління кадровою складовою економічної безпеки підприємства / Т. М. Черната, О. О. Кулішова // *Проблеми розвитку регіонів: промислові і економічні аспекти: матеріали Всеукр. наук.–практ. конф., присвяченої 100-річчю Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова* (м. Первомайськ, 28 травня 2020 р.). Первомайськ: ПФ НУК, 2020. С. 234-238

4. Черната, Т. М. Оцінка позавиробничої економічної безпеки підприємства / Т. М. Черната, О. О. Кулішова // *Університетська наука – 2019 : тези доп. Міжнар. науково-техн. конф.* (Маріуполь, 16-17 травня 2019 р.) : в 4 т. / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2019. Т. 3. С. 90–92.

5. Черната, Т. М. Підходи до управління економічною безпекою державних морських портів як елемент сталого розвитку країни / Т. М. Черната, О. О. Кулішова // *Сталий розвиток України, проблеми та шляхи їх подолання : матеріали Міжнар. науково-практ. конф.* (Маріуполь 14–15 листопада 2019 р.) / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2019. С. 123–125.

Куюмджи С.Ю.

студент

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах стрімкого розвитку науки, техніки і технологій, посилення конкуренції успіху може досягти тільки така організація, яка творчо застосовує маркетингове управління у своїй діяльності, постійно шукає нові способи адаптації до безперервно мінливих умов існування. Маркетингова діяльність підприємства в сучасних умовах господарювання повинна швидко і гнучко реагувати на постійні зміни маркетингового середовища.

В умовах економічної кризи різко зростає ступінь ринкової невизначеності, що негативно позначається на діяльності окремих підприємств, галузі та економіки України загалом. Особливо гостро ці проблеми впливають на діяльність аграрних підприємств, оскільки вони мають враховувати і особливості конкурентного (ринкового) середовища, і специфіку функціонування галузі [3].

В умовах поширення кризових явищ на сучасному етапі розвитку економіки України актуальною стає проблема формування раціональної структури маркетингу в аграрних підприємствах. Підприємство повинне мати таку маркетингову систему, яка б давала йому змогу максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси. Всі напрями вдосконалення маркетингу повинні реалізовуватися системно, комплексно.

Формування та оптимізація маркетингової структури управління в сільськогосподарських підприємствах набули особливої значущості, оскільки ринкові відносини дедалі більше стають основними чинниками регулювання виробництва сільськогосподарської продукції. Створення маркетингових структурних одиниць має базуватися на засадах комплексності, системності та раціоналізації організаційних підходів. На практиці формування маркетингової структури базується на створенні маркетингового відділу або служби, що існуватиме на засадах органічних взаємозв'язків з іншими підрозділами підприємства. Маркетингові дослідження сільськогосподарських підприємств дають змогу розробити стратегії для окремих сегментів ринку на підставі даних про кон'юнктуру кожного окремого ринку, встановити фінансові цілі на підставі прогнозу ціни реалізації товару, розробити стратегію комунікації та заходи щодо просування товарів на ринку, встановити перспективні цілі та розробити стратегію розвитку аграрного підприємства [1].

Аграрним підприємствам варто враховувати особливості і слабкі сторони розвитку маркетингу в аграрній сфері та специфіку цієї галузі, зокрема

специфіку товарів, невідповідність циклів виробництва, робочого часу й термінів придатності і споживання, залежність від природно-кліматичних чинників, застарілість виробничих фондів і технологій [4].

Основне завдання маркетингу полягає у завоюванні ринків збуту продукції. Для цього сільськогосподарські товаровиробники як безпосередні суб'єкти ринку агропродовольчих товарів мають турбуватися про підвищення своєї конкурентоспроможності в умовах товарної конкуренції.

Ефективність прийняття управлінських рішень у маркетинговій діяльності підприємств (в тому числі сільськогосподарських) повною мірою залежить від ступеня розвитку маркетингу та розробки його організаційно-економічних засад. Рішення стосовно випуску нової продукції, рівня цін, інших чинників завжди лежать у площині функціонування комплексу маркетингу. Прийняття таких рішень є неможливим без повноцінного інформаційного забезпечення, яке повною мірою задовольняє процес дослідження ринку як функціональна сфера маркетингового управління ефективністю виробничо-збутової діяльності, а комплекс маркетингових засобів, який охоплює управління маркетингом, відповідає за механізм реалізації цих управлінських рішень.

Під результатами маркетингової діяльності найчастіше розуміють кількість залучених нових клієнтів, кількість зацікавлених клієнтів із-поміж існуючих, частоту звернень клієнтів до підприємства, кількість успішних контактів тощо.

Для оцінки ефективності маркетингу використовують методики, які зорієнтовані на якісний аналіз маркетингової діяльності підприємств: ступінь адаптованості стратегії в певний період часу до конкретного сценарію розвитку зовнішнього середовища; співвідношення частки прибутку або доходу, отриманого завдяки маркетинговій діяльності, та пов'язаних із цим витрат; відношення економічного ефекту, одержаного за результатами реалізації логістичної концепції, до обсягу капіталу, що інвестований у логістику; ранжування важливості повідомлень, що дає змогу розглядати найважливіші з них насамперед.

Кожна з розглянутих методик має свої власні критерії оцінки ефективності маркетингової діяльності, засновані на якісних і кількісних показниках. Вважаємо, що на сьогодні не має єдиної думки щодо вибору критеріїв класифікації методик, які повинні братися до уваги під час оцінювання ефективності маркетингової діяльності [2].

Для підвищення ефективності маркетингової діяльності агроформувань пропонується розглядати формування організаційно-економічних засад розвитку маркетингу аграрних підприємств та розробку шляхів їх вдосконалення в контексті забезпечення реалізації трьох функціональних напрямів:

- оптимізація організаційно-економічних відносин маркетингової діяльності аграрних підприємств;

- гармонізація управління маркетинговими перетвореннями в механізмі функціонування підприємств;
- активізація вертикальних і горизонтальних відносин у процесі маркетингової діяльності.

Крамаренко І. С. та Бондаренко Л. А. зазначають, що «Основні показники виробництва агропродовольчої продукції за шістнадцять років збільшилися майже в 1,7 рази, таке зростання відбулося за рахунок збільшення обсягів виробництва продукції рослинництва. Зі збільшенням виробництва агропродовольчої продукції, підвищилась продуктивність праці. В цілому всі економічні показники виробництва сільськогосподарської продукції мають позитивну тенденцію дозростання. Подальший розвиток агропродовольчого виробництва можливий за рахунок реалізації поставлених завдань, а також створення інтегративних формувань або підприємств замкнутого (повного) циклу виробництва» [5, с.22].

Оцінка ефективності маркетингової діяльності повинна бути якомога конкретнішою, результати аналізу – точно визначеними, оскільки вони слугуватимуть інформаційною основою для прийняття рішень керівниками аграрних підприємств. Кількість і перелік показників ефективності є індивідуальними для кожного підприємства й залежать від виду бізнесу, етапу розвитку фірми, стану ринку тощо. Крім того, ефективність маркетингової діяльності потрібно оцінювати за тривалий період, а не за результатами поточної діяльності, тому що високі результати одного року можуть бути зумовлені сприятливими обставинами, а не ефективною роботою маркетингової служби.

Отже, використання різноманітних методів оцінювання в комплексі допомагає оцінити, наскільки ефективно ведеться маркетингова діяльність на підприємствах, доцільність вживання тих чи інших маркетингових заходів, а також обґрунтувати їх значення для діяльності підприємств загалом і для кожного виду діяльності зокрема. Розрахунок точних показників дасть змогу прийняти правильні рішення щодо підвищення ефективності й якості маркетингової діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балановська Т. І. Формування дієвої структури управління маркетингом в сільськогосподарському підприємстві. *Вісник ЖДТУ*. 2010. № 4 (54). С. 213–214.
2. Костюк О. С., Тижай Н. В., Фаєк Н. В. Оцінювання ефективності функціонування маркетингу на підприємстві. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 690. С. 79–84.
3. Красноруцький О. О., Данько Ю. І. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України: монографія. Харків: Міськдрук, 2009. 262 с.

4. Макаренко П. М., Макаренко Ю. П. Переваги й обмеження концентрації виробництва у сільському господарстві. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 3(15). С. 65–70.

5. Крамаренко І. С., Бондаренко Л. А. Дослідження економічних показників виробництва агропродовольчої продукції України. *Агросвіт*. 2018. № 2. С. 17–22

6. Крамаренко І.С. Державне фінансування агропродовольчої сфери України. *Агросвіт*. 2013. № 17. С. 13-17

Приймак Є.В.

студент

*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Діяльність зарубіжних і вітчизняних компаній свідчить, що основоположну позицію на підприємствах у кризових умовах відграють доцільне використання всього потенціалу компанії та вміла організація й управління нею. Підприємствам необхідні інновації, так як саме вони забезпечують ефективний результат в організаційній, фінансовій, виробничій сферах. В умовах підвищеної конкуренції на українських ринках у споживачів підвищуються вимоги до надаваних їм продуктів і послуг, тому постійні нововведення можуть стати одним із чинників отримання конкурентних переваг.

Інноваційний менеджмент – система, в якій фактори взаємодіють між собою, які націлені на досягнення або підтримання потрібного рівня життєздатності та конкурентоспроможності підприємства за допомогою механізмів управління інноваційними процесами [5]. Інноваційний процес – це процес створення, освоєння, поширення і застосування інновації [6].

До структурно-логічних складових інноваційного менеджменту відносяться [1]: мета полягає в нарисі основоположних спрямувань науково-технічної і виробничої діяльності підприємства; завдання: досягнення стану сфери господарської діяльності та господарюючих систем, що здійснюють інновації, а також досягнення специфіки самого інноваційного процесу; об'єктом є інноваційний процес, окремо взята інновація або інноваційна діяльність у цілому; предметом є відносини, що виникають у процесі управління виробництвом і впровадженням інновацій різного типу; цілями виступають завдання, які вирішуються у господарських ситуаціях на певних етапах реалізації загальної інноваційної стратегії компанії особливо оптимальним і результативним методом, а саме: розробка і впровадження нововведень, інвестиційна діяльність, спрямована на фінансування цих нововведень,

навчання і подальше просування кваліфікованого персоналу, безперервне поліпшення наукової бази і науково-дослідної та дослідно-конструкторської роботи (НДДКР), а також способів і прийомів управління.

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного плану і науково-дослідницької та (або) дослідно-конструкторської розробки нової спецтехнології (у тому числі інформаційної) або продукції з виготовленням експериментального прикладу або дослідної партії [4, с. 45]. Інноваційний проект включає в себе комплект необхідних документів, в яких прописані всі потрібні процедури і комплекс заходів (в тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної послуги.

До формування інноваційного управління слід використати системно-інтегративний підхід, що дозволяє об'єднувати елементи всіх типів управління, визначати зміст інноваційності управління і його складові. Інноваційність елементів і зміст інноваційного управління спрямовані на розв'язання проблем інноваційного розвитку, на створення і раціональне поєднання інноваційних процесів в усіх суміжних і споріднених секторах суспільної діяльності. Інноваційне управління повинно будуватись на врахуванні, цілеспрямованні, координації впливу їх складових і змісту на кінцеві результати інноваційного соціально-економічного розвитку [2, с. 23].

Інноваційне управління створює умови як виживання, так і зростання господарських організацій, формування наукомістких галузей, що ведуть до корінних змін асортименту товарних ринків, зростання продуктивності праці, конкурентоспроможності підприємств, держави. Як система управління інноваційний менеджмент складається з двох ланок або підсистем: керуючої підсистеми (суб'єкта управління) і керованої підсистеми (об'єкта управління), зв'язок суб'єкта управління з об'єктами відбувається за допомогою руху інформації. Цей рух інформації являє собою сам процес управління, тобто процес розроблення і здійснення керуючої дії суб'єкта управління на об'єкт управління. Механізм керуючого впливу включає збір, обробку і передавання необхідної інформації та прийняття відповідних рішень.

Розвиток інноваційного процесу можливий лише тоді, коли в компанії спостерігається зростання інвестицій. Значимість цієї галузі інвестування визначається впливом технологічних укладів на відтворювальні процеси, необхідністю відновлення елементів основного й оборотного капіталу, освоєння випуску нових товарів для зростання конкурентоспроможності. Інноваційна цілеспрямованість інвестицій у ринковій економіці є сильним фактором економічного зростання, визначає стабільну, еластичну, чудово налагоджену систему інвестування та пов'язані з нею механізми [3].

На підприємстві, яке реалізує інноваційну діяльність, необхідною умовою є постійне оцінювання системи управління цією діяльністю, для того щоб уникнути незапланованих затрат. Також важливою умовою є проведення оцінювання інноваційної системи управління у взаємозв'язку з системами управління інших видів діяльності, задля оцінки витрат та їх доцільність на

функціонування кожної системи. Проведення ґрунтового моніторингу існуючих систем на підприємстві забезпечить йому ефективне функціонування та сильні конкурентні позиції.

Колектив авторів вважає, що тільки «швидке втілення наукових досягнень у нові технології та продукцію надасть країні можливість впевнених та постійних темпів економічного зростання, а скерованість її зусиль на найбільш оптимальних напрямках науково-технічного та соціально-економічного поступу в межах інноваційних відкриттів буде допомагати зростанню її міжнародної конкурентоздатності на світових ринках» [7-8].

Отже, інноваційний менеджмент на підприємстві, визначається сукупністю економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання найоптимальнішим шляхом економічних результатів цієї діяльності. Інноваційний менеджмент націлений на забезпечення ефективного функціонування інноваційного процесу в підприємства, з метою створення можливості її конкурентоспроможності на ринку в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бердніков С. В., Скрипник Н. Є. Інноваційний менеджмент в Україні як складова частина загальної системи управління підприємством. Економіка і суспільство. Серія: Економіка та управління підприємствами. 2016. Вип. 7. С. 195–200. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/33.pdf (дата звернення 03.10.2020).

2. Бобровська О. Інноваційне управління як важіль і джерело інноваційного розвитку регіонів. *Публічне управління: теорія та практика*. 2011. № 4 (8). С. 20–27. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua> (дата звернення 03.10.2020).

3. Еволюційні аспекти змістової характеристики інвестицій як економічної категорії. URL: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=6010&chapter=1>. (дата звернення 03.10.2020).

4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент. Суми : ВТД, 2010. 334

5. Плакіда В. Т. Конспект лекцій з дисципліни «Інноваційний менеджмент». Харків: ХНАМГ, 2010. 76 с.

6. Сутнісна характеристика інновацій та інноваційних процесів. URL: <http://lib.lntu.info/book/page5.html> (дата звернення 03.10.2020).

7. Крамаренко І. С., Хмелик О. А. Дослідження та тенденції сучасного стану інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 73–77.

8. Крамаренко І.С. Дослідження інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств в Україні. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2014. № 2 (209). С. 151–155.

Королевич Н. Г.

Канд. екон. наук, доц.

Оганезов І. А.

Канд. техн. наук, доц.

Білоруський державний аграрний технічний університет

РЕЗЕРВИ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА ЛЬОНУ-ДОВГУНЦЯ В РЕСПУБЛІЦІ БІЛОРУСЬ

Льон-довгунець має велике економічне значення для народного господарства Білорусі. У Республіці відзначається стійка тенденція до збільшення обсягів споживання лляних тканин, вироблених з високих номерів лляних пряж. Велика частина білоруського льону експортується у вигляді сировини і напівфабрикатів в країни, допрацьовують низькоякісну білоруську продукцію і забезпечують конкурентоспроможність своїх готових лляних виробів за рахунок невисоких цін закупівлі в нашій республіці. Досягти високої якості льонопродукції та її рентабельної реалізації всіма рівнями лляної галузі в ринкових умовах на внутрішньому і зовнішньому ринках можливо лише виведенням льонарства на сучасний технологічний рівень шляхом технічного переоснащення і вдосконалення організації виробництва [1-2]. З метою ефективної реалізації розглянутої концепції льонозаводах Вітебської області Білорусі рекомендується [1-5]:

- вирощувати льон семи нових вітчизняних сортів Республіки Білорусь «Ласка», «Грант», «Лада», «Веста», «Рубін», «Дукат», «Маяк» – ранніх, середніх і пізніх; Мехзагонів Вітебської області слід строго виконувати вимоги термінів збирання льонотрести – не пізніше 14 вересня.

- мати достатню кількість технічно справної техніки для виробництва льонотрести; на 1000 га посівних площ льону потрібно мати три справні самохідні трактори, близько шести причіпних льонокомбайнів. Також потрібні і підготовлені кадри, кваліфіковані механізатори, яких не вистачає.

Тому перед сільськогосподарським машинобудуванням Білорусі ставляться завдання-запропонувати машини з максимальною локалізацією виробництва в Білорусі, здатні прийти на зміну техніці, раніше купується за кордоном за валюту. Новий комплекс складається з декількох машин, розроблених в РУП "НВЦ НАН Білорусі по механізації сільського господарства" – обертач стрічок (ОЛЛ-1), однопотокова навісна теребилка (ТЛН-1,9), ворошилка-вспушиватель стрічок (ВВЛ-3) і самохідний прес-підбирач (ПЛС-1) – показала свій потенціал в процесі повного циклу прибирання льону в ВАТ "Шкловський льонозавод, Могилевської обл. Презентовані машини вже пройшли приймальні випробування. Перша машина-обертач стрічок льону (ОЛЛ-1). Спочатку ця техніка виготовлялася в рамках локалізації по технічній документації французької компанії «Дехонд». 29 серпня 2019 р. в роботі ВАТ "Шкловський льонозавод" був продемонстрований зразок

вже його вітчизняного виготовлення. Друга машина - це теребилка льону однопоточна навісна (ТЛН-1,9) для агрегування з тракторами тягового класу 1,4 (Беларус-82.1). Дослідний зразок машини виготовлений ДП «Експериментальний завод». Третя машина-ворошилка-вспушувач стрічок льону (ВВЛ-3), яку характеризують високу якість робіт і висока продуктивність. Істотна відмінна перевага ВВЛ - 3 в порівнянні з аналогами: застосування гідравлічного регулювання положення робочих секцій, що забезпечує її працездатність на фонах з різною шириною захвату/тереблення. Застосовувані в даний час аналогічні машини адаптовані тільки до конкретної ширини захоплення. Четверта машина-самохідний прес-підбирач (ПЛС-1), забезпечує формування шару льонотрести необхідної лінійної щільності незалежно від вихідної лінійної щільності стрічки на полі. Прес-підбирач оснащений системами автоматичного управління робочим процесом і гідравлічним приводом робочих органів машини. Він комплектується спеціальною модифікацією вітчизняного двигуна Д-245.12 Мінського моторного заводу. Кабіна і передній міст виготовлені у ВАТ «Гомсельмаш». Пресувальна камера нового покоління виготовлена у ВАТ "УКХ "Бобруськагрош". Важливішим напрямком розвитку льняного підкомплексу являється формування і реалізація механізму державного замовлення на льняну продукцію (наприклад, текстильні вироби для Минздрава, Минобороны, МВД, МЧС, и др.) на постійній основі, що буде сприяти розвитку імпортозаміщення і найбільш швидкому інноваційному розвитку льняного підкомплексу РБ [3-5].

Використання систем супутникового GPS / ГЛОНАСС моніторингу транспорту в АПК РБ може дозволити знизити споживання палива до 20% за рахунок підвищення ефективності контролю його витрати. Влітку 2020 р фахівці з установки обладнання ТОВ «ТехноТон Трейд» і УО БГАТУ відвідали ряд сільськогосподарських організацій Солігорського, Воложинського і Молодечненського районів Мінської області для діагностики роботи компонентів раніше встановлених систем моніторингу транспорту і контролю витрати палива на основі Galileosky 7.0 li GPS/ГЛОНАСС терміналу в пластиковому корпусі з вбудованими антенами і додатковими кріпленнями. Результатом впровадження таких систем став перегляд норм витрати палива на основних видах сільськогосподарських робіт. На техніку льонарських господарств були встановлені термінали моніторингу GalileoSky з витратомірами палива DFM. Термінал здійснює збір, реєстрацію, зберігання отриманих сигналів та їх передачу на сервер телематичних послуг. Встановлене на сервері програмне забезпечення формує аналітичні звіти, що дозволяють в інтернет-браузері контролювати маршрут і витрату палива транспортного засобу за заданий інтервал часу. DFM з імпульсним виходом дозволяють користувачеві отримувати дані про фактичне споживання палива двигуном (про витрату палива за час його роботи і про середню годинну витрату палива).

Під час експлуатації обладнання були виявлені істотні відмінності в даних за кількістю палива, що списується за затвердженими нормами, і фактично витраченого. На окремих навантажувачах "Амкодор", використовуваних на укладанні льонотрести в шохи льонозаводів (навантажувач з телескопічною стрілою АМКОДОР 540-70, навантажувач Універсальний з телескопічною стрілою АМКОДОР 527) різниця досягала більше 20% (40 л/день фактично замість 51 л/день за нормами). На тракторах МТЗ-1221, МТЗ-80 ця різниця склала в середньому до 15% в залежності від виду виконуваних робіт. Зокрема для МТЗ-80 більше 15% - 5 кг/га замість 6 кг / га.

Особливу увагу було приділено встановленим терміналам GalileoSky з інтерфейсом даних автомобіля MasterCAN CC на МТЗ-3022, МТЗ-3522. У цих випадках вимірювання витрати палива та інших параметрів двигуна (обороти, тиск масла, температура) відбувалося безпосередньо з блоку управління без підключення додаткових датчиків рівня палива або витратомірів. Норма витрати палива на такій техніці зменшилася в середньому на 2,5 л з га (при загальній середній нормі витрати – 21,14 л/га) або за даними експериментів більш ніж на 10% (11,82%).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Обробіток льону олійного в Республіці Білорусь / І.А. Голуб [та ін.] // Землеробство і захист рослин. – 2017. – прил. до № 4. – С. 35-38.
2. Оганезов, І.А. Підвищення ефективності виробництва і переробки льону-довгунця / І. А. Оганезов, А. В. Лукашевич // формування організаційно-економічних умов ефективного функціонування АПК: Збірник наукових статей 8-ї Міжнародної науково-практичної конференції. Мінськ, 24-25 травня 2018 р. /редкол.: Г. І. Гануш [та ін.]. – Мінськ: БГАТУ, 2018. - С. 267-272.
3. Голуб, І. А. Перспективи обробітку і переробки льону-довгунця в Республіці Білорусь / І.А. Голуб // Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Сер. аграрных навук. – 2017. – № 3. – С. 91–98.
4. Королевич, Н. Г. Основні шляхи підвищення ефективності виробництва льону в Республіці Білорусь / Н. Г Королевич , І. А. Оганезов // Розвиток фінансового ринку в Україні: проблеми та перспективи: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, 08 Листопада 2018 р. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – С.122-124.
5. Королевич, Н.Г. Основні резерви підвищення ефективності виробництва льону-довгунця в Республіці Білорусь / Н.Г Королевич, І. А. Оганезов // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2019. – Вип. 200. – С. 164 - 174.

Пакуліна А.А.
канд.економ.наук, доц.
Шебалкова Е.І.
Студент

Харківського національного університету будівництва та архітектури

ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ВИДИ КОНТРОЛІНГУ

Контролінг – це спеціальна, саморегулювальна система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства (зокрема фінансового менеджменту) і включає в себе інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль та внутрішній консалтинг. Контролінг як система охоплює два основних аспекти: стратегічний та оперативний. Отож слід розрізняти стратегічний і оперативний контролінг.

Стратегічний контролінг – система, яка спрямована на забезпечення виживання та "відслідковування" руху підприємства до наміченої стратегічної мети розвитку.

Основні завдання стратегічного контролінгу:

- участь у встановленні кількісних та якісних цілей підприємства;
- відповідальність за стратегічне планування;
- розробка альтернативних стратегій;
- визначення критичних зовнішніх і внутрішніх умов, що лежать в основі стратегічних планів;
- визначення основних контрольних показників відповідно до встановлених стратегічних цілей;
- аналіз економічної ефективності.

Оперативний контролінг спрямований на створення системи управління досягненням поточних цілей підприємства, а також прийняття своєчасних рішень для оптимізації співвідношення "затрати–витрати".

Базою оперативного фінансового контролінгу є фінансова стратегія, цільові орієнтири, концептуальні заходи та ресурси, визначені в межах стратегічного контролінгу. Головною метою оперативного фінансового контролінгу є організація системи управління досягненням поточних (короткострокових) фінансових цілей підприємства.

Такі цілі можуть відбиватися в показниках виручки від реалізації, прибутку, постійних та змінних витрат, чистого грошового потоку, рентабельності капіталу тощо. Визначальним є те, що цільові показники оперативного контролінгу повинні корелювати з монетарними та немонетарними цілями стратегічного контролінгу.

Цілком зрозуміло, що планування без дієвого контролю за ходом виконання планів не має сенсу. З іншого боку, контроль без планування є неможливим. Контроль – це невід'ємна складова та умова планування.

Інтеграція бюджетування та бюджетного контролю характеризує основний зміст оперативного контролінгу, який, власне, і полягає в систематичному порівнянні фактичних показників діяльності підприємства із запланованими та в аналізі відхилень. Без синтезу планування і контролю існує велика ймовірність неправильної оцінки можливих фінансових ризиків і, як наслідок, помилкових, запізнилих або нескоординованих управлінських рішень і дій.

Бюджетний контроль – це порівняння фактичних показників фінансово-господарської діяльності із плановими (бюджетними) з метою перевірки їх узгодженості за величиною і термінами, а також аналіз причин відхилень для вироблення пропозицій щодо корекції бюджетів чи фінансово-господарської діяльності підприємства. Контроль є дієвим інструментом стимулювання підвищення фінансової відповідальності та продуктивності як окремих працівників, центрів прибутковості, структурних підрозділів, так і підприємства в цілому.

Важливим елементом оперативного контролінгу є внутрішній консалтинг та методологічне забезпечення. Фінансового контролера досить часто називають також радником топ-менеджменту з фінансово-економічних питань та його інформаційним партнером. У процесі виконання цієї функції служби контролінгу здійснюють консультування менеджменту підприємства, керівників структурних підрозділів, окремих стратегічних одиниць з питань оптимізації досягнення поставлених цілей та вирішення поточних проблем.

Консультаційні послуги можуть надаватися також під час проведення внутрішнього аудиту, у разі виявлення певних недоліків чи резервів. У межах даного функціонального блоку на контролінг покладаються завдання розроблення внутрішніх інструкцій, методик, рекомендацій на замовлення менеджменту та окремих структурних підрозділів.

Типовою для багатьох підприємств є проблема неефективного управління ризиками (запізніле їх ідентифікування і нейтралізація) та швидкого виявлення і використання додаткових шансів поліпшення діяльності. Наслідком цього може бути зменшення потенціалу розвитку та фінансова криза. З метою своєчасної ідентифікації чинників, які сигналізують про той чи інший напрямок розвитку окремих показників, внутрішніх та зовнішніх параметрів діяльності підприємства, вжиття превентивних заходів доцільно впроваджувати систему раннього попередження та реагування (СРПР).

Система раннього попередження та реагування – це особлива інформаційна система, яка сигналізує керівництву про потенційні загрози та ризики, яких може зазнати підприємство, а також додаткові шанси щодо підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Згідно із сучасними підходами до побудови системи контролінгу на підприємстві, в СРПР інтегруються елементи як стратегічного, так і оперативного контролінгу. Сама ж СРПР повинна логічно вписуватися в систему планування та контролю. Система виявляє та аналізує інформацію про

приховані обставини, настання яких може призвести до виникнення загрози для підприємства чи до втрати потенційних шансів.

Таким чином, у системі контролінгу головним є не фіксування минулих фактів, а оперативне відстеження поточних подій. На основі такого аналізу розробляються рекомендації для прийняття управлінських рішень.

Отже, основне завдання контролінгу – досягнення поставлених цілей підприємства. Для цього треба об'єднати такі різні елементи, як планування, облік, контроль, аналіз, керування інформаційними потоками і на цій основі – вироблення рекомендацій для прийняття управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Контролінг на підприємстві [Електронний ресурс] / URL: <https://works.doklad.ru/view/IEIS7Ojd8ao.html>
2. Пушкар М.С. Контролінг - інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: [монографія] / Пушкар М.С., Пушкар Р.М.. - Тернопіль: Карт-бланш, 2004. - 370 с.
3. Контролінг на підприємстві: основні концепції та види. [Електронний ресурс] / URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/18330/.
4. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Под ред. Н. Г. Да-ниловичкиной. М. 1998.

Пакуліна А.А.

канд.економ.наук, доц.

Шебалкова Е.І.

студент

Харківського національного університету будівництва та архітектури

КОНТРОЛІНГ ТА ЙОГО ФУНКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Контролінг – це один з найновіших напрямів інформаційно-економічного розвитку підприємства. В сучасних умовах господарювання інтерес до нього проявляється у все більшій мірі, що зумовлено появою значної кількості перекладених видань з питань обліку, фінансів, ціноутворення тощо.

Система контролінгу – це принципово нова концепція інформації і управління, яку можна визначити як обліково-аналітичну систему, що реалізує синтез елементів обліку, контролю, планування, яка забезпечує як оперативне, так і стратегічне управління процесом досягнення цілей і результатів діяльності підприємства[1].

Поява такої дисципліни викликана переосмисленням ролі та значення менеджменту в сучасному бізнесі. Якщо до цього часу управління пов'язувалося, в основному, з вирішенням поточних справ на підприємстві, то в умовах загострення конкурентної боротьби і нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому функціонує підприємство і доводиться

працювати менеджерам, управління пов'язується з успішністю діяльності його та забезпеченням тривалого існування.

У зарубіжній та вітчизняній літературі немає єдиного підходу до визнання поняття «контролінг». Деякі науковці вважають, що термін «контролінг» походить від англійського «to control» – контролювати, управляти, яке, своєю чергою, є похідним від французького слова, що означає «реєстр, список перевірки». В англійських джерелах термін «контролінг» практично не використовується, замінений на «управлінський облік» (management accounting). Оскільки вітчизняна термінологія поки що остаточно не сформована, в Україні використовують обидва терміни – і «контролінг», і «управлінський облік».

Погляди фахівців на визначення поняття «контролінг»:

Аніскін Ю.П.: «Випереджуючий контроль рішень що приймаються та реалізуються на основі аналітичних методів оцінки наслідків життєдіяльності підприємств в теперішньому та майбутньому періодах» [2].

А. Дайле: «правління по цілям, тісний взаємозв'язок контролера та менеджера в процесі реалізації функцій контролінгу, гармонізація чітко детермінованих та немаючих причинно-наслідкових зв'язків, так званих «м'яких» факторів» [3].

Кармінський О.М.: «Контролінг -- це і філософія, і образ мислення керівників орієнтовані на ефективне використання ресурсів та розвиток підприємства у довгостроковій перспективі» [4].

Манн Р., Майер Э.: «система забезпечення діяльності підприємства в двох аспектах: короткостроковому – оптимізація прибутку та у довгостроковому – зберігання та підтримка гармонічних відносин та взаємозв'язків підприємства з зовнішнім середовищем» [5].

Основною метою контролінгу є інформаційне забезпечення та орієнтація процесу управління на досягнення цілей підприємства.

Контролінг забезпечує виконання наступних функцій:

- сервісна (забезпечення необхідною для управління інформацією);
- функція прийняття рішень (функція управління);
- внутрішній контроль на підприємстві.

Сервісна функція – це інформаційне обслуговування контролінгу, яке забезпечується за допомогою системи планування, нормування, обліку та контролю. Всі ці системи орієнтовані на досягнення цілі, кінцевого результату діяльності підприємства. Інформація повинна містити задані показники (планові, нормативні) та фактичні, в тому числі відомості про відхилення, виявлені в ході обліку.

Функція управління контролінгу реалізується з використанням даних аналізу відхилень, величини покриття та загальних результатів діяльності підприємства. Ця інформація необхідна для прийняття тактичних (оперативних) та стратегічних управлінських рішень.

Функція внутрішнього контролю передбачає контроль економічної роботи як організації у цілому, так й його структурних підрозділів.

Функціонування контролінгу надає інформацію, важливу для:

- 1) визначення стратегії та планування майбутніх процесів та результатів діяльності підприємства;
- 2) контролю за поточною діяльністю;
- 3) оптимізації затрат;
- 4) оцінки ефективності діяльності;
- 5) зниження суб'єктивності в процесі прийняття управлінських рішень.

Отже, контролінг – це якісно нове явище в теорії і практиці управління підприємством. В економічній діяльності підприємств він відіграє надзвичайно важливу роль, так як це концепція, що направлена на ліквідацію "вузких місць", орієнтована на майбутнє відповідно до поставленої мети і завдань одержання певних результатів. Неоціненна роль контролінгу в діяльності невеликих фірм, акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю (командитних товариств), а таких фірм у країнах з вільною ринковою економікою переважна більшість. Економічними питаннями на таких підприємствах професійно займається певне коло людей, в основному, власники або управлінці, які повинні добре володіти основами планування, обліку і фінансів. Як правило, економічна служба невеликих фірм складається з одного або декількох бухгалтерів і фінансиста – спеціаліста з податків. Як у більшості практиків, у них немає часу, а інколи й бажання засвоювати теоретичні праці і сучасних проблем планування, обліку й аналізу всієї фінансово-господарської діяльності, оскільки кінцева мета їх діяльності — забезпечення максимальної ефективності діяльності своєї фірми чи підприємства, і тому оволодіння прийомами контролінгу дає той ефект, що від них і вимагається.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Контролінг на підприємстві [Електронний ресурс] / URL: <https://works.doklad.ru/view/IEIS7Ojd8ao.html>
2. Анискин Ю.П. Планирование и контроллинг: [учебник по специальности «Менеджмент организации»] / Анискин Ю.П., Павлова, А.М. – М.: Омега-Л, 2005. – 280 с
3. Давидович І.Є. Контролінг: [навчальний посібник] / І.Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 552 с.
4. Контроллинг в бизнесе. Методические и практические основы построения контроллинга в организациях./ Карминский А.М., Оленев Н.И., Примаков А.Г., Фалько С.Г. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
5. Манн Р. Контроллинг для начинающих. Система управления прибылью / Р. Манн, Э. Майер; [Пер. с нем. Ю.Г. Жукова]. – М.: Финансы и статистика, 2004. 213 с.

Аванесова Н.Е.

д. е. н., професор, завідувача кафедрою
менеджменту та публічного адміністрування
Харківського національного університету будівництва та архітектури.

Мордовцев О.О.,

к.е.н., доц.

Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Барabanов І.В.

стар. викладач кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Харківського національного університету будівництва та архітектури

ДЕРЖАВНЕ-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА УСПІШНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ

Державний сектор несе відповідальність за певний ряд секторів економіки, які він повинен не лише містити у хорошому стані, але і розвивати. На жаль, і ця проблема характерна не лише для нашої країни, але і для країн з високо розвиненою економікою, у державі не досить фінансових коштів для здійснення таких проектів. Як показує досвід інших країн, одним з найбільш ефективних виходів з ситуації, що склалася, є кооперація держави і приватного бізнесу [5].

Приватний бізнес – це не лише великі фінансові ресурси, це також нові технології, нові, ефективніші підходи до системи управління.

Під державно-приватним партнерством розуміється специфічна форма співпраці державного і приватного секторів для виконання суспільно значимих завдань, що характеризується тим, що партнери переслідують спільні цілі [3, с. 174].

Переслідування загальних цілей, позначене тут в одній з характерних рис державно-приватного партнерства, не можна розуміти буквальному значенні слова.

Мета державного сектора – здійснення суспільно значимих проектів, основна мета приватного бізнесу – отримання прибутку через співпрацю з державою в суспільно значимих проектах. Інакше, приватний бізнес не стане брати участь в подібних проектах.

Державно-приватне партнерство [3]:

- співробітництво між державним та приватним партнерами

державний партнер – держава, Автономна Республіка Крим, територіальні громади в особі відповідних державних органів, що згідно із Законом України "Про управління об'єктами державної власності" здійснюють управління об'єктами державної власності, органи місцевого самоврядування, Національна академія наук України, національні галузеві академії наук;

приватний партнер – юридичні особи, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій;

- здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами, та відповідає ознакам державно-приватного партнерства, визначеним цим Законом;

- у рамках здійснення державно-приватного партнерства відповідно до цього Закону та інших законодавчих актів України можуть укладатися: концесійний договір, договір управління майном, договір про спільну діяльність, інші договори.

Об'єктами державно-приватного партнерства є [2]:

- існуючі, зокрема відтворювані (шляхом реконструкції, реставрації, капітального ремонту та технічного переоснащення) об'єкти, що перебувають у державній або комунальній власності чи належать Автономній Республіці Крим, або майно господарських товариств, 100 відсотків акцій (часток) якого належить державі, територіальній громаді чи Автономній Республіці Крим;

- створювані або новозбудовані об'єкти відповідно до договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства.

Основні ознаки механізму ДПП, що обумовлюють його ефективність при залученні приватного бізнесу[3]

- створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт та технічне переоснащення) об'єкта державно-приватного партнерства та/або управління (користування, експлуатація, технічне обслуговування) таким об'єктом;

- фіксація у договірних відносинах "державного інтересу".

- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;

- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкт державно-приватного партнерства.

Переваги механізму ДПП [1]:

- підвищення ефективності управління об'єктами державної та комунальної власності;

- покращення якості публічних послуг для населення та бізнесу;

- створення умов для використання новітніх технологій та запровадження інновацій;

- зниження навантаження на державний бюджет та оптимізація бюджетних видатків на надання публічних послуг та утримання бюджетних установ.

Окрім вищеперелічених проектних переваг, які отримують користувачі результатами проекту ДПП, можна виділити також так звані регіональні переваги.

У регіональній площині знаходяться, наприклад, такі переваги, як створення нових робочих місць або поліпшення екологічної ситуації в регіоні, що сприяє збереженню здоров'я населення.

Для успішної реалізації проектів ДПП потрібне виконання ряду умов:

1) участь приватного сектора забезпечує якісніший або дешевший продукт, а також скорочує термін впровадження проекту. Якщо дана умова не виконується, то подальша співпраця не має підстав;

2) орієнтація на кінцевий продукт. У державних замовленнях, як правило, домінує підхід "input", тобто держава визначає, що, як повинно бути зроблено і які засоби перебувають у розпорядженні. У проектах ДПП вирішальним чинником має бути кінцевий результат. Держава більше не вказує, яким способом має бути досягнутий той або інший результат. Воно лише формулює мету, основні вимоги і якість кінцевого продукту;

3) використання життєвого циклу впровадження проекту. Життєвий цикл впровадження проекту – це єдина концепція, що враховує усі його фази від планування до оцінки результатів. Використання цієї концепції дозволить отримати чітку картину витрат вже на ранньому етапі планування;

4) оптимальний розподіл ризиків. Ця вимога полягає в тому, що кожен окремий ризик повинен узяти на себе той партнер, який якнайкраще зможе ним управляти і впливати на нього;

5) механізм винагороди, орієнтований на результат. Громадський сектор платить лише за те, що він фактично отримує. Якщо приватний сектор досягає усі поставлені цілі, то він отримує повну суму винагороди, встановлену договором. Якщо приватному партнерові на підставі нових, ефективніших технологій вдасться добитися якої-небудь економії, то ця економія є додатковою винагородою. За наявності яких-небудь недоліків сума винагороди зменшується;

Для України актуальна проблема недофінансування різних секторів економіки і нестачі "інтелектуальних і управлінських потужностей" з боку регіональної і муніципальної влади. Як показує зарубіжний досвід, одним з найбільш ефективних варіантів є співпраця з приватним сектором, що відрізняється своєю універсальністю з точки зору вирішення проблем з матеріальними і нематеріальними ресурсами, а також можливістю використання цього механізму фактично в усіх сферах відповідальності держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про державно-приватне партнерство" від 01.07.2010 р. № 2404_VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T102404.html.

2. Барнс П. Государственно-частное партнерство в инновационных системах/ П. Барнас. – М.: Экономист, 2005. –312 с.

3. Данилишин Б.М. Аналіз регуляторного впливу при впровадженні Закону України "Про загальні засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні" // Департамент інвестиційної та інноваційної діяльності.– Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article/system?>

4. Варнавский В. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления: <http://www.stranaoz.ru/?numid=21article=988>

5. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально_економічному розвитку держави Наукові праці КНТУ // Економічні науки. – 2010.

Бондаренко-Берегович В. В.

Аспірант

Вінницького національного аграрного університету

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД

Безпека діяльності як об'єкт може породжувати низку термінологічних суперечок через ототожнення з поняттям безпеки бізнесу. Можливо, проведення глибокого компаративного аналізу цих двох понять має бути доцільним щодо розуміння їх сутності та розв'язання термінологічних суперечок, проте з'ясуємо лише наступне. Безпека діяльності є характеристикою умов будь-якої людської діяльності (наукової, фінансової, творчої тощо), убезпечених від руйнівного впливу екзогенних та ендогенних чинників[1].

Натомість бізнес (звісно, якщо не трактувати як кальку з англійської business, що означає «справа»), у не примітивному розумінні, може являти собою підприємницьку діяльність, представлену складним утворенням сукупності видів діяльності – виробничої, фінансової, організаційної та ін. Тобто безпеку бізнесу можна розглядати як «вищу форму» безпеки діяльності.

Однак слід зауважити, що інколи можна зустріти дещо спрощені тлумачення безпеки бізнесу, які стосуються лише питань фізичної охорони матеріальних і нематеріальних цінностей бізнесу та особистої безпеки його власників. Формування конфігурації взаємозв'язків і взаємозалежностей об'єктів безпеки завжди залежить від набору інтересів певного об'єкта безпеки, які мають підлягати захисту та/або узгодженню з інтересами інших суб'єктів.

Провідній ідеї дослідження щодо управління безпекою через узгодження інтересів будуть присвячені подальші роздуми, а поки що зупинимось на тому, що кожен об'єкт безпеки слід розглядати з позицій системотворення, вивчаючи його як окрему систему безпеки, кожна з яких утворює новий, а саме – вищий щабель у вертикалі таких систем.

Такі шаблі дістали назву системотворчих видів безпеки, ієрархію котрих графічно зображено на рис. 1[5-7].

Сучасний стан методологічних засад забезпечення ієрархії економічної безпеки не є досконалим, але накопичення знань, поява офіційних документів та методик щодо оцінки рівня економічної безпеки, наприклад [1], свідчать про

надзвичайно високу актуальність та затребуваність розвитку як галузі знань, так і прикладних аспектів забезпечення економічної безпеки.

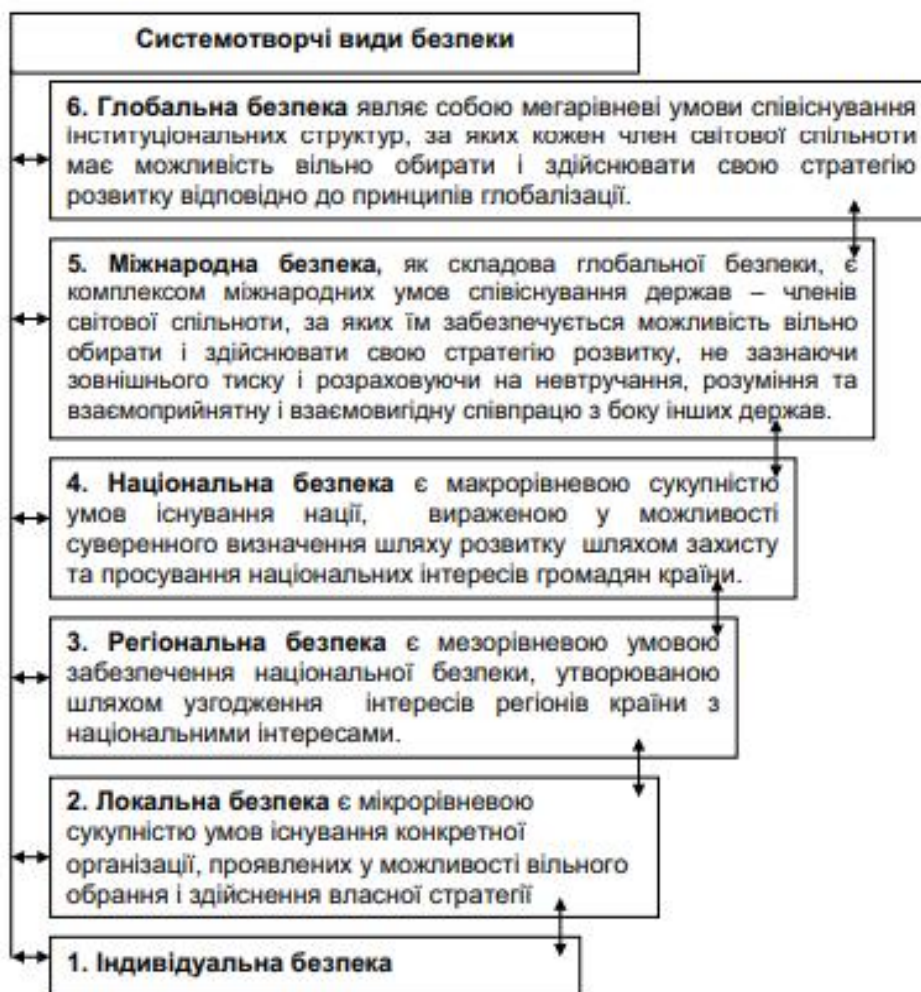


Рис. 1 - Ієрархія системотворчих видів безпеки [5-7]

Безпека як загальнонаукова категорія пройшла певні етапи своєї еволюції і протягом ХХ століття, зрештою, трансформувались у царину досліджень економічної безпеки. Вертикаль таких досліджень пронизує всі рівні ієрархії – від глобального до індивідуального.

Незважаючи на те, що масштаб глобальної безпеки є надвеликим, внаслідок чого такий системотворчий вид безпеки посідає найвищий рівень у зображеній ієрархії, найціннішим щаблем такої ієрархії, попри все, залишається її найнижчий рівень – індивідуальна безпека, тобто безпека окремої людини. Відомий російський письменник та історик М. М. Карамзін вважав особисту безпеку головною метою суспільного життя [1]. І це зрозуміло, оскільки придатність застосування кожного способу забезпечення будь-якого виду безпеки має завжди зіставлятися із цінністю людського життя. Таке зауваження є незайвим через те, що ієрархія системотворчих видів безпеки є великою і

складною конструкцією, якій не завжди притаманні характеристики узгодженості та стійкості.

У сучасних умовах розвитку українського суспільства, за наявності економічної та політичної кризи в державі, з відчутним впливом процесів глобалізації та євроінтеграції, актуалізується проблема збереження духовно-релігійної, культурної та громадянської самоідентифікації українського народу.

Така самоідентифікація є неможливою без універсальної системи цінностей, яка спирається на вищі духовні та моральні засади. Крім того, духовні цінності, функціонуючи як специфічні сенсоутворюючі джерела існування людини та серцевина механізму самоорганізації безпеки суспільства, набувають значення важливого чинника соціально-політичної стабільності держави та стають провідними критеріями її сталого просування.

Одночасно із цим держава повинна забезпечити своїм громадянам право і можливість задовольняти свої духовні потреби на умовах рівності для всіх соціальних, національних, конфесійних груп населення [3]. Закон України «Про основи національної безпеки України» чітко вказує на релігійний аспект загроз національним інтересам і національній безпеці України (ст. 7) та основні напрями державної політики щодо національної безпеки (ст. 8) [5].

Як вважають деякі вчені [2], одним із шляхів виходу людства з глобальної кризи є передусім створення духовних засад, які забезпечували б усталеність і безпеку суспільного розвитку, переорієнтацію свідомості з утилітарних, споживацьких на вищі ціннісні основи, актуалізацію екологічних імперативів і повернення до духовних витоків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A National Security Strategy for a new century // [www. whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov)
2. Ansell Ch. Debating Governance // *American Political Science Review.*– 2012.– Vol. 96.– № 3.– P. 668–669.
3. Beer S. *The Heart of Enterprise* / Stafford Beer / John Wiley & Sons, 2003. – 582 p.
4. Betriebswirtschaftlicher Ausschuss des Zentralverbandes der Elektronischen Industrie e.V. *ZVEI-Kennzahlensystem. Ein Instrument der Unternehmenssteuerung*, 3. Aufl. Frankfurt / M, 2011
5. Checkland P. B. *Towards a system-based methodology for real-world problem-solving* // *Systems behavior* (J. Beison and G. Peters, eds.). L., 2000. – P. 51–77.
6. Cyert, T. & March, H. (1989), *A Behavioural Theory of the Firm*, Prentice Hall, Cambridge. 319. *Debating Governance: Authority, Steering, and Democracy* / Ed. Jon Pierre. Oxford: Oxford University Press. – 2009.– P. 1.
7. Gleich R. *Das System des Performance Measurement: Theoretisches Grundkonzept, Entwicklungs- und Anwendungsstand*. Munchen: Vahlen, 2001

Серіков А.В.,
кандидат фізико-математичних наук, професор,
професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Ідентифікатор ORCID: 0000-0002-0629-2716

Сергєєв А.І.,
студент магістратури
Харківського національного університету будівництва та архітектури

АНАЛІЗ ДОСЯГНЕНЬ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК НАПРЯМУ В ПОБУДОВІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Реклама, як відомо [1, С.145], є одним з маркетинг-міксових інструментів, що використовується в напрямку «просування» (*promotion*) завдяки налагодженню обміну інформацією між виробником блага та його споживачем [2, С. 400]. За умови створення ефективного маркетингу реклама повинна формувати найкоротші шляхи до прийняття рішення споживачем про доцільність купівлі блага (товару, послуги), що пропонується йому. Пошук таких шляхів привів до цільових досліджень з нейробіології, результати яких склали зміст так званого нейромаркетингу [3], в межах якого методики традиційного маркетингу доповнюються результатами сучасних досліджень людського мозку. Останні свідчать про те, що поведінка людей значною мірою залежить від несвідомих процесів, що відбуваються в нейронах структурах мозку. Нейромаркетинг як наука пояснює механізми дії цих процесів. Помітний внесок у виявлення цих механізмів зробили вчені-неврологи Віденського інституту функціональної топографії головного мозку імені Людвіга Больцмана. За допомогою магнітно-резонансного томографа вимірювалася мозкова активність досліджуваних людей при візуальному сприйнятті презентацій різноманітних товарів, що супроводжувалося високою нейронною активністю у мозках. Було таким чином встановлено, що рішення про придбання будь-яких благ, якщо останні породжують у людини емоції, що пов'язані із задоволенням або, навпаки, із стражданням.

Було встановлено, що мозок має дві півкулі: ліву та праву. Різниця між ними відома. Ліва півкуля являє собою центр лінійного мислення, наприклад мови, логіки і математики. А права півкуля є центром концептуального мислення, наприклад мистецтва, музики, творчості та натхнення.

Мозок можна також поділити умовно на три окремі частини (новий, середній і старий), які є незалежними органами, з різними клітинними структурами і функціями (рис. 1) [4, С. 15]. Ці три частини мозку взаємодіють один з одним і постійно намагаються впливати друг на друга, проте кожному з них притаманна своя спеціальна функція: (1) новий мозок думає; він обробляє раціональну інформацію; (2) середній мозок відчуває; він обробляє емоції і внутрішні почуття; (3) старий мозок приймає рішення; він бере до уваги інформацію з двох інших відділів мозку, але є фактичним активатором

прийняття рішень.

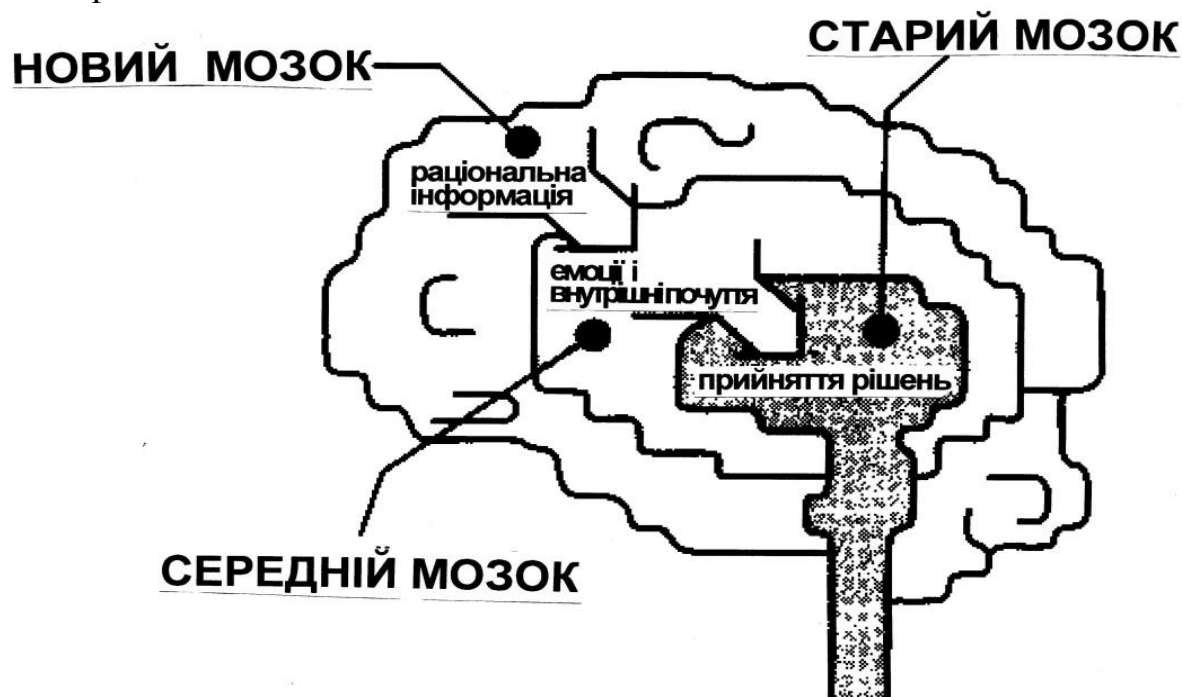


Рис. 1 – Одна з моделей мозку людини [4, С. 16]

Старий мозок являє собою первісний орган, безпосередній результат основного еволюційного процесу. Це як раз той орган, який дозволяє людині приймати рішення вступати в бійку або відступити, який, по-перш за все, «працює» на виживання людини; його також називають рептильною мозком, бо він існує і у рептилій, забезпечуючи їхнє виживання. Роль старого мозку визначальна в прийнятті рішень.

Крім обробки інформації, що надходить безпосередньо з нового і середнього мозку, старий мозок реагує на шість досить специфічних стимулів, вивчивши які, можна отримати ключ до розгадки процесу прийняття рішень.

1. *Егоїзм.* Старий мозок реагує на все, що має відношення до «Я». Він абсолютно егоїстичний і не відчуває ні найменшого співчуття до чого-небудь, що не має безпосереднього відношення до його власного благополуччя і виживання.

2. *Контраст.* Старий мозок чутливий до контрастів типу «до/після», «ризиковий/безризиковий», «з/без» або «швидкий/повільний». Завдяки контрасту він приймає швидкі і безпечні рішення. По суті старий мозок запрограмований на те, щоб звертати увагу на збої або зміни стану.

3. *Реальна інформація.* Старий мозок не здатний обробляти письмову мову, тягар використання слів він автоматично покладає на новий мозок. Він «цінує» прості, доступні, конкретні ідеї, наприклад: «більше грошей» та таке інше.

4. *Початок і кінець.* Якщо старий мозок може з легкістю запам'ятати ситуацію з потужним початком і кінцем, він не стане намагатися зберегти

інформацію в середині, так як ситуація не обов'язково того вимагає.

5. *Візуальні стимули.* Старий мозок має переважно візуальне сприйняття завдяки тому, що зоровий нерв, фізично пов'язаний зі старим мозком, в сорок разів швидше слухового нерва, що з'єднує вуха з мозком. Неврологія доводить, що побачивши предмет, схожий на змію, старий мозок негайно попереджає про небезпеку (приблизно через пару мілісекунд), змушуючи людину зреагувати навіть до того, як її новий мозок фізично пізнає в цьому предметі змію. Нейрони взаємодіють між собою зі швидкістю в одну мілісекунду, і тому здатність візуального процесу людського мозку приблизно дорівнює швидкості нейронної передачі сигналу, що робить мозок неймовірно швидким у небезпечних ситуаціях.

6. *Емоції.* Старий мозок взаємодіє тільки з емоціями. На щастя, нейробіологія внесла досить ясності в те, як діють людські емоції. Наукові дослідження показали, що емоції створюють електрохімічні реакції в людському мозку. Ці реакції безпосередньо впливають на те, як людина обробляє і запам'ятовує інформацію.

Можна дійти висновку, що, насправді, люди є не мислячими машинами, які відчують, а відчуваючими машинами, які мислять. Тому і з'являються в останні часи концепції «поведінкової економіки», «економіки вражень» та таке інше, де головним мотивом (або стимулом) у людській діяльності виступають емоції, а не розрахунки.

«Не цінова політика, а знання природи емоцій – ось що вдихне життя в вмираючі ринки» [3, С. 11]. До таких висновків надихнули дослідження, що виконувалися компанією Retail Branding AG сумісно із Віденським інститутом функціональної топографії головного мозку імені Людвіга Больцмана. Дослідження довели, що мотиваційна структура людини є глобальним генетичним спадком, і тому не дивно, що результати досліджень на людях із різних країн та континентів практично збіглися. Саме цим пояснюється той факт, що глобальні бренди розповсюджуються по всьому світу дуже швидко. І успіх їм забезпечений саме тому, що вони передають ясні емоційні повідомлення, для яких не існує культурних та мовних перешкод. Напрошується висновок про те, що емоції – глобальні, а розум – локальний. На цих висновках повинна будуватися будь-яка рекламна діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент./ Пер. с англ. СПб.: Питер Ком, 1998. 896 с.
2. Брассінгтон Ф., Петтіт С. Основи маркетингу. / Перекл. з англ. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. 768 с.
3. Трайндл А. Нейромаркетинг: Визуалізація емоцій. / Перев. с нем. М.: Альпіна паблишер, 2016. 114 с.
4. Ренвуазе П., Марен К. Тренінг по нейромаркетингу. Где находится кнопка «Купить» в сознании покупателя? / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2016. 216 с.

Янченко Н.В.
Канд. екон. наук, доц.
Татаренко А.А.
студент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Національна економіка – економічно і організаційно єдина система взаємопов'язаних галузей і сфер діяльності людей. Щоб національна економіка мала можливість створювати матеріальні блага, надавати послуги, необхідні наявні в країні ресурси: виробничі, трудові, природні, фінансові, інформаційні, науково-технічні, тощо.

Величину економічного потенціалу характеризують фактичний обсяг і структура виробництва матеріальних благ. Чим більші масштаби і вища інтенсивність виробництва, тим суспільство є багатшим, воно має більші можливості для подальшого розширення виробництва і задоволення будь-яких матеріальних і духовних потреб населення.

Промисловість – одна з провідних галузей національної економіки, що забезпечує життєві інтереси країни, її економічну безпеку, соціальний та культурний рівень життя народу. На сучасному етапі трансформаційних процесів, коли головними завданнями і критеріальними ознаками економічного розвитку стають інноваційність, ефективність і конкурентоспроможність, промисловість набуває ролі ключового фактора технологічної модернізації економіки. Це обумовлює підвищений інтерес суспільства, зокрема вчених і практиків, до її можливостей виконувати роль технологічного лідера і продуцента інноваційних чинників економічного розвитку. Промисловість як галузь економіки являє собою сукупність промислових підприємств, згрупованих за видами економічної діяльності. Іншими словами, економічний потенціал виступає як форма уособлення досягнутого рівня виробничих сил та їх можливості щодо подальшого зростання. Для розвинених країн основу економічного потенціалу держави становить рівень розвитку промисловості. В умовах України, коли розробка стратегії промислового розвитку набуває пріоритетного значення в системі заходів державного управління економікою, комплексне дослідження промислового потенціалу як економічної категорії і матеріальної основи продуктивних змін стає особливо актуальним.

Промисловий потенціал порівняно з потенціалом підприємства також значно поширює свої можливості за рахунок комплексної системної взаємодії всіх його структурних елементів – підприємств, видів економічної діяльності, використання загальносистемних ресурсних та інституціональних компонентів промислового розвитку, проведення на державному рівні прогресивної науково-технологічної політики, спрямованої на підвищення ефективності

виробництва, покращення умов праці, підвищення кваліфікації персоналу, зростання інтелектуалізації і привабливості трудової діяльності.

Проте виробничі сили – засоби виробництва і люди, знання, виробничий досвід і навички до праці – лишаються провідними рисами промислового потенціалу. Трансформація економічної системи до ринкової моделі господарювання зумовлює появу нових організаційних форм функціонування виробництва та принципово нових для української економіки механізмів взаємодії промислових підприємств та фінансових установ. Процес структурних перетворень економіки пов'язаний з формуванням багатогалузевих компаній, холдингів, промислово-фінансових груп, концернів, корпорацій тощо.

Головний стратегічний інтерес входження у ПФО промислових підприємств полягає у підвищенні конкурентно спроможності продукції та отриманні реальних можливостей для виживання в нових економічних умовах. Одним із шляхів вирішення проблеми пошуку нових коопераційних форм, у межах яких можлива реалізація довготермінових інвестиційних програм для промислових підприємств, є їх участь у ПФО.

Суттєву роль у формуванні і розвитку промислового потенціалу відіграє промислова політика, як частина загальноекономічної політики держави. Проте економічна теорія не дає однозначної відповіді на зміст, сутність і доцільність промислової політики як інструменту державного регулювання промислового розвитку в умовах ринкової економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Геєць В. М., Семіноженко В. П. Інноваційні перспективи України. Харків: Костанта. 2006. 272 с.
2. Бабаєв В. М. Управління міським господарством: теоретичні та прикладні аспекти. Національна академія держ. управління при Президенті України. Харківський регіональний ін-т. Х.: Видавництво ХарРІ НАДУ. 2004. 204 с.
3. Базилевич В. Д., Ільїн В. В. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку. Монографія. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ: Знання. 2008. 687с.
4. Законодавство України про охорону інтелектуальної власності (Офіційне видання) К.: Парламентське видавництво. 2007. 208 с.

СЕКЦІЯ 2 ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ В УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ

Avanesova N.

Doctor of Science (Economics), Professor, Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture, Head of the Department of Management and Public Administration

Marchenko O.

PhD (Economics Sciences), Associate Professor, Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture, Associate Professor of the Department of Finance and Credit

Kolodiazhna T.

PhD (Economics Sciences), Associate Professor, Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture, Associate Professor of the Department of Finance and Credit

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL AND LABOR RELATIONS AND PERSONNEL SECURITY

In modern conditions, the issues of staff loyalty to the organization are becoming increasingly important for Ukrainian enterprises. This is due primarily to the radical breakdown of values in the field of labor, changing the nature of the relationship "employer - employee".

Great interest in the problem of staff loyalty is expressed by business leaders; it is associated with awareness of the fact that loyal employees, along with competent management, proper marketing strategy and quality product or service are the basis of prosperity and security of the company [1].

Staff loyalty [2] is, first, the level of motivation of the employee, at which he shows commitment to the company, interest in its success and willingness to perform their duties efficiently and effectively. Secondly, it is the desire to be useful and necessary. A loyal employee always strives to be honest and sincere towards the company, to do their job to the best of their ability.

We can say that a loyal employee is a "safe" employee in terms of personnel security and personnel management in general. To determine the level of staff loyalty to the company, to identify the so-called "risk groups", to develop options for measures to neutralize negative employees, you can conduct a survey or questionnaire.

Modern world trends in the field of social and labor relations are primarily due to the globalization of the national economy and the convergence of labor standards, rights and guarantees.

In terms of digitalization, this can be done much easier by using chatbots, filling out Google forms, online surveying. One of the main features of collecting

information in this way is anonymity, ie anonymous completion of the Google form allows you to get a higher percentage of truthful information and already on the basis of the information to analyze the level of staff loyalty in the company. [3]

The theory of generations is closely linked with the economic cycles of development of states. Rise, stability, decline, crisis, then rise again. Technologies are evolving, society is changing, needs are growing, new professions are emerging and dying out, even entire industries, but historical circles remain unchanged. Each of these periods affects the formation of values of generations. Representatives of each of these generations have their own worldview, values, views on life; each has its own mission and destiny. Of course, the structure of personality is formed under the influence of various factors: family, society, environment, profession.

Generation Z is accustomed to expressing their thoughts through posts, tweets or status updates. They share daily details of their daily lives on online platforms. That's why expecting opportunities from Generation Z to interact with your favorite brands in stores, on your phones and, of course, on social media makes sense.

REFERENCES

1. Personnel and People Security [Electronic resource]. – URL : <https://www.cpni.gov.uk/personnel-and-people-security>
2. The State of Digital HR 2019 [Electronic resource]. – URL : <https://www.analyticsinhr.com/blog/the-state-of-digital-hr-2019/>
3. Digitalization is just the beginning. [Electronic resource] - Access mode: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/didzhytalizaciya-ce-lyshepochatok>

Avanesova N.

Doctor of Economic Science, Professor, Head of the Department of Management and Public Administration

Serhiienko Y.

PhD student

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

ECONOMIC SECURITY AS AN INTEGRAL COMPONENT OF THE NATIONAL SECURITY OF THE STATE

Today, there is a consensus among experts that national security is a rather complex socio-political element. In particular, it reflects the consequences of multifaceted life, the accumulated historical experience, preferences and culture of each person (individual), society, state, in general - earthly civilization. Therefore, this concept is closely related to all forms, directions and manifestations of interaction in the system "nature - man - society" [1].

The concept of "national security" is used in relation to a wide range of social systems to characterize their protection from various negative influences of natural

and social nature (often in the context of characterizing the conditions of their functioning). That is why, it can be considered as a specific property of dynamic systems, as a complex criterion for assessing their quality, which characterizes the dynamics of their development and technical implementation.

The most widely spread is the idea that "national security" is a concept that characterizes the degree (measure, level) of protection of vital interests, rights and freedoms of the individual, society and state from external and internal threats or the absence of threats to rights and human freedoms, basic interests and values of society and the state [2].

Economic security is an integral part of national security, and that is why the problem of economic security of Ukraine for many years remains extremely important, especially in terms of ensuring sustainable and balanced development of the country in the long run. The problem of economic security in the context of globalization acquires the status of the highest priority in public policy.

Dynamic changes in the functioning of the modern economy, the ability to ensure security from internal and external threats determines the level of competitiveness of the country and the dynamics of socio-economic development. For modern Ukraine, economic security is the most important, because first of all it has the greatest impact on the current situation (national security) both in the country as a whole and in its individual territories. In the system of national security, economic security performs clearly defined functions, carries a significant functional load. Its essence is that it is the material basis of national sovereignty, which determines the real possibilities for other types of security. That is, economic security is the basis for the functioning of all its other elements that are part of this system (military, technical, food, environmental).

The economic security of the state is an important component of national security, in fact the basis of its structure. At the same time, it is a relatively independent system that has its own structure, internal logic of development and functioning, means of action on all other aspects of the safe existence of the individual, society and state.

The national economy has recently come under the influence of negative factors that threaten the economic security of the state and lie in the plane of financial, informational, socioeconomic, institutional and legal, technical and technological, intellectual, power and environmental activities of society [1].

The system of national economic security must take into account the crisis factors, their components, which may adversely affect the state of economic security of the national economy. An important task today is to establish the content of the category of economic security, taking into account the current economic environment, which is developing dynamically in conditions of uncertainty and increased risks, building new relationships between objects and businesses in the economic security of their activities [3].

Therefore, the problem of determining the essence and content of the category of economic security at the present stage of economic development is relevant. Thus,

the development of the theoretical foundations of economic security and the construction of modern approaches to its assessment on this basis has a great practical importance.

REFERENCES

1. Avanesova N. E., Sergiyenko Y.I. *Konceptsiya ekonomichnoyi bezpeki v sistemi nacionalnoyi bezpeki derzhavi. Visnik ekonomiki transportu i promislovosti.* 2019. № 68. S. 17–25.
2. Avanesova N. E., Sergiyenko Y.I. Old public governance paradigm as a key factor of braking development in the state national security system. *25 rokiv stanovlennya Sumskoyi filiyi Harkivskogo nacionalnogo universitetu vnutrishnih sprav: slavetna istoriya ta gorizonti majbutnogo: materiali Mizhnarodnoyi naukovopraktichnoyi konferenciyi 21-22 lyutogo 2020 roku, m. Sumi: Eldorado, 2020. S. 391-393.*
3. Utenkova K.O. *Ekonomichna bezpeka yak skladova nacionalnoyi bezpeki ukrayini. Visnik HNU im. Karazina.* 2019. №9. S. 133-144

Попова Л. М.,

*доктор юридичних наук, кандидат економічних наук,
доцент, професор кафедри фінансів та кредиту,*

Степаненко В. М.,

студентка спеціальності

«Фінанси, банківська справа та страхування»

Харківський національний університет будівництва та архітектури

МІСЦЕ Й РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Актуальність роботи. Стан та рівень розвитку будь-якого суспільства, в першу чергу, залежить від рівня державного управління. Саме тому є цілком логічним вважати, що забезпечення здійснення ефективного державного управління є надзвичайно важливим питанням, якому доцільно приділяти достатньої уваги. При цьому слід пам'ятати, що «прогресивний розвиток України як суверенної держави багато в чому залежить від здійснення ефективної політики щодо захисту її національних інтересів» [1].

Незаперечним є твердження, що атрибутом могутності держави є самодостатня система національної безпеки. Національна безпека України – захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз [2].

Один із засновників теорії безпеки Томас Гоббс («Левіафан»), проаналізувавши проблеми безпеки та виживання, взаємодію між безпекою, населенням, урядом і державою, прийшов до думки, що пошук безпеки

обумовлює прогрес цивілізації, тому що страх перед загрозами є природним станом людини, і саме він змушує людину жити в суспільстві («у групі», «у племені», «у стаді») й шукати засоби колективного захисту у війні «усіх проти всіх». Безпека, таким чином, – це основа цивілізації й державності [3].

Забезпечення прийняттого рівня економічної безпеки є в Україні однією з головних стратегічних цілей національної безпеки. Система національних економічних інтересів не статична, вона постійно змінюється під впливом великої кількості чинників. При появі і зникненні, наростанні і зменшенні загроз економічній безпеці повинні змінюватися і коригуватися національні економічні інтереси країни.

Економічна безпека є багатогранним, багатоаспектним, системним явищем. Як система вона складається з великої кількості елементів, має ієрархію рівнів організації, здатна генерувати в процесі розвитку нові рівні, при цьому новий рівень обернено впливає на попередні рівні, перебудовує їх, в результаті чого система отримує нову цілісність. Система забезпечення економічної безпеки передбачає організацію діяльності держави і суспільства для прийняття і реалізації рішень з питань національної безпеки з урахуванням концептуальних, організаційних і ресурсних аспектів формування і ефективного функціонування системи забезпечення економічної безпеки.

Основними елементами зазначеної системи є державні та недержавні інституції, які беруть участь у забезпеченні економічної безпеки відповідно до законодавства, а також нормативно-правові акти, які регламентують відносини в сфері економічної безпеки.

Забезпечувати економічну безпеку в Україні покликані: Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Рада національної безпеки і оборони України, Міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, Національний банк України, суди загальної юрисдикції, прокуратура України, місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування, Служба безпеки України, Державна прикордонна служба України; а до недержавних – окремі громадяни, об'єднання громадян.

Так, Президент України як глава держави, гарант державного суверенітету, територіальної цілісності України, додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина та Верховний Головнокомандувач Збройних сил України і Голова Ради національної безпеки і оборони України здійснює загальне керівництво у сферах національної безпеки та оборони України [4]. Окрім того, Президент України: 1) забезпечує узгоджені дії усіх гілок державної влади між собою, а також із підсистемою недержавного забезпечення у сфері забезпечення національної безпеки; 2) видає нормативно-правові акти з питань забезпечення національної безпеки; 3) визначає реальні і потенційні загрози та небезпеки і вживає необхідних заходів по її забезпеченню; 4) приймає рішення про застосування інших військових формувань що не входять до складу Збройних сил України, утворених відповідно до законодавства України [5].

Верховна Рада України в межах повноважень, визначених Конституцією України, визначає засади внутрішньої та зовнішньої політики, основи національної безпеки, формує законодавчу базу в цій сфері, схвалює рішення з питань введення надзвичайного і воєнного стану, мобілізації, визначення загальної структури, чисельності, функцій Збройних сил України та інших військових формувань, створених відповідно до законів України [4].

Кабінет Міністрів України як вищий орган у системі органів виконавчої влади, котрий відповідальний перед Президентом України, підконтрольний і підзвітний Верховній Раді, вживає заходів щодо забезпечення прав і свобод людини і громадянина, національної безпеки України. Кабінет Міністрів здійснює також заходи щодо обороноздатності країни, гарантування національної безпеки, оснащення Збройних Сил озброєнням, військовою технікою; керує мобілізаційною підготовкою й мобілізаційним розгортанням народного господарства та переведення його на режим роботи в умовах воєнного стану тощо (ст. 116 Конституції [6], ст. 7 Закону України «Про оборону України» [7]). У межах визначеної законом компетенції Кабінет Міністрів України забезпечує керівництво державними органами щодо національної безпеки; організує й контролює розробку та реалізацію заходів щодо гарантування національної безпеки міністерствами і відомствами, іншими підпорядкованими йому органами України, Автономної Республіки Крим і областей.

Рада національної безпеки і оборони України як координаційний орган з питань національної безпеки і оборони при Президентові України координує та контролює діяльність органів виконавчої влади у сферах безпеки і оборони (ст. 107 Конституції [6]).

Конституційний Суд України вирішує питання про відповідність законів та інших правових актів у сфері національної безпеки Конституції України і дає офіційне тлумачення Конституції та законів України з відповідних питань.

Суди загальної юрисдикції забезпечують захист конституційного устрою в Україні; здійснюють правосуддя у справах щодо злочинів, які посягають на безпеку особистості, суспільства та держави; забезпечують судовий захист громадян, громадських та інших організацій і об'єднань, чії права були порушені у зв'язку з діяльністю у сфері гарантування національної безпеки.

Прокуратура України здійснює свої повноваження у сфері національної безпеки і оборони відповідно до Конституції України.

Національне бюро розслідувань України здійснює заходи щодо зміцнення національної безпеки держави; забезпечує належний захист конституційних прав і свобод людини й громадянина; проводить відповідно до законодавства України досудове слідство та оперативно-розшукові заходи в особливо складних кримінальних справах про злочини, які становлять значну суспільну небезпеку; виконує інформаційно-аналітичну роботу з метою виявлення й усунення причин та умов, які сприяють корупції, вчиненню інших небезпечних злочинів; прогнозує динаміку злочинності в суспільстві тощо.

Національний банк України розробляє й здійснює емісійно-кредитну політику в інтересах національної безпеки України.

Міністерства та інші центральні органи виконавчої влади у межах своїх повноважень, наявних засобів бюджетного й позабюджетного фінансування забезпечують реалізацію законів України, указів Президента України, концепцій, програм, постанов органів державної влади у сфері національної безпеки; забезпечують створення, підтримання в готовності й застосування сил та засобів щодо національної безпеки, а також управління їх діяльністю; розробляють внутрішні інструкції (положення) щодо гарантування національної безпеки і подають їх на розгляд Ради національної безпеки і оборони.

Окрім того, ці органи несуть відповідальність за якість розробки та виготовлення озброєння та військової техніки, за здійснення заходів постачання на потреби оборони у воєнний час (ст. 9 Закону України «Про оборону України») [8].

Система державного управління у сфері національної безпеки здійснює потужний вплив на спрямованість, зміст та ефективність адміністративно-політичного, соціально-економічного та інших видів державного управління внаслідок стратегічного значення державно-управлінських рішень для суспільства та держави, особливо в умовах, коли стоїть досить гостро питання щодо нейтралізації загроз життєво важливим інтересам. Це означає, що функції системи виходять, наприклад, за межі адміністративно-політичної чи соціально-економічної сфери державного управління.

Отже, на сьогоднішній день національна безпека України складається з багатьох складових та є одним з найважливіших аспектів формування суспільства країни. А одним з найголовніших завдань щодо проведення ефективної політики національної безпеки є виявлення і усунення явних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз безпеці України, що можливо здійснити завдяки забезпеченню синергії діяльності всіх без винятку суб'єктів забезпечення національної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Попова Л.М. Протиправна підприємницька діяльність як фактор загрози економічній безпеці України. *Верховенство права: Міжнародний науковий журнал* (Республіка Молдова), 2017. №5. С.174-179.

2. Про національну безпеку України : Закон України від 21.06.2018р. №2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>.

3. Гоббс Т. Сочинения: в 2 т.; пер. с англ. / Т. Гоббс; сост. В.В. Соколов. Москва: Мысль, 1982. Т. 1. 621 с.; 1991. Т. 2. 731 с.

4. Про основи національної безпеки : Закон України від 19.06.2003р. №964-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15#Text>

5. Ліпкан В.А. Національна безпека України : підручник. URL: https://pidru4niki.com/12800528/politologiya/kompetentsiya_prezidenta_ukrayini_za_bezpechenni_natsionalnoyi_bezpeki_ukrayini

6. Конституція України : Закон України від 28.06.1996р №254-к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

7. Про оборону України : Закон України від 06.12.1991р. №1932-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12#Text>.

8. Державне управління в Україні. Бібліотека економіста. URL: <https://library.if.ua/book/27/1883.html>.

Мащенко М.А.

Д-р екон. наук, доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ІНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств потребує організації державно-приватного партнерства для підвищення конкурентоспроможності. Останнє являє собою процес циклічної взаємодії між підприємствами, органами державної влади та ринковими інституціями. Органи державної влади виконують: регулятивну функцію шляхом надання нормативно-правового забезпечення економічної, екологічної та соціальної безпеки; інвестиційну функцію, виступаючи інвесторами щодо реалізації програм забезпечення інвайронментальної соціально-еколого-економічної безпеки підприємств; соціальну функцію, надаючи державні гарантії щодо повернення вкладених коштів у разі залучення інвестиційних ресурсів ззовні.

На ринкові інституції в рамках державно-приватного партнерства у сфері забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств, до складу яких входять банківські установи, страхові та консалтингово-інжинірингові компанії, покладено завдання щодо пошуку та розповсюдження передових досягнень науково-технічного прогресу і ресурсозберігаючих технологій; страхування економічних, соціальних і екологічних ризиків; організації навчання, підготовки та підвищення кваліфікації кадрів промислових підприємств.

Виробничий процес промислового підприємства в розробленій організаційно-економічній моделі державно-приватного забезпечення інвайронментальної безпеки включає наступні підсистеми: соціальна підсистема представлена персоналом підприємства, який є безпосереднім виконавцем виробничих завдань; екологічна підсистема – ресурсами, що

використовуються у виробничому процесі при виготовленні продукції; економічна підсистема – технологіями, використання яких забезпечує стабільний перебіг виробничого процесу.

Механізм державно-приватного партнерства у сфері забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств залізничного транспорту доцільно реалізовувати на трьох рівнях взаємодії: перший рівень – підприємства. На цьому рівні забезпечується взаємодія між окремими підприємствами з питань реалізації природоохоронних заходів і впровадження передових технологій; другий рівень – взаємодія з ринковими інституціями. На другому рівні реалізується взаємодія з фінансово-кредитними установами з питань надання фінансових ресурсів, консалтингово-інжиніринговими компаніями з питань підбору та підвищення кваліфікації кадрів, проведення маркетингових досліджень ринків ресурсозберігаючих технологій та оновлення виробничих фондів, пошуку стратегічних партнерів тощо; третій рівень – взаємодія з державою. На цьому рівні забезпечується взаємодія з державними установами, включаючи органи місцевої та центральної влади, щодо реалізації механізмів фінансування природоохоронної та ресурсозберігаючої діяльності підприємств, реалізації соціальних проектів тощо.

При цьому ринковий рівень ДПП запропоновано визначати як цілісну систему ринкової взаємодії його учасників, що формується під впливом низки факторів на принципах рівності та добровільності у процесі забезпечення інвайронментальної безпеки промислових підприємств, що дозволить забезпечити підвищення ефективності діяльності кожного учасника партнерства, покращити якість їх інформаційного забезпечення, створити нові конкурентні переваги для учасників партнерства та професійний розвиток кадрів партнерства, а також інноваційних підходів до забезпечення інвайронментальної безпеки.

Державний рівень партнерських відносин ДПП відображає його довгострокові взаємовигідні відносини з суб'єктами взаємодії: промисловими підприємствами та ринковими інституціями. При цьому метою формування державного рівня партнерських відносин є забезпечення активного економічного розвитку та інвайронментальної безпеки промислових підприємств і підвищення функціональності й якості взаємодії як на державному, так і на ринковому рівні.

Процес управління забезпеченням інвайронментальної безпеки промислових підприємств залізничного транспорту в рамках державно-приватного партнерства має системний характер.

Реалізація процесу управління забезпеченням інвайронментальної безпеки промислових підприємств залізничного транспорту відповідає цілям соціально-економічного розвитку у рамках триєдиної концепції сталого розвитку підприємства за напрямками економічної, екологічної та соціально складових. Екологічна складова потребує забезпечення екологізації виробництва та ресурсозбереження; соціальна складова – інвестицій в соціальну сферу та

впровадження соціальної відповідальності; економічна складова – реалізації моделей інноваційного розвитку й управління ризиками.

Результатом реалізації процесу управління забезпеченням інвайронментальної безпеки промислових підприємств залізничного транспорту є безпосереднє забезпечення високого рівня інвайронментальної безпеки промислових підприємств залізничного транспорту, а, отже, й ефективності реалізації механізмів державно-приватного партнерства у сфері забезпечення інвайронментальної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мащенко М. А. Державно-приватне партнерство як умова забезпечення інвайронментальної безпеки. *Ефективна економіка*. 2018. №12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2018/83.pdf (дата звернення: 30.12.2018).

2. Мащенко М. А. Управління розвитком державно-приватного партнерства щодо забезпечення інвайронментальної безпеки в умовах інноваційної економік. *Інноваційні платформи управління економічними процесами в умовах цифровізації економіки* : колективна монографія за ред. д.е.н., проф. Прохорової В. В. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2020. - с 210-218.

Ангелко І.В.

канд. екон. наук, ст. викладач

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСНОВНІ ЦІЛІ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Упродовж останніх років питання збереження національної безпеки для України є надзвичайно «гострим» та актуальним, що потребує розробки і впровадження цілеспрямованої системної державної політики захисту національних інтересів (життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян) та належних механізмів її реалізації.

Згідно із Законом України «Про національну безпеку України», національна безпека України – це захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз [1].

Відповідно до вищезазначеного нормативно-правового акту, державна політика у сфері національної безпеки спрямована на захист [1]:

- людини і громадянина – їхніх життя і гідності, конституційних прав і свобод, безпечних умов життєдіяльності;

- суспільства – його демократичних цінностей, добробуту та умов для сталого розвитку;
- держави – її конституційного ладу, суверенітету, територіальної цілісності та недоторканності;
- території, навколишнього природного середовища – від надзвичайних ситуацій.

Основні цілі та напрями державної політики у сфері національної безпеки визначені у Стратегії національної безпеки України затвердженої Указом Президента України від 14 вересня 2020 року №392/2020. Згідно даної Стратегії основні цілі державної політики у сфері національної безпеки передбачають [2]:

- відстоювання незалежності і державного суверенітету;
- відновлення територіальної цілісності у межах міжнародно визнаного державного кордону України;
- суспільний розвиток, насамперед розвиток людського капіталу;
- захист прав, свобод і законних інтересів громадян України;
- європейська і євроатлантична інтеграція.

Реалізацію зазначених цілей можна здійснити за такими напрямками [2]:

- відновлення миру, територіальної цілісності та державного суверенітету на тимчасово окупованих територіях у Донецькій і Луганській областях України на основі міжнародного права;

- здійснення міжнародно-правових, політико-дипломатичних, безпекових, гуманітарних та економічних заходів, спрямованих на припинення Російською Федерацією незаконної окупації Автономної Республіки Крим та міста Севастополь;

- продовження реалізації заходів з оборони та стримування, активного використання переговорних форматів та консолідації міжнародного тиску на Російську Федерацію як гарантії недопущення ескалації конфлікту з боку Росії, зменшення напруги та припинення Російською Федерацією збройної агресії;

- використання всіх наявних механізмів ООН, Ради Європи, ОБСЄ, інших міжнародних організацій для консолідації міжнародної підтримки України у протидії російській агресії, відновленні територіальної цілісності та державного суверенітету України;

- розвиток відносин зі Сполученими Штатами Америки, Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії, Канадою, Федеративною Республікою Німеччина, Французькою Республікою, сусідніми та іншими державами, а також із міжнародними організаціями для забезпечення міжнародної безпеки та протидії спільним викликам і загрозам, мінімізації їх впливу на Україну;

- повна імплементація Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, та модернізація її параметрів там, де необхідно, за результатами всебічного огляду досягнення

цілей Угоди, з метою набуття повноправного членства України у Європейському Союзі;

- розвиток особливого партнерства з Організацією Північноатлантичного договору з метою набуття повноправного членства України в НАТО;

- посилення спроможностей Збройних Сил України, інших органів сектору безпеки і оборони;

- сталий розвиток національної економіки та її інтеграція в європейський економічний простір;

- розвиток людського капіталу України, зокрема через модернізацію освіти і науки, охорони здоров'я, культури, соціального захисту;

- захист особи, суспільства та держави від правопорушень, зокрема корупційних, забезпечення відновлення порушених прав, відшкодування заподіяної шкоди;

- забезпечення екологічної безпеки, створення безпечних умов життєдіяльності людини, зокрема на територіях, що постраждали внаслідок бойових дій, розбудова ефективної системи цивільного захисту;

- посилення спроможностей національної системи кібербезпеки для ефективної протидії кіберзагрозам у сучасному безпековому середовищі;

- розвиток державно-приватного партнерства.

Таким чином, основи національної безпеки України, її цілі та напрями регулюються чинними нормативно-правовими актами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про національну безпеку України: Закон України №2469-VIII. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>

2. Стратегії національної безпеки України. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#n12>

Пушак Г.І.

к.е.н., доц.

Савчук М.Ю.

студентка

Національний університет "Львівська Політехніка"

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ОСНОВА ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах господарювання сільськогосподарську продукцію, як і будь-яку іншу, споживач отримує через ринкову систему купівлі-продажу. Ринок – це класична модель економіки, яка визначена ще А. Смітом, і є живим механізмом, який регулює діяльність кожного суб'єкта господарювання. В контексті цього варто звернути увагу, що державна політика має бути

побудована на всіх ринкових принципах та виявляти соціальний аспект. Важливо отримати синергію цих питань, що закладено у державне регулювання сільськогосподарської галузі. Адже ринок може створити високі монополні ціни, що негативно відображається на забезпеченні продовольчої безпеки та соціальній захищеності усіх верств населення. Тому чільну роль тут займає базовий продуктовий кошик громадянина України. Оскільки продукція сільського господарства займає більшу його частину, варто розглянути цей аспект детальніше.

Сільське господарство є однією з важливих галузей української економіки. Ця галузь забезпечує значну частину експортних відносин – 44,2% у 2019 році. Також повністю покриває внутрішнє споживання у країні, адже забезпечення виробництва та підтримки продовольчої стабільності є основою функціонування державного інституту.

Розвиток сільського господарства стимулює кількісні показники продовольчої безпеки. Згідно з чинним законодавством України, продовольча безпека визначається як захищеність життєвих інтересів людини, що виражається в гарантуванні державою безперешкодного економічного доступу людини до продуктів харчування для підтримання її звичайної життєвої діяльності.

Продовольча безпека має тісний зв'язок з внутрішніми чинниками (розвиток аграрної сфери, продовольча забезпеченість країни) та зовнішніми чинниками (глобальна продовольча проблема, зовнішньоекономічна політика держави тощо).

Основними завданнями у сфері формування продовольчої безпеки є:

- забезпечення стійкої фізичної та економічної доступності харчових продуктів;
- дотримання високого рівня якості та безпеки харчових продуктів і сільськогосподарської сировини;
- динамічний розвиток усіх галузей аграрного сектора економіки держави, забезпечення високого рівня їх конкурентоспроможності;
- гарантування продовольчої незалежності держави;
- підтримання стабільності вітчизняного продовольчого ринку, зокрема шляхом формування стратегічних запасів основних харчових продуктів;
- здійснення активної зовнішньоекономічної діяльності;
- запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам продовольчої безпеки, мінімізація їх негативних наслідків;
- формування здорового типу харчування населення [1].

Для виконання вищенаведених завдань використовують державне регулювання сільськогосподарського сектору, що здійснюється з метою досягнення найбільш ефективного, соціально-економічного розвитку сільського господарства, підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції та покращення рівня її якості. В процесі такого регулювання здійснюється економічна підтримка аграрних підприємств, які є основними виробниками

сільськогосподарської продукції, забезпечується необхідний рівень доходності господарств в умовах несприятливої ринкової кон'юнктури, а також виготовлення такого обсягу продукції відповідної якості, яка б задовольняла потреби споживачів і тим самим зберігала соціальну стабільність суспільства.

Правові основи державної політики у бюджетній, кредитній, ціновій, регуляторній та інших сферах державного управління щодо стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції, розвитку аграрного ринку, забезпечення продовольчої безпеки населення визначає Закон України "Про державну підтримку сільського господарства України" (зі змінами і доповненнями від 01.07.2020 р.). Державна підтримка сільського господарства здійснюється за такими напрямками (згідно з законом):

- державне регулювання цін окремих видів сільськогосподарської продукції;

- державне регулювання ринку сільськогосподарського страхування;

- інші види підтримки виробників сільськогосподарської продукції та аграрного ринку (державні заставні закупівлі зерна, кредитна підтримка виробників сільськогосподарської продукції (кредитна субсидія),

- дерегуляція українського ринку сільськогосподарської продукції та заборона дискримінації прав її власників;

- державна підтримка виробників продукції тваринництва;

- інші види державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників [2].

Варто звернути увагу на ефективність цього регулювання. Державна політика стосовно сільськогосподарського комплексу має включати у себе аграрний протекціонізм. Адже відомі історичні факти зловживання цим питанням у секторі цукру, що назавжди змінило картину переробки та вирощування цукрового буряку. Це питання важливе стосовно інших галузей.

Отже, особливості державного регулювання аграрної сфери економіки формує механізм розвитку сільського господарства, який передбачає наявність взаємоузгоджених елементів, таких як: вдала нормативно-правова база, яка створить захист підприємця, який веде дану діяльність, від рейдерства та зловживання посадових обов'язків. Особливо важливо пільгове кредитування та можливість прозорості та чесної купівлі ресурсів, встановлення цін за державним зразком, які стимулювали б пропозицію та попит на ринку. Доречно буде згадати зовнішньоекономічну політику держави та захист виробників на міжнародній арені, а також створення спеціальних економічних зон, цільову підтримку регіонів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 р. № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text>

2. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24.06.2004 р. № 1877-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>

Степаненко Н.О.

К. екон. наук, доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

УМОВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Європейська інтеграція – це процес політичної, юридичної, економічної (а в деяких випадках – соціальної та культурної) інтеграції європейських держав, у тому числі й частково розташованих в Європі.

На теперішній час головний пріоритет внутрішньої та зовнішньої політики України – це повномасштабна інтеграція з Європейським Союзом (далі – ЄС). Подальша розбудова та поглиблення взаємовідносин між Україною та ЄС здійснюється на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції [1].

Варто зазначити, що відносини між Україною та Європейським Союзом зародилися ще взимку 1991 року. Міністр закордонних справ Нідерландів, як представник головуєчої в ЄС країни, офіційно визнав незалежність України у своєму листі від імені Євросоюзу. Пізніше стратегічний курс України на європейську інтеграцію був підтверджений та розвинутий у Стратегії інтеграції України до ЄС, яка була схвалена Указом Президента України 11 червня 1998 року, та у Програмі інтеграції України до ЄС, яка була схвалена 14 вересня 2000 року.

Цей тривалий період співробітництва України з Європейським Союзом вплинув на формування різноманітних комплексних інструментів, які стали гарним підґрунтям сталого економічного зростання і розвитку держави. Тому що Україна послідовно будувала свою зовнішню політику на основі беззастережного дотримання принципів міжнародного права, Статуту ООН та інших міжнародно-правових актів. Ця позиція закріплена у концептуальному документі, який отримав назву «Основні напрямки зовнішньої політики України». Він був схвалений Верховною Радою 02 липня 1993 року.

Основними стратегічними документами для досягнення цих цілей є Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони, яку ратифіковано із заявою Законом України від 16.09.2014 №1678-VII, та Порядок денний асоціації Україна – ЄС для підготовки та сприяння імплементації Угоди про асоціацію (дата набрання чинності: 23 листопада 2009 року)[3][4].

Угода про асоціацію (далі – УА) визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС і слугує стратегічним орієнтиром системних соціально-

економічних реформ в Україні, а поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС, яка є частиною Угоди, визначає правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до спільного ринку ЄС [5].

Цілями Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є:

1. сприяння миру та стабільності;
2. дотримання спільних цінностей (вони ж основні елементи УА) - повагу до демократичних принципів, прав людини та основоположних свобод, принципу верховенства права, принципів суверенітету й територіальної цілісності, непорушності кордонів і незалежності, а також протидію розповсюдженню зброї масового знищення, пов'язаних з нею матеріалів та засобів їхньої доставки;
3. співпраця та наближення політик у різних сферах - УА охоплює дуже багато сфер та тематик, і політичний діалог сторін з цих питань може бути дуже продуктивним. Наприклад, прогрес у візовому діалозі і вжиття кроків для встановлення безвізового режиму ЄС для громадян України були згадані як зобов'язання обох сторін у статті 19 УА.;
4. поступова інтеграція України до внутрішнього ринку ЄС.

Відповідно до положень Угоди про асоціацію, для укладення угоди АСАА Україна має:

1. Привести у повну відповідність до європейського своєї законодавство, як горизонтальне (рамкове), так і вертикальне (галузеве);
2. Прийняти в якості національних європейські гармонізовані стандарти на відповідні види продукції;
3. Привести у відповідність до європейських вимог усю свою національну інфраструктуру якості (національний орган стандартизації, національний орган акредитації, метрологічні інституції, органи з оцінки відповідності) та інфраструктуру державного ринкового нагляду (органи та процедури ринкового нагляду);

Україна продовжує реалізовувати амбіційну програму реформ з метою стимулювання економічного зростання та покращення рівня життя її громадян. З 2014 року ЄС та фінансові інституції виділили понад 15 млрд євро у вигляді грантів та кредитів з метою підтримки процесу реформ, висунувши щодо забезпечення Україною безперервного прогресу.

Вважається доцільним зробити висновок, що економічна інтеграція України повинна характеризуватись взаємодією та взаємним пристосуванням національних господарств різних країн, і в результаті відбувається економічне злиття. В тих країнах, які є учасниками міжнародної економічної інтеграції, зростають темпи економічного зростання, знижується темп інфляційних процесів, зростає зайнятості, а також відбуваються інші економічні позитивні зрушення, і це є стимулом для України на її шляху до євроінтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Європейська інтеграція, веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F
2. Президент налаштований на продовження реформ для інтеграції України в ЄС, веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2715448-prezident-nalastovaniy-na-prodovzenna-reform-dla-integracii-ukraini-v-es.html>
3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони, веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011

Литвиненко А.В.

Канд. екон. наук, доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Фундаментальною ціллю концепції науково-технічного й інноваційного розвитку України є розвиток людини як особистості, збереження й захист її здоров'я й середовища проживання, створення умов для високопродуктивної, творчої праці й сучасного побуту.

Тож можна стверджувати, що саме через формування наукомістких виробничих процесів, інноваційних структур (бізнес - інкубаторів тощо), технічне й технологічне переозброєння базових галузей на основі розвитку фундаментальної науки, прикладних досліджень по вдосконалюванню ресурсо-, енергозберігаючих технологій, створенню умов для високопродуктивної праці, а також способів збереження й захисту здоров'я людини може відбутися корінна зміна положення значних мас населення України.

З цих позицій підвищення ролі наукових і технічних факторів у виробництві вимагає створення адекватних механізмів збереження, ефективного використання й розвитку науково-технічного потенціалу. Трансформаційний період в Україні характеризується неможливістю проводити в необхідних обсягах наукові дослідження, швидко впроваджувати у виробничий процес результати науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, адекватно реагувати й приймати на озброєння передові технології. Як результат, що придушує частина продукції українських товаровиробників неконкуренто-спроможна не тільки на світовому, але й на вітчизняному ринках [1].

Виклики сьогодення виявили неможливість фінансування, як з державних, так і з приватних джерел, наукових розробок, що привело до того, що в Україні

спостерігається руйнування наукового потенціалу. Закладено значні диспропорції між рівнем технічної оснащеності виробництва й рівнем підготовки кадрів.

Як відомо, реалізація досягнень науково-технічного прогресу сприяє зростанню продуктивності всіх ресурсів. Отже оперативне впровадження результатів НДОКР у виробництво впливає на структуру економіки, відбувається зменшення питомої ваги галузей із застосуванням простої, фізичної праці, зростає роль інфраструктури, сфери послуг. Змінюється структура зовнішньої торгівлі, від експортування сировини відбувається перехід до експорту техніки, технології, наукомісткій продукції. І, нарешті, нова техніка, технологія веде до підвищення якості продукції, що в сучасних умовах є одним з основних джерел розвитку економіки України.

Не менш важливим напрямком інноваційного розвитку є охорона навколишнього середовища, здоров'я людей. Розвиток екологічно чистих виробництв, впровадження ресурсозберігаючих технологій, комплексна автоматизація, розвиток зв'язку, інформаційних технологій змінюють роль і місце людини в соціально-економічній системі суспільства [2, с. 156].

Розвиток техніки, технології стимулює зростання рівня кваліфікації працівників, а, отже, у кінцевому підсумку, і зростання їхніх доходів. Це природньо веде до якісного та кількісного розширення кола потреб, що задовольняють середньостатистичною людиною [2, с. 217].

У теж час ефективний інноваційний процес неможливий без адекватних форм і методів державного регулювання. Погодимось, що головною проблемою державного регулювання є визначення границь втручання держави в дію ринкових механізмів з метою формування економічного середовища інноваційного процесу.

Роль держави повинна зводиться до пріоритетної підтримки й прямого розвитку науково-технічної сфери, надання податкових пільг підприємствам, що впроваджують інновації, забезпечують розвиток інфраструктури (у тому числі інформаційної), створення інноваційних фондів (у тому числі часток). У кінцевому підсумку це призведе до значного якісного розвитку економіки країни. Саме ці тези є підґрунтям розробки глобального індексу інновацій (The Global Innovation Index) [3], що складений з 82 різних змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу, які перебувають на різних рівнях економічного розвитку. Вважається, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю інноваційного потенціалу, так і умов для його втілення. Тому Індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників: Наявні ресурси і умови для проведення інновацій (Innovation Input):

- інститути;
- людський капітал та дослідження;
- інфраструктура;
- розвиток внутрішнього ринку;

- розвиток бізнесу.

Досягнуті практичні результати здійснення інновацій (Innovation Output):

- розвиток технологій і економіки знань;
- результати творчої діяльності.

Таким чином, підсумковий Індекс являє собою співвідношення витрат і ефекту, що дозволяє об'єктивно оцінити ефективність зусиль з розвитку інновацій в тій чи іншій країні. Україна – у середині списку – її місце невпинно погіршується.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мащенко М. Визначення пріоритетів інвайроментальної безпеки України // Вісник економіки транспорту і промисловості, - 2018. - №61. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/127684/123480>
2. Литвиненко А. В. Заходи соціального розвитку підприємства: оцінка ефективності та управління / А.В. Литвиненко, Г.В. Островерхова // Бізнес-інформ, 2014. - №5. – С. 215 – 219.
3. Глобальный индекс инноваций. Гуманитарная энциклопедия: Исследования [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2020 URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index>

Гірка О.

здобувач вищої освіти 2 курсу

*групи ФБССмаг-21 Львівський державний університет внутрішніх справ,
м. Львів*

Мойсак Ю.

здобувач вищої освіти 1 курсу

*групи МН-11 Львівський державний університет внутрішніх справ,
м. Львів*

Науковий керівник: Живко З.Б., д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту ЛьВДУВС

ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТА СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Поступальний розвиток держави та суспільства зумовив до проникнення безпеки у всі сфери та рівні функціонування ієрархічних систем. Забезпечення безпечних умов розвитку суспільства стало ключовим критерієм у процесі оцінювання інституціональної ефективності державних інститутів та їх спроможності реалізації виконання покладених на них функції. Трансформація безпеки, з однієї сторони, відбулася в результаті зміни вимог і потреб суспільства, а з іншої – розвиток безпеки безпосередньо зумовив до її еволюції та самовдосконалення як цілісної незалежної системи.

Завершення Другої світової війни та початок активної фази протистояння між США та СРСР у рамках холодної війни показали неефективність тодішніх

методів і підходів до забезпечення миру, безпеки та стабільності у світі. Тому постала реально об'єктивна необхідність до розробки якісно нових інструментів і засобів гарантування безпеки.

Досліджуючи безпеку через призму гуманістичних засад, в центрі уваги яких знаходиться людина з необхідністю задоволення її інтересів та потреб, стає очевидним неможливість цілковитого гарантування безпечних умов розвитку для окремо взятої особи без одночасного формування належного рівня безпеки для функціонування суспільства та держави, розвиток яких є органічно взаємопов'язаний. З огляду на це, базовими завданнями безпеки є побудова превентивних механізмів захисту від дестабілізуючого впливу загроз, узгодження інтересів між суб'єктами інституціонального обміну, формування ресурсної підтримки процесів сталого розвитку та розширеного відтворення.

Структуруючи основні етапи розвитку теоретичних передумов формування ієрархії системотворчих видів безпеки в ХХ столітті, колектив науковців під керівництвом Г. Козаченко виділяє таку їх хронологію:

1) 40–50-і роки – становлення теорії класичного реалізму, що передбачає захист державних інтересів на засадах формування національної безпеки;

2) 60-і роки – формування теорії плюралізму, що є основою парадигми регіональної безпеки, визнання того, що крім держав на міжнародній арені функціонують інші суб'єкти, що суттєво визначають параметри і можливості забезпечення регіональної та міжнародної безпеки;

3) 70-і роки – формалізація парадигми глобальної безпеки, гарантування якої забезпечується балансуванням між інтересами впливів держав та їх союзників;

4) 90-і роки – становлення теорії соціального конструктивізму, що формує парадигму універсальної безпеки, яка передбачає поглиблення досліджень у всіх сферах суспільного життя через призму гарантування безпечних умов розвитку людини. Таким чином, у структуру ієрархії системотворчих видів безпеки включено глобальну, міжнародну, національну, регіональну, локальну та індивідуальну безпеки [1].

Поряд з трансформацією безпеки за рівнем ієрархії її системотворчих видів, відбулася й екстраполяція цієї категорії в економічну, енергетичну, фінансову, технологічну, соціальну, екологічну, інформаційну, культурну та інші сфери діяльності. За таких умов, безпека набула чітко вираженого системного характеру, для якої притаманні організаційно-структурні та вертикально-горизонтальні взаємозв'язки між складовими її елементами, цілеспрямовані узгоджені дії яких забезпечують формування такого рівня безпеки, що є достатнім для його самовідтворення та розвитку.

На офіційному рівні термін “економічна безпека” вперше було вжито американським президентом Ф. Рузвельтом у 1934 році, котрий ініціював створення спеціального державного органу – Федерального комітету з економічної безпеки, до завдань та компетенції якого входили захист

економічних інтересів США, боротьба з корупцією та тіньовою економікою, виявлення та своєчасна нейтралізація загроз для економіки США.

Структурно-функціональна формалізація економічної безпеки зумовила необхідність інституційної підтримки процесу її забезпечення та регулювання. Одними з перших міжнародних нормативно-правових актів у сфері економічної безпеки були “Відмова від примусових економічних заходів” (резолюція IV сесії ЮНКТАД, 1983 р.), “Економічні заходи як засіб політичного та економічного примусу стосовно країн, що розвиваються” (резолюція 38-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН, 1983 р.), “Міжнародна економічна безпека” (резолюція 40-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН, 1985 р.). У свою чергу, вітчизняне законодавство орієнтоване на гарантування національної безпеки, а економічна безпека позиціонується як одна із стратегічно важливих її функціональних складових.

До таких нормативно-правових актів належать Конституція України, ЗУ “Про основи національної безпеки України”, ЗУ “Про раду національної безпеки і оборони”, “Стратегія національної безпеки України”, розроблена фахівцями Національного інституту стратегічних досліджень під керівництвом академіка НАНУ В. Горбуліна та затверджена Указом Президента України № 287/2015 “Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року “Про Стратегію національної безпеки України””.

Несформованість законодавчої бази у сфері безпосереднього регулювання відносин, пов’язаних із гарантуванням економічної безпеки не лише створює інституційні бар’єри та ускладнює процеси її забезпечення, але й формує неконтрольовані виклики і загрози для розвитку держави, стримує нарощення її економічного потенціалу, перешкоджає побудові ефективних механізмів і засобів протистояння дестабілізуючим впливам в умовах трансформаційних змін та невизначеності економічного середовища.

Полігамна природа економічної безпеки держави апріорі забезпечує формування різноаспектних концептуальних позицій серед науковців стосовно тлумачення сутнісно-функціональних характеристик цієї економічної категорії. Це, своєю чергою, ускладнює процеси вибору стратегії, інструментів і засобів зміцнення економічної безпеки держави, структуризації її функціональних складових, формалізації методики оцінювання рівня безпеки, побудови превентивних механізмів захисту від внутрішніх і зовнішніх загроз тощо. Опрацювання змістовно-теоретичної сутності економічної безпеки держави забезпечило можливість систематизації існуючих наукових підходів до тлумачення цього поняття за підходами: 1) стабільність і забезпечення здатності держави до розвитку (Л.Абалкін, Я.Жаліло, А.Піскунов, В.Савін, В.Мунтіян); 2) оптимальний стан національної економіки (О.Бандурка, В.Геєць, О.Лепіхов, Х.Маулль, В.Шлемко); 3) ресурсно-функціональний (Т.Васильців, О.Власюк, Б.Грієр, З.Живко, А.Сухоруков); 4) захист національних інтересів держави (А.Архіпов, А.Городецький, Н.Нижник, О.Новікова).

Система забезпечення економічної безпеки складається з органів законодавчої, виконавчої і судової гілок влади, підприємств, організацій, громадян та об'єднань громадян [2].

Отже, система забезпечення економічної безпеки має відповідати таким основним вимогам:

- функціонувати в межах, визначених законом;
- забезпечувати надійний захист національних інтересів;
- прогнозувати і своєчасно відвертати загрозу економічній безпеці;
- ефективно функціонувати як у звичайних, так і в надзвичайних умовах;
- мати чітку структуру і функціональне розмежування органів законодавчої, виконавчої та судової гілок влади;
- бути відкритою і гласною у певних межах щодо діяльності відповідних органів, які входять до зазначеної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. К. : Лібра, 2003. 280 с.
2. Економічна безпека держави: навчально-методичний посібник / Живко З.Б., Черевко О.В., Копитко М.І., Зачосова Н.В., Живко М.О., Серeda В.В., Занора В.О., Бієвець А.В.; за ред. Живко З.Б. Черкаси : видавець Чабаненко Ю.А., 2019. 240 с.

Золенко В.С.,
студентка гр.БЕМ-1117г

Науковий керівник: Перерва П.Г., доктор екон. наук, проф.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СВІТІ

Пандемія коронавірусу має прямий вплив на світову економіку і, отже, на глобалізацію в цілому. Спостереження показують, що вплив є негативним: паралізовані ланцюги поставок, обмеження експорту, закриті кордони та обмеження міжнародного туризму.

Глобалізація триватиме такою, якою ми її знаємо сьогодні, залишаючись важливішою, ніж місцеві громади та міста, але бізнес може налаштуватися на себе, переоцінивши свої ланцюги постачання та присутність в Інтернеті.

Світ за свою історію мав численні важкі напасті. Міста завжди були гарячими точками захворювань через високу щільність людей, проте всі вони оговтались від цих напастей і стали більшими, ніж раніше. Повсякденне життя

в містах може на якийсь час змінитися, але повернеться до звичного завдяки сучасним знанням та технологіям

Важко уявити сьогоднішній світ без глобалізації. Якщо компанія хоче мати успіх на міжнародному ринку, вона повинна прийняти реалії глобалізації та відповідно до цього пристосуватись. Завдяки їй споживачі можуть насолоджуватися наявністю дешевих продуктів хорошої якості.

У найближчу епоху постпандемії корпорації та компанії будуть приділяти більше уваги системі своїх постачальників. Наявність закордонних постачальників передбачає ризик для діяльності компанії, такий що у випадку глобальної пандемії, як-от COVID-19, або конфлікту між країнами, такими як китайсько-американські торгові війни, компанії можуть не отримати необхідних запасів для подальших операцій.

Компанії можуть пересувати частини або будувати абсолютно нові ланцюги поставок. Цього разу основним акцентом буде не лише дешевше виробництво, а й місце розташування. Це зробить всю операцію менш чутливою до подібних криз та захистить існування глобальних компаній.

Пандемія також сприяла змінам щодо способів продажу товарів і тепер присутність в Інтернеті є більш цінною, ніж будь-коли. Зараз багато компаній перейшли на онлайн-продаж, ресторани почали приділяти увагу своїм службам доставки. Covid-19 показав, наскільки важлива електронна комерція та представлення компаній у мережі Інтернет.

Освітня галузь також змушена вийти в онлайн. Навчання в Інтернеті набрало обертів. У зв'язку з цим багато компаній перейшли на онлайн-навчальні платформи, що не тільки економить витрати, але й допомагає клієнтам знайти найбільш зручний час для навчання.

Подібна ситуація склалася також серед офісних працівників. За відсутності умов для повноцінної роботи в автономному режимі більшість компаній перейшли онлайн робоче навантаження. Це звичайно зменшує витрати компанії. За даними дослідницької консалтингової фірми Global Workplace Analytics, В середньому роботодавці, які дозволяють співробітникам працювати за сумісництвом, заощаджують близько 11 000 доларів на рік для кожного працівника, який працює віддалено.

У сучасних суспільствах глобалізація інтегрована в повсякденне життя та є ефективною для бізнесу. На деякий час звичне життя людства було зупинене, проте це ще не означає, що спосіб влаштування речей повністю зміниться. Не дивлячись на те, що ця криза змушує деякі підприємства замінити частини своїх ланцюгів поставок, попередні успішні методи роботи, які стали можливими завдяки глобалізації та Інтернет-суспільству, будуть збережені та продовжені якомога швидше.

Було б великою помилкою вважати, що пандемія коронавіруса повинна змусити нас відкласти дискусію про образи майбутнього і процес соціально-економічної модернізації нашої країни. Більш того, ситуація, що склалася дає можливість вести цю дискусію, звичайно, не з чистого аркуша, але з розумінням

того, що непорушних догм, свого роду соціальних, економічних і політичних «червоних ліній» просто не існує. Це було б не так страшно, якби однієї з цих «догм» не було «міжнародне право», дотримуватися яке, навіть застосовуючи його всередині себе, Україна намагалася до самого останнього часу. Ймовірно, тепер процес відмови від догм, успадкованих від періоду «обмеженого суверенітету» нашої країни, піде швидше.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bethune, Z., & Korinek, A. (2020, May 3). COVID-19 infection externalities: Herd immunity versus containment strategies. Opgehaald van <https://voxeu.org>: <https://voxeu.org/article/covid-19-infection-externalities-herd-immunity-versus-containment-strategies>
2. Campanella, T. J. (2020, May 1). How Life in Our Cities Will Look After the Coronavirus Pandemic. Opgehaald van <https://foreignpolicy.com/>: <https://foreignpolicy.com/2020/05/01/future-of-cities-urban-life-after-coronavirus-pandemic/>
3. Craven, M., Mysore, M., & Wilson, M. (2020, May 13). COVID-19: Implications for business. Opgehaald van <https://www.mckinsey.com>: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/covid-19-implications-for-business>
4. Duncan, C. (2018, August 29). The Advantages and Disadvantages of Globalization for the Workplace. Opgehaald van <https://www.alert-software.com/>: <https://www.alert-software.com/blog/the-advantages-and-disadvantages-of-globalization-for-the-workplace>
5. The Economist Intelligence Unit. (2020). The Great Unwinding: Covid-19 and the regionalisation of global supply chains. The Economist Intelligence Unit.
6. Tkatchuk, R. (2020, April 6). Why the coronavirus crisis isn't killing offline retail just yet. Opgehaald van <https://www.digitalcommerce360.com>: <https://www.digitalcommerce360.com/2020/04/06/why-the-coronavirus-crisis-isnt-killing-offline-retail-just-yet/>

СЕКЦІЯ 3 КОНКУРЕНТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Melnychenko O.A.

Doctor of Sciences in Public Administration, Full Professor

Polozhynshnyk K.O., Khilchevskyi B.S.

Student

Kharkiv National Medical University

READINESS OF MEDICAL GRADUATING STUDENTS TO WORK IN THE SELECTED SPECIALTY AS HEALTHCARE WORKFORCES' MANAGEMENT FACTOR

Background. From the beginning most of prospective students more often have only a general idea of future specialty when they choose medicine. This issue is becoming increasingly relevant as the studying is drawing to a close. At the same time, personal preferences are usually accompanied by own subjective judgments about a particular specialty which was formed after studying certain disciplines, practical experience in health care enterprises, advice from parents, relatives or friends, etc. However, declarations of propensity to choose a particular specialty do not always coincide with reality, as there may be a lack of commitment for such an action. It actually must be taken into account in labor management in the field of healthcare. The arguments above determine the relevance of this study.

Aim. Assess the commitment of medical graduates to work in the chosen medical specialty as a factor in the human resources management in the field of health care.

Materials and methods. The survey was conducted in September 2020 using Google Forms technology as a standardized questionnaire.

Results. Respondents were represented by 105 students of KhNMU, among them 82,9 % were female and 17,1 % were male. At the same time, 100,0 % were the students of KhNMU; 30,5 % are the sixth year students, 33,3 % are the fifth year students, 36,2 % are in the fourth and younger years; 91,0 % study general medicine, 6,0 % – dentistry, 3,0 % – pediatrics.

The generalized results of the survey revealed the following:

– 93,2 % of respondents want to stay in health care after graduation, while 6,8 % have plans to leave it;

– The main reasons for the frustration in medicine are: disappointment in the profession (100,0 %); dissatisfaction with low future wages (100,0 %); dissatisfaction with the insufficient level of healthcare development (88,9 %); vocational aptitude in another industry / field (44,4 %); decision not to work in this profession since the beginning of training (22,2 %);

– The most desirable specialty options are: surgery (40,2 %), family medicine (31,4 %); pediatrics (11, 8%); dentistry (8,8 %);

– Most commonly chosen options for specialty: surgery (22,3 %), family medicine (12,6 %), dentistry (5,8 %), psychiatry (3,9 %), dermatovenereology, pediatrics, neurology (2,9 %);

– 86,7 % of respondents had the support of parents / relatives / friends in their choice, while 9,2 % said that their choice was criticized;

– The reasons to choose a particular specialty are: the attractiveness of the specifics of future work (75,2 %); relevance of specialty today and in the future (43,8 %); potentially high incomes (34,3 %);

– Most commonly chosen disadvantages of future specialty are the following: high competition (55,2 %), lack of time to build a family (45,7 %), low wages (46,7 %), difficult and harmful working conditions (35,2 %);

– Most commonly chosen places to build a career in: the regional center (50,0 %); abroad (22,5 %); the city of Kyiv (9,8 %); district center (3,9 %); the city of Kharkiv (2,9 %);

– 49,0% of respondents are mentally ready to master the future specialty completely, and 49,0 % – only partially;

– 23,0 % of respondents are financially fully ready to master the future specialty, and 73,0 % – only partially;

– 19,0 % of respondents believe that the obtained theoretical knowledge will fully help to master the future specialty, and 81,0 % – only partially;

– 22,0 % of respondents believe that the acquired practical skills will fully help to master the future specialty, and 73,0 % – only partially;

– 21,0% of respondents have a mentor-practitioner, 79,0 % – no;

– In order to achieve success, graduates of medical universities expect to have the duration of weekly hours of: 38,0 % of respondents – 40 hours per week; 49,0 % – from 40 to 60 hours per week; 9,0 % – more than 60 hours per week.

Conclusions. The first consequences of the medical reform in Ukraine have shifted the emphasis of choices of further specialty by medical students. Currently, the number of those who are attracted to the work of a family doctor and pediatrician has increased. At the same time, surgery remains at the top of desirable professions, as well as dentistry, psychiatry, dermatovenereology, neurology, etc. However, the predisposition to choose a certain specialty do not always coincide with the readiness to master it. Thus, the lack of theoretical knowledge's, practical efficiency, mental competence and material base for the discharge of the doctor's duties becomes an obstacle. The expected alacrity work hard in future inspires some optimism, but significant skepticism is caused by the fact that only a small proportion of medical graduates will have a real chance to achieve success in medicine. Instead of this, for most of them, the desired specialty is likely to remain an unfulfilled dream. Further scientific research should be devoted to the development of recommendations aimed at improving the quality medical study process and the formation of their professional careers both in Ukraine and abroad.

A.I. Fal'ko
Post-graduate student
Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov

DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE INTRODUCTION OF THE «SPOTLESS MIND» TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF A GLOBAL PANDEMIC

At the moment, special attention is paid to the formation of the digital economy, in particular the economy with the use of information technologies based, in turn, on artificial intelligence (AI).

This research is based on the generally accepted position that «artificial intelligence is not the future, artificial intelligence is the present». An integral element of the modern socio-economic space is a set of information and communication technologies (ICTs), focused mainly on maintaining and preserving the full cycle of information in the process of its functioning. This cycle has several stages and includes three main processes: data processing, information management, and knowledge management. Given the above, the transition to working with information resources based on AI, which is intensifying due to the accelerated growth of data volumes, is a key aspect of the development of the modern economy, the driver of its digital format.

Intensive practical use of artificial origin in such States as the European Union, USA, China, Israel, UAE, participation of the Russian Federation and many other countries in these processes, and insufficient theoretical and methodological elaboration of the questions of digitalization in economic science dictate the necessity and actuality of scientific research in this subject area [1, p. 215].

In addition, the COVID-2019 pandemic will remain in world history as a phenomenon that temporarily paralyzed economic activity around the world. Nevertheless, its consequences create new opportunities for managing system challenges and effectively modernizing the national economies of most countries of the world, giving digital technologies, services and services a primary role.

Note that the use of AI in the early days of the pandemic was aimed at tracking the spread of the disease around the world. Today, AI plays an important role in the research and testing of pharmaceutical and biotech companies, as well as in the development of vaccines.

However, AI doesn't act independently, algorithms need human control, especially when it comes to people's lives and health. Therefore, the development of a vaccine, the diagnosis by scientists, as well as measures to control the spread of the disease by the governments of countries are indisputable tools to combat coronavirus infection together with artificial technologies [2].

As practice shows, artificial intelligence can speed up research in creating a vaccine against a new virus, which, first of all, will protect people fighting the spread of infection.

For example, the Chinese technology giant Baidu, in partnership with the University of Rochester and the University of Oregon, in February 2020 published the results of studying the process of protein folding in the structure of the virus. The algorithm, called Linearfold, predicts the structure of the virus's secondary RNA much faster than traditional methods and provides scientists with new data on how the virus is able to spread. Thus, using the Baidu algorithm, scientists were able to calculate the prediction of the secondary structure of the coronavirus RNA sequence in 27 seconds instead of the traditional 55 minutes.

Also, an equally important task for artificial intelligence is to create solutions to help medical personnel diagnose a coronavirus infection. Among them is Beijing-based startup Infervision, which has developed a system for detecting lung problems using CT scans. Initially, the solution was intended for the diagnosis of lung cancer, but later the developers retrained the algorithm to recognize pneumonia caused by respiratory diseases as a coronavirus. According to a media statement, at least 34 Chinese hospitals have implemented CT scan technology to examine 32,000 suspected coronavirus cases [3].

In addition to the direct use of AI for medical purposes, governments use modern algorithms to prevent the spread of the virus, including through total surveillance of the population. In particular, data from mobile operators is used to determine the circle of contact persons of the carrier of infection, self-isolation is monitored using smartphones, and temperature is measured remotely on the streets and citizens are identified in public places using facial recognition technologies [4, p. 75-76].

Thus, artificial intelligence undoubtedly makes a huge contribution to the promotion of scientific and technological progress, as well as to the economy of countries around the world.

And now that most States are gradually closing their borders again due to new outbreaks, companies are trying to find a better way forward by implementing and using advanced «spotless mind» technologies, which in turn allow companies to understand how to take these steps safely and effectively.

In the current economic situation, the efforts of company managers are aimed at strengthening the sustainability and digital transformation of business, which can be the first stage of creating favorable conditions for the development of the real economy in the new post-crisis reality.

The first half of the year radically changed the consumption model that has been formed for decades: billions of people around the world use digital services and services every day, using devices connected to the Internet, to cope with the challenges of everyday life and get the opportunity to continue working and learning remotely, to provide themselves with everything they need without leaving home.

As a result of the restrictions regime, enterprises in many sectors of the economy have moved to remote operation, the load on the infrastructure of communication networks and data processing centers has significantly increased, and the demand for specialized software (video conferencing platforms, virtual desktops, and cloud

resources) has increased. In the context of a limited workforce, companies that have implemented automation and digitalization of production and supply chains in a timely manner have gained advantages.

Thus, first of all, information is a new asset, as well as advanced technologies created on its basis, such as artificial intelligence, machine learning and natural language processing, which play a key role not only in monitoring COVID-19 outbreaks, but also in modern digital civilization as a whole.

And do not forget that «artificial intelligence is not the future, artificial intelligence is the present», which is being firmly introduced into all spheres of society every second, while acting not only as an effective tool for the development of the modern economy, but also as a driver of its digital format.

REFERENCES

1. Fal'ko A., Somina I., Nikulina O. Problems and prospects for the development of the digital economy in the context of the introduction of artificial intelligence technologies // 7th International Conference Application of new technologies in management, 2020, pp. 213-228.

2. Ponomarev, K. The role of artificial intelligence in the fight against COVID-19. [Electronic resource] - URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5eb95a1ed4dba80e6f24dbc0/roliskusstvenngo-intellekta-v-borbe-protiv-covid195ec629b3c9cc3601ef589968> (accessed: 01/10/2020).

3. Nichonov, V. Algorithms against COVID-19: how artificial intelligence helps fight the pandemic [Electronic resource] - URL: <https://yandex.ru/turbo/hub.forklog.com/s/algorithmy-protiv-covid-19-kak-iskusstvennyj-intellekt-pomogaet-borots-ya-s-pandemiej/> (accessed: 02/10/2020).

4. Sokolova I., Galdin A. Practical application of artificial intelligence in the digital economy // Models, systems, and networks in Economics, technology, nature, and society, 2018. No. 2 (26), pp. 71-79.

Меліхов А. А.,

д-р екон наук, проф.,

Орда О. С.,

здобувач магістерського рівня,

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

У кінці 70-х років ХХ століття в менеджменті почали використовувати поняття «управління людськими ресурсами», яке викликало величезний інтерес як у теоретиків менеджменту, так і у практиків управління. Впровадження цього терміну обумовлене націленістю на якнайповніше і раціональніше

використання людського потенціалу у рамках зовнішнього середовища, що постійно міняється.

М. Армстронг визначає управління людськими ресурсами (УЛР) таким чином. Управління людськими ресурсами - це стратегічний підхід в управлінні найціннішими активами компанії, а саме людьми, які колективно і окремо роблять свій вклад в досягнення організаційних цілей [1, с. 6].

УЛР це, в першу чергу, цілеспрямовані дії керівників і фахівців підрозділів системи управління, які складають важливу частину стратегії кадрового менеджменту і політики УЛР. Зазвичай, в практиці УЛР виділяють соціальний і кадровий маркетинг. У масштабах кадрової політики основними завданнями вважаються:

- виконання умов трудового законодавства;
- врахування сьогоденних і перспективних потреб організації в людях;
- підтримка стабільного стану для запобігання плинності кадрів;
- дотримання рівноваги інтересів працівника і працедавця.

Інновації та УЛР грають усе більш важливу роль в підтримці головної переваги конкурентоспроможності організацій в період швидких змін і посилення конкуренції. Певні зміни можуть зажадати інноваційного типу мислення. У будь-якому випадку, якщо новий порядок речей відрізнятиметься від старого, то необхідно по-новому подивитися на усю систему.

Безперервне панування інновацій і креативності характерно для організацій, що визнають, що правильне використання креативності працівників може створити компанії конкурентну перевагу [2]. Сьогодні компанії постійно стикаються з мінливим конкурентним зовнішнім середовищем. У цьому контексті продуктивність, і навіть виживання компаній, більшою мірою залежать від здатності досягти міцної, конкурентної позиції, за допомогою гнучкості, оперативності й адаптивності. Тому навряд чи дивує зростаючий інтерес передових компаній до інновацій як стратегії, що дозволяє їм підвищити свою продуктивність, конкурентоспроможність і гнучкість.

УЛР сьогодні вважається ключем успішних інновацій з моменту участі творчого персоналу в інноваційному процесі. Фахівці стверджують, що немає хороших технологій або хороших інновацій без творчих і компетентних людей, які можуть адекватно використовувати їх і дістати користь для компанії. В той же час, некомпетентні люди можуть проявитися, якщо немає бізнес-проекту що визначає роль технологій і інновацій або, якщо відсутні необхідні і достатні умови для прояву здібностей і можливостей персоналу. Зважаючи, що УЛР визначає і, значною мірою, змінює ці здібності, можливості і стосунки, ясно, що воно стає важливим елементом в розвитку інноваційної діяльності в компанії.

Для компаній перехід до створення нового товару або послуги пов'язаний із завданням перерозподілу існуючих в її розпорядження ресурсів, включаючи людські. При цьому, є ризик, який окрім переорієнтації виробництва,

торкається ще і загрози розриву колишніх взаємозв'язків, низької інноваційної сприйнятливості, а також погрози втрати висококваліфікованих працівників.

Отже, завдання інновацій в УЛР в компаніях - це не стільки відбір компетентних і зацікавлених працівників, але і мистецтво їх утримати, розвинути їх професійну компетентність в масштабах наявної стратегії. Людські ресурси виступають основним елементом не лише виробництва нової продукції, але ще і як частина стратегії розвитку компанії. Таким чином, впровадження інновацій в УЛР можна визначити, як спеціалізовану діяльність, яка спрямована на модернізацію системи управління в області роботи з людськими ресурсами, з метою розвитку творчого і інноваційного потенціалу персоналу, а також стимулювання інноваційної поведінки співробітників компанії. Усе вищесказане є основною причиною трансформації вимог до стратегії УЛР і формування конкретних умов для цього, оскільки сьогодні визначення людських ресурсів як деякого об'єкту, до яких застосовуються виключно адміністративні заходи, звичайно, не є ефективним.

Отже, інновація в УЛР втілюється у вигляді нової або ж модернізованої політики управління, вживаної у фактичній діяльності певної компанії. Разом з цим інноваційна політика УЛР орієнтована на економічні та організаційні зміни в масштабах наявної стратегії інноваційного становлення компанії.

Система УЛР на сучасних підприємствах, незалежно від форми власності, є потужним інструментом забезпечення конкурентоспроможності і розвитку, тому виникає постійна необхідність в підвищенні ефективності цієї системи з урахуванням вимог ринкової економіки.

Інноваційний процес УЛР можна кваліфікувати як суму управлінських дій, націлених на формування і розвиток людських ресурсів, які потрібні для проведення процесу виконання загальної інноваційної стратегії компанії.

З точки зору інновацій УЛР має наступні особливості:

зміни в УЛР націлені на рішення певних проблем, пов'язаних із стратегією розвитку підприємства;

неможливо заздалегідь визначити результат, до якого вони можуть привести;

інновації можуть привести до конфліктних ситуацій, пов'язаних з опором працівників, які не приймають їх;

зміни управління персоналом спричиняють за собою зміни в усій системі управління підприємством внаслідок того, що вони торкаються головної складової підприємства - його персоналу.

Таким чином, людські ресурси - це найважливіший актив компанії. Це підтверджується тим, що сам співробітник повинен мати активну позицію і постійно відстежувати чи реалізує він ті цілі, які він сам поставив, і яка його доля в здійсненні загальних цілей організації. Саме це є основною причиною трансформації вимог до тактики і стратегії УЛР, формуванню конкретних умов для цього.

Інноваційні методи УЛР - це сума прийомів і способів, що дозволяють при певній чисельності працівників застосовувати інноваційний підхід до УЛР, зокрема, безперервно розвивати творчий потенціал співробітників для забезпечення максимальної ефективності управління, і, отже, для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У структурі інноваційних методів на першому місці стоять методи організації УЛР. Передусім, це пов'язано, з тим, що в першу чергу необхідно створити організацію, потім слідує її реєстрація у відповідних органах, потім набір необхідного персоналу, і тільки у кінці цього виникає проблема управління. До усього іншого, підприємці, які бажають стати власниками організації, - також є частиною людських ресурсів.

Інноваційний підхід до УЛР має на увазі рішення одного з головних протиріч системи УЛР, а саме розвиток творчого потенціалу в масштабах наявної стратегії компанії. Тому, для досягнення цього потрібні розробка і впровадження методів, механізмів, інструментів, що дозволяють абсолютно повному утілити можливості розвитку творчого потенціалу працівників на довготривалій період, а разом з цим, здійснення постійних вкладень в людські ресурси, які дадуть можливість забезпечити конкурентоспроможність і ефективність компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / пер. с англ. М. : ИНФРА-М, 2002. 328 с.
2. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М. : Вильямс, 2010. 592 с.

Ткачов М.М.,

канд. екон. наук, доц.

Погорелов М.І.,

канд. екон. наук, проф.

Матросов О.Д.,

канд. екон. наук, доц.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

КОМПЛЕКСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Проблема інтеграції правових, економічних та управлінських дисциплін в освітньому процесі стає все більш актуальною в зв'язку з переходом на освітні стандарти третього покоління, розроблені в рамках ідеології компетентнісного підходу. У людському суспільстві питання управління людьми в процесі праці були актуальні ще з давніх часів. Однак наукове осмислення технологій,

практик, стратегій, принципів і нормативів управління персоналом почалося порівняно недавно - в середині - кінці XIX в. [1].

Приблизно в цей же час починає свій відлік історія відокремленої гілки правового регулювання - трудового законодавства. До цього моменту в становленні правового регулювання трудових відносин тривалий час спостерігалось циклічне переважання приватноправових або публічно-правових засад, але спеціального правового захисту осіб найманої праці законодавство не передбачало. Наприклад, в XVI-XVIII ст. превалювали публічні початку, в кінці XVIII - першій половині XIX ст. в більшості країн пряме втручання в соціально-трудова відносини теоретично не допускалося. Свобода договору визнавалася безумовною. Природно-правова доктрина прав людини становила основу тлумачення права індивіда на свободу праці, його права на невтручання держави в сферу свободи особистості [3].

Правове забезпечення системи управління персоналом полягає в розробці та використанні коштів юридичного впливу на роботодавців і найманих працівників з метою досягнення ефективної діяльності організації, а також дотримання прав і обов'язків сторін, забезпечених законодавством. Іншими словами, до правового забезпечення системи управління персоналом можна адресувати нормативно-правові акти, що регулюють трудові відносини.

На наш погляд, основними завданнями правового забезпечення системи управління персоналом повинні бути:

- правове регулювання трудових відносин, що складаються між роботодавцем і найманим працівником;
- захист прав і законних інтересів працівників, що впливають із трудових відносин;
- дотримання, виконання і застосування норм чинного законодавства в галузі праці, трудових відносин;
- розробка і затвердження локальних нормативних актів організаційного, організаційно - розпорядчого та економічного характеру;
- підготовка пропозицій про зміну діючих або скасування застарілих і нормативних актів, які фактично втратили силу, виданих в організації з трудових та кадрових питань.

До правового забезпечення системи управління персоналом, в першу чергу, відноситься трудове законодавство, а також нормативні акти суміжних областей, наприклад, пенсійне законодавство, нормативні акти про захист соціальних і трудових прав окремих категорій громадян і т.д.

На наш погляд, дуже важливою і актуальною проблемою кадрового менеджменту є вдосконалення документаційного забезпечення служби управління персоналом.

Результати проведених нами досліджень показують, що оформлення трудових відносин на промислових підприємствах нашої країни включає близько 40 видів робіт [5]. Пропонується згрупувати всі ці види робіт у наступні 10 груп.

1. Своєчасне оформлення прийому, переведення і звільнення працівників відповідно до трудового законодавства, положень і наказів керівника підприємства.
2. Облік особового складу, видача довідок про трудову діяльність працівників.
3. Зберігання та заповнення трудових книжок.
4. Підготовка матеріалів для подання персоналу до заохочень та винагород, підготовка документів по пенсійному страхуванню, а також для призначення пенсій працівникам підприємства і їх сім'ям в орган соціального забезпечення.
5. Робота по оновленню науково-методичного забезпечення кадрової роботи, її матеріально-технічної та інформаційної бази.
6. Створення та оновлення банку даних про персонал, уявлення потрібної інформації.
7. Розробка посадових інструкцій для працівників (в тому числі на основі Кваліфікаційного довідника посад керівників, фахівців та інших службовців).
8. Формування та ведення особових справ працівників, внесення в них змін.
9. Підготовка матеріалів для кваліфікаційних, атестаційних, конкурсних комісій.
10. Підготовка документів до здачі в архів у зв'язку із закінченням терміну їх поточного зберігання.

Робота з персоналом, як і інша область управління, має свої правові основи. Вони виступають регулятором взаємовідносин між усіма категоріями працівників, є однією з найголовніших гарантій дотримання прав громадян, дають можливість підвищувати ефективність роботи, сприяють боротьбі з суб'єктивізмом і свавіллям. Під джерелами права маються на увазі акти, в яких виражені норми відповідної галузі права. Вони класифікуються за видами в такій послідовності: консультація, закон, указ, постанова, кодекс, статут, положення, рішення, або за видами органів, від яких виходять нормативні акти - органи державної влади та органи державного управління.

Управління персоналом не є інститутом будь-якої галузі права, а також, власне, і галуззю права, через що досить складно визначити пріоритет норм права тієї чи іншої галузі права, які регулюють відносини в даній області.

Досить часто між управлінням персоналом і трудовим правом ставлять знак рівності. Вважаємо, що це не зовсім вірно, так як легальне визначення управління персоналом містить такі елементи, яких немає в трудовому праві. Деякі ж терміни в рамках управління персоналом, хоча і синонімічні трудовим визначенням, мають дещо інше значення з огляду на те, що вони є елементом легального поняття «управління персоналом», а отже, характеризуються з точки зору його цільового призначення [7].

Вважаємо, що взаємозв'язок управління персоналом і трудового права полягає в наступному: елементи легального визначення управління персоналом визначають, які норми трудового права будуть використовуватися для регулювання тих чи інших відносин в даній сфері. Іншими словами, пріоритет в цьому відношенні повинен бути відданий управлінню персоналом, а не

трудоваму праву, а отже, всі питання повинні розглядатися не з точки зору класичного розуміння трудового права, а в ракурсі дефініції «управління персоналом».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Курсова О.А. Правовое регулирование управления персоналом.- М.: Издательство Юрайт, 2018. — 414 с.
2. Перерва П. Г. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П. Г. Перерва, Т. В. Романчик // Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком: монографія / заг. ред. Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2018. – Розд. 7.2. – С. 301-314.
3. Лушникова М. В., Лушников А. М. Очерки теории трудового права. СПб.: Юридический центр Пресс, 2006.- 217 с.
4. Перерва П.Г. Інноваційна складова реінжинірингу у забезпеченні економічної безпеки підприємства / П.Г.Перерва, Т.В.Романчик . - Реінжиніринг бізнес-процесів маркетингової сфери промислових підприємств: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л.М. Таранюка - Суми: Видавець СНАУ, 2018.- С.31-43.
5. Правовое обеспечение системы управления персоналом. URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/pravovoe-obespechenie-sup.html>
6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
7. Правовое регулирование управления персоналом. Учебно-практическое пособие для магистров / О.А.Шевченко и др.- М.: Проспект, 2018.- 183 с.
8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.
9. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. – Харків : НТУ "ХП", 2017. – С. 140-143.
10. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.
11. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.
12. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХП».- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХП", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.

Москаленко М.М.
студентка магістратури
Харківського національного університету будівництва та архітектури

Науковий керівник: Серіков А.В., кандидат фіз.-мат. наук, професор, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування Харківського національного університету будівництва та архітектури

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

На даному етапі розвитку вітчизняна та світова економіка характеризується змінами вимог до персоналу підприємства, зростанням ролі даної складової в організації як в єдиній системі. Відомий девіз «Кадри вирішують все!» знову набуває актуальності, оскільки якими б не були характеристики наявності всіх необхідних ресурсів для діяльності підприємства, без ефективної команди не може реалізуватись найвдаліша ринкова стратегія і не може бути забезпечена безперервність та ритмічність бізнес-процесів, а її реалізація потребує системного підходу. Системний підхід стає запорукою ефективного управління персоналом на підприємстві.

На сьогоднішній день можна стверджувати, що недооцінка керівництвом ефективних сучасних методів управління персоналом, насамперед системного підходу, стає однією з головних перешкод і самою слабкою ланкою управління розвитку діяльності підприємства. Прискорення науково-технічного і соціально-економічного прогресу, ускладнення виробничих і міжособистісних відносин, пов'язані з різким ростом ролі людського фактору, вплинули на зміну ролі кадрової підсистеми в організації і виставили управління персоналом на перший план управлінської діяльності [1].

Системний підхід як запорука ефективного управління персоналом має на увазі під собою створення таких умов роботи, при яких співробітники щиро турбуються про розвиток свого підприємства, тим самим прикладаючи більше зусиль на виконання своїх прямих обов'язків. Перед керівництвом постає завдання грамотного мотивування працівників для взаємної вигоди як з боку самих підлеглих, так і організації в цілому. Добре інформований персонал, який чітко знає цілі, мету та своє місце в організації набагато ефективніше виконуватиме свою роботу, ніж працівники, які не погоджуються з стилем та мотивами керівництва.

Головне завдання ефективності управління персоналом підприємства полягає у визначенні економічної, соціальної та організаційної ефективності управління персоналом на підприємстві.

Економічна ефективність показує на скільки були досягнені цілі діяльності підприємства за рахунок використання трудового потенціалу персоналу.

Соціальна ефективність управління персоналом підприємства характеризується організованістю і вмотивованістю праці, станом особистих відносин в трудовому колективі, тобто в більшій мірі залежить від форм і методів управління.

Організаційна ефективність оцінюється як результат взаємодії всіх працівників, тобто рівень їх координації та комунікації в організації [2, с. 362].

Ефективне функціонування організації визначається насамперед ступенем розвитку її персоналу. Розвиток персоналу – це системно організований процес кількісних, якісних і структурних змін компетентності працівників засобами безперервного професійного навчання й виховання для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників і вдосконалення соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу забезпечується заходами, пов'язаними з оцінюванням кадрів з метою їх виробничої адаптації, атестації та сертифікації персоналу, плануванням трудової кар'єри робітників і фахівців, стимулюванням розвитку персоналу тощо [3]. Розвиток персоналу набуває великої важливості, оскільки чим більшими знаннями, навичками та кваліфікацією буде володіти персонал, тим розвиненішим буде підприємство здатне до конкурентної боротьби на сучасному ринку.

Таким чином, для сучасного етапу розвитку науки управління персоналом характерне інтегрування управління персоналом в загальну стратегію організації та забезпечення системного підходу до її реалізації. Значення даного етапу складають: віднесення функцій управління людськими ресурсами до вищого рівня управління; залучення управління людськими ресурсами у визначення стратегії і організаційної структури підприємства; залучення розвитку персоналу як обов'язкового елементу діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Доскова Л. И. Управление персоналом [Електронний ресурс]. М. : ЭКСМО, 2008. 375 с. Режим доступу: <http://pid.atwebpages.com/znachenie-upravleniya-personalom-kak.html>
2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управление персоналом К.: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.
3. Савченко В. А. Управление развитием персоналу [Електронний ресурс]. К.: КНЕУ, 2009. 351 с. Режим доступу: http://pidruchniki.com/82005/menedzhment/rozvitok_personalu

ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ ЯК КОНКУРЕНТНА ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасний світ безперечно та наявно потребує налагодження та постійної підтримки конструктивних ділових відносин. Нинішнє підприємство, незалежно від сфери його діяльності та розміру, має вести розвинуту партнерську роботу на професійному рівні. Конкурентні відносини в ринковій економіці є рушійною силою, тому менеджмент підприємства повинен розуміти важливість використання навіть найменшої можливості для того, щоб стати максимально привабливішим для своїх споживачів та клієнтів.

Формування ефективних всебічних бізнес-комунікацій є однією з великої кількості можливостей управлінського майстерства.

Звісно, бізнес-комунікації – це не лише обмін інформацією. Насправді потрібно розглядати це явище в широкому контексті – і як обмін інформацією, і як взаємовплив, взаєморозуміння, і як контакт сприйняття особистості і суспільства.

Певно, роль спілкування як такого, як виду діяльності людей – велика. Це фактор соціалізації, перетворення людини в особистість, в члена суспільства.

Призначення спілкування в бізнесі неможливо переоцінити.

Сучасний бізнес – це складне виробництво товарів або послуг, колективний характер праці, розпорядження величезними ресурсами, тому комунікації розглядаються як засіб співпраці, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, цілей організації і цілей суспільства. Звідси ж випливає і важливість соціальної спрямованості бізнесу, дотримання ним етичних норм і правил, гармонії його відносин з суспільством, споживачами та клієнтами, владою.

Розуміння сутності бізнес-комунікацій і володіння методами їх здійснення – це провідний фактор в досягненні успіху. Сучасний тор-менеджмент, керівник, будь-який бізнесмен повинен володіти ефективними бізнес-комунікаціями, завдяки чому він зможе краще розуміти і прогнозувати поведінку людей взагалі і своїх ділових партнерів, зокрема, отримає уявлення про те, як застосовувати ці знання на практиці, щоб налагоджувати і підтримувати тривалі ділові відносини. Відомо, що найцінніше для бізнесу - клієнт, а найцінніший клієнт - постійний. Але одночасно слід розуміти, що згідно сучасній концепції сприйняття персоналу, персонал – це головне надбання організації, потенційно безмежне джерело ідей, ресурс, який визначає ефективність бізнесу.

Наприклад, розглянемо таку важливу для конкурентоспроможності підприємства іміджеву складову, як етика. Вітчизняний бізнес, його топ-менеджмент часто страждають «дикістю» у бізнес-відносинах як з власним персоналом, так і зі споживачами та клієнтами у порівнянні до світових стандартів. В той же час, сучасна світова бізнес-етика базується на таких принципах-дилемах, як: золоте правило спілкування («...чиніть з людьми так, як ви бажаєте, щоб з вами чинили люди...»); переважання загальнолюдських цінностей, соціальних задач над егоїзмом особистості; добрі відносини між партнерами – найголовніше; співпраця, а не суперництво; емпатія; системність; гуманізм.

Міжнародна практика бізнесу показує, що корпорації з розвинутою соціальною відповідальністю завжди мають переваги на ринку. Тому конкурентною перевагою для вітчизняного бізнесу цілком може стати використання світових принципів у сфері бізнес-комунікацій. Це підвищить ефективність ділового спілкування у всіх смислах та напрямках.

Без сумніву, співробітники сучасних підприємств повинні як само собою зрозуміле володіти науковими методами пізнання, вміти проводити необхідні дослідження в сфері їх діяльності, використовуючи зовнішні джерела інформації і знань і проводячи самостійні дослідження у власній організації. Цього потребує бізнес. А управлінський персонал має ввести на підприємстві за головні наступні комунікаційні принципи: людина – понад усе; завжди позитивно думайте про те, з ким ви спілкуєтесь; спілкуючись, враховуйте особливості інших і будуйте спілкування з урахуванням знань про інших людей; здійснійте індивідуальний підхід, пам'ятайте про унікальність кожного, з ким ви спілкуєтесь; ніколи не зупиняйтеся на досягнутому в пізнанні.

Якщо розглядати підвищення ефективності бізнес-комунікацій як фактор успіху, потрібно ввести підготовчі програми навчання для співробітників, що різко підвищить вартість та значущість людських ресурсів підприємства.

Так, наприклад, розумно ввести такі навчальні програми, що перетворять персонал на більш грамотних в спілкуванні, комунікабельних людей. Програми навчання можуть бути спрямовані на різні сторони комунікацій. Це такі аспекти сучасних комунікацій, як: іноземна мова; стратегії розвитку ефективних навичок презентації; ефективна професійна мова; ефективне слухання; правила ведення переговорів; створення кооперації між відділами; стратегії організації ефективного виробництва; удосконалення навичок ведення ділової переписки; ефективне ведення технічної документації; нові технології комунікацій, орієнтовані на результат; реалізація ваших великих ідей всередині вашої організації тощо.

Такого типу перелік дає уявлення про те, наскільки може бути різноманітною природа навчання персоналу компанії, а також в скільки багатьох напрямках діяльності підприємства бізнес-комунікації відіграють істотну роль та можуть служити потужною конкурентною перевагою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ferrier W. J. & Lyon D. W. (2004). Competitive Repertoire Simplicity and Firm Performance: The Moderating Role of Top Management Heterogeneity. *Material and Decision Economics* / Vol. 25 (67). P. 317 – 327.
2. Рубин Ю. Б. Менеджмент конкурентных действий / Современная конкуренция, 2014, № 5(47). С. 77 – 114.

Гусаковська Т.О.

к.е.н., доц.

Голубєв С.М.

магістрант

Удоденко Ю.В.

магістрант

Полтавський університет економіки і торгівлі

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Найм персоналу для будь-якого підприємства є дуже відповідальним і складним процесом, неможливим без дотримання певного алгоритму, який використовується незалежно від використовуваних технологій підбору кадрів.

Набір кадрів передбачає системний підхід до реалізації декількох етапів, здійснюваних у рамках процесу найму персоналу. Цей процес включає [1, 3]:

- 1) вироблення стратегії набору, яка б забезпечила узгодженість відповідних заходів із загальноорганізаційною стратегією;
- 2) загальний аналіз потреби (теперішньої та майбутньої) в кадрах;
- 3) формулювання вимог до персоналу - точне визначення того, хто потрібен організації, шляхом аналізу роботи (робочого місця, посади), підготовки опису цієї роботи, а також визначення термінів та умов набору;
- 4) визначення основних джерел надходжень кандидатів;
- 5) вибір методик оцінки та відбору кадрів.

Першим етапом є розробка стратегії набору персоналу, яка відповідає позиції підприємства, виражає його сутність, відповідає його конкурентній позиції.

Правильна постановка завдання при пошуку персоналу організації є фактором, що визначає підбір методів оцінки. Це питання кадрової стратегії організації на багато років вперед. Інформація про вимоги до кандидата на вакантну посаду повинна бути структурована, зведена в єдину систему критеріїв та вимог (професійних і особистісних) до майбутнього співробітника, що враховує при цьому корпоративні установки компанії щодо персоналу, кадрової політики, особливості робочого місця.

На другому етапі проводиться визначення потреби в персоналі на підприємстві. Це один з головних етапів планування управління персоналом,

що дозволяє визначити необхідний склад персоналу на заданий період часу.

Під якісною потребою розуміється потреба в працівниках по спеціальностях. Завдання визначення кількісної потреби в персоналі зводиться як до вибору методу розрахунку чисельності співробітників, так і до встановлення вихідних даних для розрахунку і безпосереднього розрахунку необхідної чисельності працівників на певний період часу в сучасних умовах.

Основна складність визначення потреби в персоналі - велика плінність кадрів. На третьому етапі відбувається аналіз якостей, якими повинен володіти кандидат. Кожне підприємство бажає мати в наявності якомога кращий персонал, однак, насамперед, при прийнятті рішення щодо набору персоналу слід визначити, якими саме характеристиками повинна володіти людина, що претендує на певну посаду [2]. Щоб процес набору був ефективним, необхідно чітко сформулювати і операціоналізувати вимоги до кандидатів на вакантні посади, визначивши, якими характеристиками вони повинні володіти для цього.

Можна виділити 4 групи таких характеристик: - автобіографічні (вік, стать, сімейний стан); - професійні (базова освіта, професія, кваліфікація, спеціалізація, тривалість і тип навчання, відповідність освіти пропонованій вакансії); - досвід (стаж) роботи по даній професії (професійна динаміка, володіння суміжними і іншими професіями, досвід організаторської роботи, загальні навички (наприклад, досвід водіння автомобіля); - особові або психологічні характеристики (рівень інтелекту, зацікавленість, цілеспрямованість, впевненість в собі, емоційна стійкість і тому подібне) [1].

Правильна постановка завдання при пошуку персоналу організації є фактором, що визначає підбір методів оцінки. Це питання кадрової стратегії організації на багато років вперед. Інформація про вимоги до кандидата на вакантну посаду повинна бути структурована, зведена в єдину систему критеріїв та вимог (професійних і особистісних) до майбутнього співробітника, що враховує при цьому корпоративні установки компанії щодо персоналу, кадрової політики, особливості робочого місця.

Четвертий етап процесу набору включає вибір джерел набору персоналу. Виділяють наступні джерела набору персоналу: внутрішні (у межах підприємства) та зовнішні (за межами підприємства) [1, с. 43].

Основним завданням служби управління персоналом полягає у визначенні оптимального співвідношення зовнішніх та внутрішніх джерел.

В процесі відбору персоналу відбувається пошук людей на певні посади з врахуванням встановлених вимог соціального інституту, видів діяльності.

Слід відзначити також, що для кожного вітчизняного підприємства особливості реалізації процесу відбору персоналу багато в чому будуть залежати від наявності впливу таких фундаментальних чинників:

- характеру внутрішнього середовища підприємства;

- терміну існування;

- зовнішніх факторів, які тим чи іншим чином впливають на життєдіяльність підприємства;

професіоналізму і компетентності HR-фахівців, зайнятих у сфері кадрового менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вдовенко В.В. Формування системи підбору та найму персоналу на промисловому підприємстві. *Управління розвитком*. №23(163). 2013. С. 94-96.
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Управління персоналом. https://stud.com.ua/48961/menedzhment/sistema_upravlinnya_personalom_organizatsiyi_printsipy_metodi_pobudovi#54 (дата звернення: 15.09.2020).
3. Смачило В.В., Губіна С.В. Оцінка ефективності управління персоналом. *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*. 2011. №1. С. 139-143.

Колєдіна К.О.

*канд. екон. наук, викладач кафедри фінансів та кредиту
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

МОТИВАЦІЙНИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із головних чинників ефективного функціонування підприємств є мотивація праці персоналу та нарощування його кадрового потенціалу. Від мотивування персоналу залежить якість праці кожного працівника та ефективність використання кадрового забезпечення, а отже, й якість готової продукції. Досягнення зазначених цілей потребує постійного вдосконалення науково-методичних інструментів мотивації та забезпечення її інноваційності.

Значних досягнень у дослідженні теорії мотивації праці здобули такі відомі вчені, як: А. Маслоу, М. Туган-Барановський, Ф. Герцберг, Д. Мак-Клеланд, В. Врум, Дж. Адамс, Л. Портер, Е. Лоулер та багато інших. Мотивацію також досліджували: Т. Андрєєва, Д. Терещенко, А. Колот, С. Бандур, Р. Кучер та ін. У працях зазначених науковців з різних точок зору досліджені важливі теоретичні, методологічні й практичні проблеми ефективного управління персоналом. Проте в сучасних умовах на багатьох підприємствах залишаються недостатньо вирішеними питання ефективної мотивації персоналу, що передбачає формування мотиваційного механізму управління персоналом та забезпечення його функціонування.

Мотиваційна політика підприємства формується на засадах управління знаннями та компетенціями. Націленість працівників на продуктивну працю, їх керованість цінностями, здатність до адаптації, розуміння значення свого внеску та перспектив діяльності підприємства обґрунтовує компетентнісний підхід до управління персоналом та розвитку його кадрового потенціалу.

Інформаційна база для прийняття управлінських рішень у сфері мотивації персоналу та формування його кадрового потенціалу може бути сформована

через запровадження на підприємстві системи мотиваційного моніторингу трудової діяльності та кадрового забезпечення в цілому.

У сучасній науковій літературі існують різні підходи до визначення моніторингу. Так, під моніторингом можна розуміти комплекс процедур по спостереженню, поточному оцінюванню перетворень керованого об'єкта й спрямуванню цих перетворень на досягнення заданих параметрів розвитку об'єкта [1, с. 35-43]. Мотиваційний моніторинг визначають як систему постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності та використання кадрового забезпечення. Сутність моніторингу у рамках управління розвитком кадрового потенціалу підприємства полягає в забезпеченні ефективного та своєчасного зворотного зв'язку між стимулами, мотивацією та кадровим потенціалом. Такий моніторинг дає можливість кадрам з'ясувати, чи добре вони працюють та визначити сфери, які потребують необхідної корекції якоїсь із складової кадрового забезпечення та в цілому діяльності підприємства для досягнення поставлених цілей [2, с. 88-91].

Метою мотиваційного моніторингу як структурної складової моделі системи мотивації персоналу є оперативна діагностика мотиваційної готовності кадрів, їх професійної компетентності, дієвості мотиваційних заходів, змін у структурі мотивів прогнозування, їх розвитку й впливу на виробничі та фінансові результати діяльності підприємства.

Основними функціями мотиваційного моніторингу є:

- відстеження відповідності встановленим посадою вимогам кадрового забезпечення;
- аналіз ефективності засобів мотиваційного впливу на персонал;
- аналіз впливу мотивації на стан ефективності функціонування виробництва;
- оцінювання задоволеності персоналу запровадженою на підприємстві системою мотивації;
- створення єдиного інформаційного простору щодо оцінювання ефективності реалізації елементів системи мотивації;
- використання результатів моніторингу як для поточного управління, так й для прогнозування діяльності підприємства [3, с. 50-54].

Треба зауважити, що в нашій країні, незважаючи на певне підвищення професійного рівня вітчизняних фахівців кадрової служби, проблемою залишається відсутність у переважної більшості персоналу звички та мотивації постійно самоудосконалюватися та самостійно навчатися (як, наприклад, в Японії), очевидно, через відсутності дієвої інноваційної мотивації. Досвід формування та управління кадровим потенціалом у розвинених країнах дуже яскраво вказує на існуючі недоліки в управлінні вітчизняних підприємств, зокрема, в питаннях, пов'язаних з формуванням і розвитком кадрового потенціалу, а саме, низької ділової активності та замотивованості працівників.

Для формування ефективної вітчизняної системи мотивації праці необхідне вивчення та використання світового досвіду. Слід виходити з того, що серед

прогресивних світових систем управління персоналом і мотивацією, а саме: японської, американської, шведської, німецької та французької загалом відома висока ефективність японської системи. В японській моделі існує ефективна модель навчання й підготовки персоналу в робочих умовах [4, с. 282-290].

Реалізація потреб та інтересів підприємства, з одного боку, а з іншого – працівників, сприятиме застосуванню моніторингу на засадах прогресивної системи мотивації, що можливо за умов розробки концептуальної моделі управління розвитком кадрового потенціалу підприємства з використанням інноваційних методів мотивації мотивацією персоналу [5, с. 282-326]. Застосування такої моделі в діяльності підприємства сприятиме його інноваційному розвитку. Це обумовлено тим, що економічний розвиток залежить від одночасного забезпечення інтересів підприємства щодо підвищення його доходів та рентабельності за умов задоволення інтересів його працівників.

Таким чином, з огляду на важливість постійного кадрового контролю та дієвість впливу інноваційної мотивації на якість й подальший розвиток кадрового потенціалу підприємства має стати моніторинг як важливий чинник впливу мотивації на рівень кадрового потенціалу і, відповідно, на успішність діяльності підприємства. Його проведення дозволить отримувати оперативну інформацію про стан та якість виробничих, трудових, економічних й фінансових процесів, та результативність мотивації. За підсумком, з'явиться можливість коригувати напрями та цілі нарощування наявних та перспективних конкурентних переваг підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єльнікова Г.В., Рябова З.В. Моніторинг як ефективний засіб оцінювання якості загальної середньої освіти в навчальному закладі. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 115. Т. 1. С. 35-43.
2. Лисенко В.В., Сироватко О.І. Мотиваційний моніторинг як метод ефективного розвитку персоналу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. №20. С.88-91.
3. Чернушкіна О.О. Стратегічні аспекти запровадження мотиваційного моніторингу у системі мотивації працівників. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 3. С. 50-54.
4. Шкурат М.Є. Використання японської моделі управління персоналом в ТНК. *Економіка і організація управління*. 2016. №2 (22). С. 282-290.
5. Телишевська Л.І., Коледіна К.О. Фінансові аспекти формування та розвитку кадрового потенціалу підприємств. *Фінанси суб'єктів господарювання в умовах трансформації економічних відносин: монографія / за ред. д.е.н. О.О. Солодовнік*. Харків: Лідер, 2020. С. 282-326.

Кубіній Н.Ю.
к.е.н., професор
Завадяк Р.І.
к.е.н., доцент
Завадяк Я.С.
аспірантка

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

СТЕНІЧНІ ТА АСТЕНІЧНІ ІНТЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Інтенціональна економіка являє собою «такий вид діяльності, в якому намір виступає ресурсом, інструментом і наслідком господарського процесу. Намір в якості ресурсу виступає як нематеріальний актив, складова частина гудвілу компанії або ж регіону. Намір як інструмент об'єднує компанію в досягненні певних результатів. Намір як наслідок концентрує результат попередніх дій і виникає на новій стадії процесу (господарського, інвестиційного, управлінського і т.д.)» [6].

Ефективність інтенціональна економіки залежить від людського потенціалу, який виступає головним виробником, власником і користувачем знань як основи сучасної економіки. Роль людського фактора в різних сферах господарського життя розкрита сучасними науковцями. Так, Аванесова Н. Е. доводить значення людського потенціалу у сфері інноваційної активності та національної безпеки [1],[2]. Криворучко Г.В. показує значимість людського фактору як умови дотримання принципів холістики у фінансовій сфері [3],[4]. В попередніх дослідженнях виявлено, що знання та інтенції переплітаються воедино, так як «основним кредо інтенціональна економіки є формування нового знання і його трансформація в інновації як основи конкурентоспроможності економічної системи» [5].

Інтенції корелюють з емоціями, підрозділяються на стенічні і астенічні (рис.1).

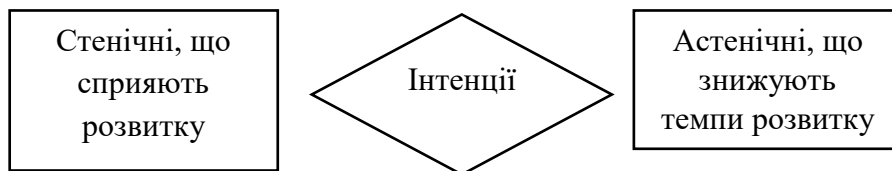


Рис. 1. Види інтенції та їх вплив на людський розвиток (складено авторами)

Стенічні наміри спрямовані на розвиток людського потенціалу та економічної системи в цілому, створення позитивної перспективи, на

формування конкурентних переваг, які підвищують якість економічної системи або її елементів в майбутньому.

Позитивне спрямування інтенцій реалізується наступним чином.

1. Надають додаткові імпульси розвитку.

2. Створюють основу креативності.

3. Активізують трансформацію культури традиційної в культуру інноваційну.

Астенічні наміри мають під собою астенічні емоції, що пригнічують ефективність життєвих процесів, дій, спрямованих на розвиток людського потенціалу. Негативно інтенції впливають таким способом:

1. Знижують ефективність розвитку через відсутність мотивування.

2. Відбувається нераціональне використання робочого часу внаслідок негативного емоційного стану.

3. Створюються обструкції для управління через опозиційне ставлення до перетворень.

У процесі формування і посилення людського потенціалу важливу роль відіграє джерело інтенцій, що виникає зовні або ж всередині людини. Діагностика виду інтенції і місця її виникнення рекомендовано проводити за допомогою матриці, представленій на рис. 2.

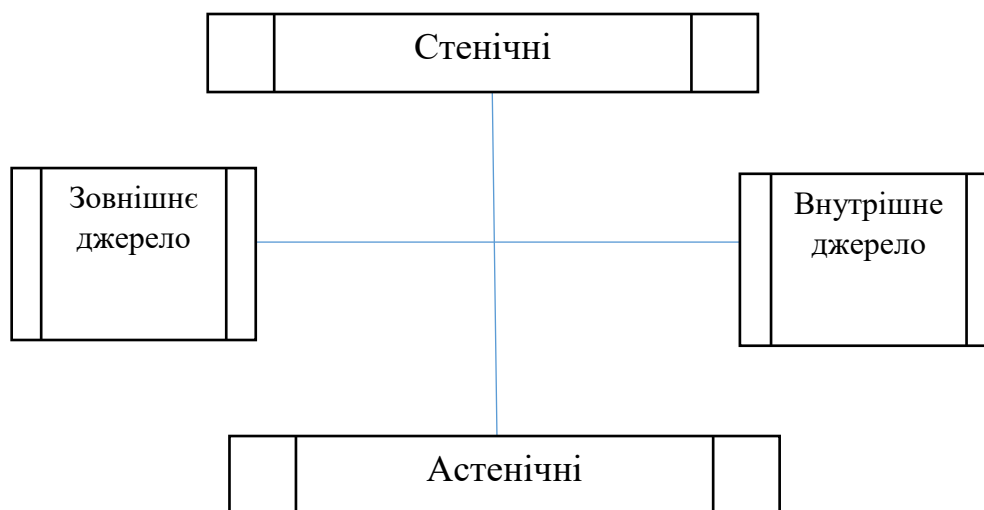


Рис.2. Матриця діагностики інтенцій за видами та джерелами виникнення (складено авторами)

Кожний відсік матриці показує сутність інтенції, її внутрішній посыл, можливості реалізації та наслідки. Все це дозволяє при формуванні людського потенціалу формувати ті чи інші інтенції, які виступають одним з факторів поведінської економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Avanesova N., Chorna M., G. Nord. Innovative impressionability as a basis for stimulation of agent's behavior regarding energy saving. *Academy of Strategic Management Journal* Volume 17, Issue 5, 2018 . P. 1 -7
2. Аванесова Н.Е., Сергієнко Ю.І. Концепція економічної безпеки в системі національної безпеки держави. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. №68. С. 17- 25
3. Криворучко Г., Серіков А.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення бюджетування, орієнтованого на результат. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія: "Економічні науки". – Х. : НТУ «ХПІ», 2017. № 45. С. 83-588
4. Криворучко Г.В., Серіков А.В. Бюджетування: діяльнісно-холістичний підхід. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7638>
5. Кубиний Н. Интенциальная экономика и ее кредо. *Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та управління персоналом / Збірник тез міжнародної науково-практичної конференції (17-18 квітня 2019 р.)*. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2019. С. 273-275
6. Кубиний Н.Ю. Парадокс и его функции в интенциальной экономике. *Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: зб. Матеріалів У Міжнар. Каук.-практ. Конф. (23-24 квіт.2020)*. Київ: Кнеу.с.228-232.

Временко Л.В.

К-т. екон. наук, доц.

Кондратенко Д.В.

К-т. екон. наук, доц.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В СТРАХОВИХ КОМПАНІЯХ

В умовах сьогодення вітчизняним страховим компаніям доводиться конкурувати в складному конкурентному середовищі, обумовленому багатьма факторами – від глобалізації, технологічного розвитку та швидкого поширення нових технологій до розвитку і використання знань. Безсумнівно, багато для нас змінилося за першу половину 2020 року. В умовах посилення невизначеності зовнішнього середовища у зв'язку з Пандемією COVID-19 актуалізується проблематика адаптивних підходів до управління людськими ресурсами. Ясно, що ця триваюча криза глибоко впливає на всі сфери нашого життя, і ставлення до цінності людських ресурсів в страхових організаціях є найважливішим фактором забезпечення їх продуктивного функціонування.

У теорії і практиці управління сформувалося розуміння того, що необхідний індивідуальний підхід до співробітника організації, заснований на

його підтримку і розвиток. Змістовно категорія «людські ресурси» є інтегральною і включає як трудові ресурси країни (населення в працездатному віці, а також працюючих підлітків і працюючих пенсіонерів), так і співробітників окремих організацій [1].

Підвищення ефективності використання персоналу стає стратегічним завданням страхових компаній. Розвиток людського (інтелектуального і соціального) потенціалу перетворюється на статтю інвестицій, а не витрат, як це було в державних страхових компаніях [2].

Умовно можна виділити три підходи:

- людські ресурси як об'єкт витрат;
- людські ресурси як один з важливих організаційних ресурсів;
- людські ресурси як об'єкт інвестицій.

Розуміння людських ресурсів як об'єкта витрат будується на логіці економічної ефективності, підвищення якої передбачає позитивну динаміку результату організаційної діяльності при зниженні (чи як мінімум сталості) рівня витрат. Страхова компанія неминуче несе витрати по персоналу (виплата заробітної плати, податкові відрахування, відпускні виплати, аквізиційні витрати страховим агентам за укладення нових договорів страхування тощо) які прагне мінімізувати.

Витрати страхових компаній України на оплату праці своїх співробітників у 2019 році зросли на 16,4% до 2,41 млрд грн. Всього на фонд оплати праці співробітників у 2018 році страховики виділили 2,07 млрд грн., у 2017 році 1,8 млрд грн. Частка ТОП-10 страховиків у 2019 році склала 1,33 млрд грн. або 55% загальних витрат на зарплати співробітникам, ТОП-25 – 1,85 млрд грн. або 77%, ТОП-50 – 2,18 млрд грн. або 90,7%, ТОП-100 – 2,35 млрд грн. або 97,6%. Загальні операційні витрати страхових компаній України за січень-грудень 2019 року зросли до 26,6 млрд грн. Страховики збільшили витрати на укладання та пролонгацію договорів страхування на 54% до 10,9 млрд грн., у т.ч. витрати на агентські винагороди вирости на 72% до 9,5 млрд грн. [3].

Другий підхід – персонал як один з важливих організаційних ресурсів – базується на уявленні про високу конкуренцію за дефіцитні людські ресурси на ринку праці. Людські ресурси можуть збільшувати цінність організації, а значить, необхідно організовувати заходи щодо залучення, використання та утримання кваліфікованих співробітників. Передбачається наявність кадрової політики і розширеного набору функцій управління персоналом в організації, в тому числі з навчання, розвитку та стимулювання праці співробітників.

Водночас, необхідно враховувати, що в умовах техніко-економічної парадигми головну роль в формуванні конкурентоспроможності сучасної страхової компанії відіграє інтелектуальний капітал (від лат. *Intellectualis capitalis* – розумовий головний або головні пізнання), а основною рухомою силою реалізації успішних проривів стає ідея. Основа інтелектуального капіталу компанії – це співробітники-фахівці страхової справи, їхні знання, вміння, професійні навички, а також організаційні та управлінські здібності. Це

поєднання людських, організаційних, професійних, управлінських методів і способів діяльності та управління страховою компанією [4].

Ключовими трендами сучасності є баланс професійної діяльності та особистому житті, орієнтація на людину, його індивідуальність і потреби. Теза про те, що компанія, бізнес – це, в першу чергу, люди, які його створюють, абсолютно очевидна. Страховики фокусуються на тому, щоб дійсно створювати для співробітників такі умови роботи, які дозволяють їм розвиватися професійно і приділяти достатньо часу свого особистого життя, щоб відчувати себе щасливими і задоволеними. Задоволеність усіма сторонами життя дуже важлива. Такий підхід надає дуже позитивний вплив на ефективність роботи компанії і лояльність команди.

Третій підхід – трактування персоналу як об'єкта інвестицій – відштовхується від теорії людського капіталу, згідно з якою інвестиції в знання, вміння і навички співробітників є довгостроковими вкладеннями, причому віддача від них може багаторазово перевищувати віддачу в матеріальні і фінансові активи. Необхідність значних інвестицій у персонал компанії визначається такими факторами:

- в умовах інтелектуальної економіки знання та вміння персоналу є одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності організації;
- швидкий розвиток інноваційних технологій вимагає від працівників специфічних знань, умінь та навичок.

Страхова компанія вкладає значні кошти в заходи з навчання та розвитку своїх співробітників, формує сприятливе середовище для обміну знаннями та досвідом, зростання згуртованості персоналу шляхом використання різних практик індивідуальної та командної роботи. Цей підхід по суті є проактивним: інвестуючи в людський капітал сьогодні, компанія прагне тим самим забезпечити собі довгострокову конкурентоспроможність на ринку праці.

Окрім інвестицій у професійний розвиток працівників, страховики мають переосмислити, яким чином зробити такі інвестиції більш персоналізованими в умовах кризи, що обумовлюється необхідністю оптимального використання людських ресурсів в умовах посилення невизначеності зовнішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кучеров Д.Г. Стратегическое управление человеческими ресурсами: зарождение и становление концепции. URL: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/610.pdf>
2. Ткаченко Н. Управління персоналом страхової компанії як гарантія фінансової стійкості. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/11998/1/%D0%A2%D0%BA%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D..pdf>

3. Как изменились расходы на зарплаты страховых компаний Украины в 2019 году? ТОП-25 компаний-лидеров. URL: <https://forinsurer.com/news/20/05/18/37998>

4. Временко Л. В., Кондратенко Д. В. Ключевые компетенции как основа конкурентоспособности страховой компании. *Бизнес Информ.* 2020. №3. С. 401–408.

Кухарська Л.В.

аспірант кафедри менеджменту

Львівський державний університет внутрішніх справ

Науковий керівник: Живко З.Б., д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту ЛьвДУВС

СКЛАДОВІ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ

Оскільки надання освітніх послуг – це основний вид діяльності закладів вищої освіти, то ефективно управління їх якістю здатне вирішити проблему зміцнення економічної безпеки навчальних закладів. Це і збільшення споживачів освітніх послуг і відповідно доходів закладу вищої освіти, і додаткове фінансування від держави та збільшення державного замовлення; і замовлення від підприємств щодо перепідготовки їхніх працівників тощо.

Запровадження дієвої системи управління якістю освітніх послуг здатне забезпечити досягнення закладами вищої освіти належного рівня якості послуг, що ними надаються. Лише так заклади вищої освіти можуть зайняти лідируючі позиції на ринку, стати прибутковими, самостійними і конкурентоздатними суб'єктами.

Загалом, окрім системи управління якістю освітніх послуг науковці також оперують такими поняттями як «управління якістю», «управління якістю освітніх послуг» та «забезпечення якості».

Так, Н.В. Варжина під «управлінням якістю» пропонує розуміти «скоординовану діяльність суб'єкта ринку, яка полягає у спрямуванні та контролюванні його діяльності в даному напрямку» [24, с. 19].

Про відмінності та розмежування понять «управління якістю» та «забезпечення якості» зазначено у ДСТУ ISO 9000:2015 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів»: «забезпечення якості – це складова частина управління якістю, яка зосереджена на створенні впевненості в тому, що вимоги щодо якості буде виконано» [39, с. 10]. Тут же зазначається, що окрім забезпечення до складових управління якістю також належать:

- планування якості (складова частина управління якістю, зосереджена на встановленні цілей у сфері якості та на визначенні операційних процесів і відповідних ресурсів, необхідних для досягнення цілей у сфері якості);
- контроль якості (складова частина управління якістю, зосереджена на виконанні вимог щодо якості);

- поліпшення якості (складова частина управління якістю, зосереджена на збільшенні здатності виконувати вимоги щодо якості) [39, с. 10-11].

Що ж до «управління якістю освітніх послуг», то найповніше і найбільш детальне його визначення сформулював Парсяк К.: «управління якістю освітніх послуг – це діяльність з планування; організації виконання вимог щодо якості; контролю за його поточним станом з фіксацією відхилень від очікуваних (нормативних) параметрів; аналізу причин, які призвели до їх виникнення; запровадження заходів з корегування роботи персоналу структурного підрозділу ЗВО, включаючи заходи щодо його мотивації» [132, с. 127].

Враховуючи положення ДСТУ ISO 9000:2015 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів», запропонуємо власне дещо уточнене визначення поняття «управління якістю освітніх послуг». Пропонуємо під цим терміном розуміти узгоджені дії, спрямовані на досягнення високої якості освітніх послуг та забезпечення конкурентоспроможності закладів вищої освіти, які включають встановлення цілей щодо якості освітніх послуг та визначення операційних процесів і необхідних для цього ресурсів (планування), гарантування досягнення поставленої мети (забезпечення), постійне визначення поточного стану справ щодо дотримання встановлених цілей (моніторинг), перевірку виконання вимог щодо якості освітніх послуг (контроль) та постійне вдосконалення якості освітніх послуг (поліпшення).

Таким чином, насамперед для здійснення теоретико-прикладних досліджень у сфері якості послуг в системі економічної безпеки закладів вищої освіти (ЗВО), а також для забезпечення зростання якості освітніх послуг, зміцнення економічної безпеки закладів вищої освіти та держави, успішного регулювання ринку освітніх послуг доцільно з'ясувати суть таких понять як «послуга», «освітня послуга», «якість», «якість послуг», «якість освітніх послуг» та ряду суміжних понять, які часто ототожнюють чи необдуманно взаємозаміняють, а саме «якість освіти», «рівень освіти», «рівень освіченості» тощо.

Зважаючи на визначення «послуги», що дане в ISO 9000:2015, «це результат принаймні однієї дії, обов'язково виконуваної у взаємодії постачальника та замовника, яка, зазвичай, є нематеріальна. Надання послуги може охоплювати, наприклад: надання нематеріальної продукції (подання інформації в контексті передавання знань)», а також визначення «інтелектуальної продукції, як інформації, що є звичайно нематеріальною і може набувати форми підходів, ділових угод або методик» [39, с. 15], слід відмітити, що кінцевим результатом діяльності закладів вищої освіти є товар – інтелектуальна власність у вигляді підручників, навчальних посібників, монографій, методичних матеріалів, статей, публікацій виступів на науково-практичних конференціях різного рівня тощо; та послуга як процес передачі знань, умінь, навичок від постачальника (закладу вищої освіти) до замовника-споживача (індивідуума, підприємства, держави тощо) в освітньому процесі.

Враховуючи потреби споживачів освітніх послуг та необхідність підвищення конкурентоздатності закладів вищої освіти, виділимо складові якості освітньої послуги, а саме:

1. Якість об'єкта отримання освітніх послуг (абітурієнт, студент, аспірант, слухач і т.д.);

2. Якість суб'єкта надання освітніх послуг (навчальній заклад), в тому числі:

2.1. якість навчальних програм (структура та зміст);

2.2. якість професорсько-викладацького складу (кваліфікація, вчене звання, науковий ступінь, рівень підготовки);

2.3. якість методів навчання і виховання (методика і технологія викладання);

2.4. якість ресурсного забезпечення процесу надання освітніх послуг: матеріально-технічного (навчальні аудиторії і лабораторії, обладнання, витратні матеріали); інформаційно-методичного (навчальна література, посібники, збірники задач, макети, тренажери і т.д.);

2.5. якість наукових досліджень;

3. Якість процесу надання освітніх послуг, зокрема:

3.1. якість організації і реалізації технологій надання освітніх послуг (форма і зміст освітніх процесів, мотиваційні фактори);

3.2. якість контролю за процесом надання освітніх послуг;

3.3. якість результату процесу надання освітніх послуг (відповідність рівня знань студентів і випускників вимогам державних стандартів вищої освіти);

4. Рівень задоволення споживачів.

4.1. високий рівень задоволення споживачів (студенти, працедавці, батьки студентів тощо);

4.2. високий рівень задоволення викладачів і працівників закладу вищої освіти своєю роботою;

4.3. високий рівень освіченості громадян [2, с. 8-9].

Якість освітніх послуг споживачі також визначають за зовнішнім виглядом викладача, манерою його спілкування. Все це може змінюватись залежно від його настрою, стану здоров'я, проблем у сім'ї, навіть погодних умов. При заміні викладача якість читання навчальної дисципліни теж може змінюватись. Відбувається і зворотний зв'язок: поведінка, настрої групи студентів теж можуть впливати на подачу викладачем навчального матеріалу. Залежно від якості наданої освітньої послуги формується і якість новоствореної робочої сили.

Якість освітніх послуг, що надаються закладами вищої освіти загалом змінюються у кількох аспектах:

- соціальному (якісні освітні послуги сприяють зростанню рівня життя населення та підвищенню економічного розвитку країни);

- культурному (вочевидь, із зростанням рівня освіченості людини підвищуються і її культурні потреби, змінюються манери спілкування, поведінки тощо);

- споживчому (основне призначення будь-якої послуги – це задоволення потреб споживачів);

- знаньовому (підвищення рівня знань особи, її кваліфікації, сприяння її саморозвитку і спонукання до навчання впродовж усього життя).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варжина Н. В. Формирование системы управления качеством учебных услуг: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Екатеринбург, 2004. 29 с.

2. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. (ISO 9000:2015, IDT) (прийнято 21.12.2015). Київ: Держстандарт України, 2016. 45 с.

3. Парсяк К. Побудова системи управління якістю освітніх послуг у структурному підрозділі ВНЗ. *Вісник економічної науки України*. 2013. № 2. С. 124-127.

Чекан І.В.

аспірантка

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ПОЖИТТЄВЕ НАВЧАННЯ ЯК УМОВА ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

Людський потенціал перетворюється в сучасних умовах господарювання на провідну силу суспільства та його економічної сфери [3], виступаючи як джерело та одночасно мета розвитку.

Функції людського потенціалу як мети розвитку полягають в наступному:

- визначаються орієнтири розвитку та базові інвестиції;

- окреслюються основні сфери суспільства та галузі економіки, що забезпечують гідний людський розвиток: освіта, охорона здоров'я і т.п.

Функції людського потенціалу як джерела розвитку:

- креативні акції, спрямовані на створення ресурсів інноваційних перетворень;

- розширення ресурсної бази економіки.

Розвиток економічної системи в суспільствах з економікою знань базується на людському потенціалі, склад якого містить:

1. Культурні аспекти, значення яких підкреслено в сучасних наукових дослідженнях [6], апологети впровадження яких стверджують, що «фактори економічної культури визначають шляхи практичного застосування теоретичних досліджень для вирішення суспільних проблем, що виникають у трансформаційній економіці. Тенденції розвитку економічної культури

забезпечують якісне використання всього потенціалу досягнень, напрацьованого попередніми поколіннями» [7].

2. Управлінські складові – людина повинна вміти ставити мети розвитку та організувати її досягнення. Управлінський компонент також включає політичну складову як таку, що відбиває інтереси різних учасників процесу розвитку, внаслідок чого повинні бути враховані в процесі прийняття управлінських рішень.

3. Економічні елементи – знання виступає ресурсом, що має тенденцію до скорочення його обмежень, тобто формує нову економічну реальність, в якій розвиток буде здійснюватися в умовах необмеженості базового ресурсу.

4. Інституційні частини, до яких віднесено формальні та неформальні підсистеми. Серед формальних інститутів важливу роль відіграє законодавство, яке ставить основну задачу охорони знань та права власності. Прикладом неформальних елементів є довіра [5], яка підтримує всі вище названі складові людського потенціалу.

Формування та реалізація потенціалу людини буде ефективним за умови створення позитивної системи навчання, яка відповідно закордонних досліджень має вигляд, представлений на рис. 1.

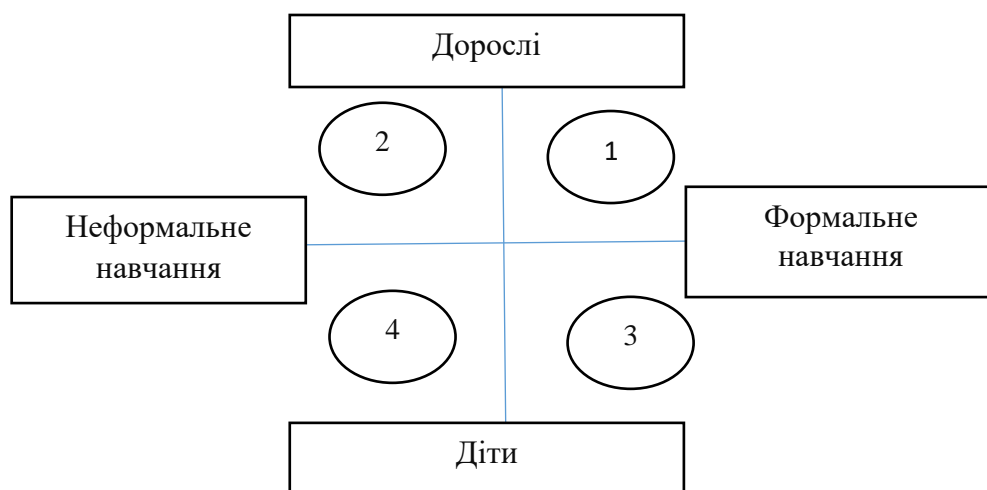


Рис.1. Виміри освіти впродовж життя [2]

Вертикальний вимір «відноситься до аспекту життєвої освіти протягом усього життя - ідея, що освіта повинна відбуватися протягом усього життя. Є глибокі психосоціальні та структурні бар'єри, що впливають на здатність людей приймати рішення і поза освітою протягом усього життя. У вертикально інтегрованій системі структурні бар'єри можна усунути, прийнявши відповідне законодавство. Але рівні можливості не забезпечують автоматично рівної участі. Для з цієї причини, природно думати, що лише полегшення доступу подолає історична тенденція формальної освіти до нерівних відносин влади» [4].

Вертикальний погляд на освіту людини вимагає наявності організаційних можливостей навчання протягом всього життя, що включають формальні та неформальні умови. Вказана матриця показує горизонтальну взаємодію, яка «означає необхідність розвитку освіти в неформальних, а також формальних настройках. Прихильники безперервної освіти вважають, що неприпустимо мати ситуацію, коли освіту гарантують формальні умови, що призводять до кращого статусу, ніж ті, які були отримані в неформальних умовах... Якщо будь-кому потрібно навчитися керувати своїм комп'ютером або краще можуть жити із ним діти або дружина, не має значення, чи вивчаються ці речі в школі, в формальній або неформальній обстановці) поза школою?» [4].

Запропонована матриця дозволяє систематизувати та забезпечити цільове спрямування управлінських акцій, що підвищує їх ефективність, сприяє створенню більш вагомих конкурентних переваг. Матриця дозволяє акцентувати увагу на формальному або неформальному сегментах освіти для різних вікових груп населення. «У навчальних системах через часове увагу відбувається формування освіти молоді у формальних умовах (квадрант III). Доцільно таку ж увагу приділити застосовувати навчання молодих у неформальних умовах (Квадрант IV), як і у формальних умовах (Квадрант III). Наголос на освіті дорослих у формальному (Квадрант I), а також неформальні настройки (Квадрант II). Калюжний квадрат має однаковий розмір – тому, що освіта необхідна впродовж всього життя» [4].

Європейський Союз виділяє компетенції, що повинні містити:

- «Знання - факти та цифри, концепції, ідеї та теорії, які вже є усталене та підтримує розуміння певної галузі чи предмета;
- Навички - здатність та здатність виконувати процеси та використовувати наявні знання досягти результатів;
- Ставлення - схильність та настрої розуму діяти / реагувати на ідеї, людей чи ситуацію» [1].

Враховуючи контент компетенцій та квадрант освіти протягом життя, можливо визначити всі стратегічні напрямки, що формують конкурентоспроможній людський потенціал країни, регіону, підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT. Accompanying the document Proposal for a COUNCIL RECOMMENDATION on Key Competences for LifeLong Learning. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018SC0014&from=DE>
2. Griffin, C. (1998). Public Rhetoric and Public Policy: Analysing the Difference for Lifelong Learning. International Perspectives on Lifelong Education. London: Kogan Page Limited.
3. Kubiniy N., Marhitich V., Kosovilka T. Modern Content of Strategic Regional Development Potential. *Economics and Business*.2020. №1. URL:

<http://eb.tsu.ge/?cat=nomer&leng=eng&adgi=945&title=Modern%20Content%20of%20Strategic%20Regional%20Development%20Potential>

4. Muhammad Javed Iqbal. Life Long Education: A Conceptual Debate URL: http://seminar.net/images/stories/vol5-issue1/iqbal_-_life_long_education.pdf

5. Алтман Й., Кубиний Н. Виды доверия и их оценка. Науковий вісник Ужгородського університету університету. Серія Економіка, випуск 2. Збірник наукових праць. –Ужгород, 2016, с.148-152.

6. Кубиний Н. Ю., Пулянович О.В., Косовилка Т.И. Институализация инновационных стратегий: ретроспективный бекграунд. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка.* 2017. Вип. 2. (50). С. 83-86.

7. Лобко О.Б. Роль економічної культури в інституційному перетворенні економічних відносин. *ВІСНИК Полтавської державної аграрної академії.* 2010. №3. С.195-198.

Варга В. П.

магістрант

ДвНЗ «Ужгородський національний університет»

МОТИВАЦІЯ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Сьогодні, в складних економічних умовах в нашій країні, в часи економічної глобалізації, збільшення конкурентоспроможності та посилення доступності національних ринків для ефективної діяльності суб'єкта господарювання вагомий вплив відіграє саме управління персоналом. Тільки кваліфікований персонал забезпечить стабільний розвиток та ефективне функціонування підприємства. Якісне кадрове забезпечення, професійне зростання та відповідальне відношення до роботи можливо досягнути, якщо персонал буде відчувати хорошу мотивацію.

Термін мотив представляє собою спонукальну причину дій, вчинків і походить від латинського "рухаю". Кожний, хто хоче зрозуміти дії іншої людини, чи знати, що треба зробити, щоб заставити іншу людину діяти, починає з пошуків причин цих дій, тобто мотивів поведінки. Дослідження доказують, що поведінка людини звичайно визначається одночасною наявністю декількох мотивів [3, с.103].

Мотивація працівників на підприємстві є актуальним питанням. Адже розуміння того, що саме спонукає працівника до ефективної роботи, нададуть змогу використовувати дієву систему управління персоналом, тому ця тема розглядається вченими різносторонньо й висвітлена у багатьох наукових працях вітчизняних науковців: Д. Гончаров, А. Климчук, Н. Кубиній, А. Михайлов, І. Рядинська, Ф. Урманов

Процес мотивації в значній мірі визначається потребами, що його ініціюють. Якщо потреби індивідів збігаються із потребами підприємства,

працівники будуть вкладати свої зусилля заради власного задоволення, що забезпечить зростання продуктивності праці, зниження собівартості та високу якість продукції, що у сукупності призведе до збільшення розміру прибутку, забезпечення конкурентних позицій підприємства на ринку [1, с.222]

Сутність поняття «мотивація» науковцями інтерпретується по-різному.

А. Климчук, А. Михайлов розглядають, як процес стимулювання самого себе або інших на діяльність, основною метою якої є досягнення індивідуальних та загальних цілей підприємства [1, с.222]. .

Зокрема І. Рядинська, Д. Гончаров подають мотивацію, як складний процес, ефективність якого оцінюється за результатами оцінюється за результатами діяльності підприємства [3, с.87].

Автор Ф. Урманов вважає, що мотивація – це сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників, які забезпечують процес спонукання працівника до діяльності, спрямованої на досягнення особистих і колективних цілей[4, с.99].

Отже, дефініція «мотивація» формулюється, як складний процес стимулювання працівників, сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників, які забезпечують спонукання, результатом яких є досягнення загальних цілей.

І. Рядинська, та Д. Гончаров вважають, що сновні завдання мотивації:

- формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці;
- навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутріфірмового спілкування;
- формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації[3, с.87].

Стабільний економічний розвиток підприємства, швидку адаптацію до кон'юктури ринку може забезпечити мотивований працівник. Тому управлінню персоналом відіграє важливу роль, скільки працівники, які прагнуть до самореалізації, осмислюють сутність діяльності своєї, а також намагаються покращити ефективність функціонування суб'єкта господарювання забезпечать успіх в діяльності будь-якої організації.

Зокрема Ф. Урманов говорить про те, що на підприємстві впроваджена система мотивації працівників управлінського складу, яка включає в себе як матеріальні так і нематеріальні форми. Складовими матеріальної мотивації виступають заробітна плата та премії за результати роботи [4, с.100], а для нематеріальної мотивації використовуються такі заходи як: особиста усна чи письмова подяка керівника за успіхи в роботі; привітання працівників з днем народження; скорочений робочий день по п'ятницях із збереженням заробітної плати; проведення навчальних тренінгів за рахунок компанії; корпоративні сімейні вечірки і відзначення певних дат та ін. [там же].

Висновок. Питання мотивації нині є актуальним, адже відіграє важливу роль і надає конкурентоспроможності суб'єкту господарюванню. Розвиток вітчизняної економіки та брак досвіду національних підприємств заохочує до застосування різних форм та методів мотивації із запозиченням закордонного

досвіду. Адже персонал – це потенціал, який може безперестанно розвиватись та вдосконалюватись. Але потрібно враховувати й те, що мотивація для одних, не буде мотивацією для інших й не призведе до очікуваних результатів. Тому необхідно впроваджувати різні комбінаційні методи мотивації для необхідного результату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Климчук А. О., Михайлов А. М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності / Климчук А. О., Михайлов А. М // Маркетинг і менеджмент інновацій. Випуск № 1, 2018р. С.218-234.
2. Кубіній Н. Ю. Мотивація як фактор стратегічного управління /Н. Ю. Кубіній, М. В. Баранчикова, В. І. Дідик, В. В. Кубіній // Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки. 2008р. С.103-104.
3. Рядинська І. А., Гончаров О. Д. Мотивація працівників підприємств в сучасних умовах господарської діяльності / І. А. Рядинська, О. Д. Гончаров // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка». Випуск № 18, 2018р. С.83-92
4. Урманов Ф. Ш. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці / Ф. Ш. Урманов, А. А. Касімова // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. Випуск № 4 (82), 2017р. С.98-102.

СЕКЦІЯ 4 ВПЛИВ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

Терещенко Д.А.,
к. держ. упр., доц.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК НОВІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації національних економік і реалізації заходів, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) ключовим фактором соціально-економічного зростання будь-якої країни є формування високорозвиненого та конкурентоспроможного людського капіталу. Цілі сталого розвитку є невід'ємною частиною Порядку денного до 2030 року, що є офіційною декларацією, прийнятою членами ООН і є глобальним планом дій для досягнення стійкості у всіх країнах. Уряд України, поряд з урядами багатьох інших держав, узяв на себе зобов'язання щодо реалізації ЦСР із огляду на національні особливості, можливості й рівні розвитку, враховуючи національні стратегії та пріоритети. Серед 17 визначених ЦСР, до цілей, спрямованих на формування та розвиток людського капіталу, належать такі: ціль 3 – «Міцне здоров'я і благополуччя», ціль 4 – «Якісна освіта» та ціль 8 – «Гідна праця та економічне зростання». Дотичними до окресленої проблеми також є цілі, які передбачають підвищення базових стандартів життя, досягнення соціальної рівності та сприяння справедливому соціальному розвитку: ціль 1 – «Подолання бідності» і ціль 10 – «Скорочення нерівності».

Одним із пріоритетних напрямів розвитку людського капіталу відповідно до ЦСР є запровадження соціальних інновацій, оскільки вони визначають рівень освіти, охорони здоров'я, мотивації до праці, мобільності та саморозвитку. Ідея соціальних інновацій займає сьогодні одне з провідних місць у політиці розвинутих країн, водночас в Україні вона лише починає отримувати розповсюдження та асоціюється з такими поняттями, як державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво. «Соціальні інновації на макрорівні – це, перш за все, зміни в соціальній сфері, які започатковуються на основі наукових знань, спрямовані на поліпшення якості життя населення країни та мають високу залежність від групових і особистих якостей користувачів, а соціальні інновації на мікрорівні – це загальний процес планомірного поліпшення соціогуманітарної сфери підприємства, спрямований на розширення можливостей на ринку робочої сили, мобілізацію персоналу підприємства на досягнення поставлених стратегічних цілей, що, у свою чергу, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань підприємства перед співробітниками і суспільством у цілому [1]».

До соціальних інновацій належать нові стратегії, концепції, ідеї та організації, що задовольняють різні типи соціальних потреб, - від умов праці і освіти до розвитку громад та охорони здоров'я. Науковці виділяють різні види соціальних інновацій, які безпосередньо впливають на формування людського капіталу (табл. 1).

Таблиця 1 Систематизація видів соціальних інновацій у формуванні та використанні людського капіталу [2, с.33]

Класифікаційна ознака	Види соціальних інновацій
Залежно від сфери формування, використання та розвитку людського капіталу	У сфері зайнятості (з виокремленням нестандартних форм зайнятості); в освіті; у професійному розвитку; у соціальному управлінні; в охороні здоров'я; у культурі; у вихованні; у спорті; у сфері побуту та житла; у сфері відпочинку; у соціальному захисті; соціальному забезпеченні (зокрема з виокремленням інновацій у наданні геріатричної допомоги населенню, у наданні соціальної допомоги матерям з малими дітьми, особам з обмеженими можливостями тощо)
За характером змін	Радикальні, системні, «модифікації», «вдосконалення»
За формою	Соціальні реформи, проекти, програми, послуги
За наслідками	Позитивні соціальні інновації, негативні соціальні інновації
За темпами впровадження	Повільні, уповільнені, швидкі, наростаючі, рівномірні, стрибкоподібні
За фазами відтворення людського капіталу	Інновації на окремих фазах відтворення ЛК: формування, розподілу, використання (реалізації) ЛК
За етапами розвитку людського капіталу	Соціальні інновації на етапах формування, використання, відтворення, розвитку та нагромадження ЛК
За ступенем інтенсивності	Інтенсивні, рівномірні, слабкі, масові інновації
За масштабами застосування	1) масштабні, значні, середні, малі; 2) транснаціональні, національні, регіональні, локальні
За економічним рівнем	Інновації на мега-, макро-, мезо-, макрорівні, рівні працівника
За ефективністю	Ефективні, малоефективні, неефективні
За видами кінцевого ефекту для людського капіталу	Інновації, що супроводжуються соціальним, економічним, екологічним, моральним, а також інтегрованим ефектом для розвитку та використання людського капіталу

На основі аналізу досліджень з проблематики соціальних інновацій [1; 2] можна визначити три основних підходи до їх розгляду: як результату процесу (діяльності), що набув широкого застосування і слугує підставою для значущих соціальних змін (наприклад, нововведення в соціальній політиці держави, спрямовані на розвиток сфер освіти, охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту та ін.); як методу досягнення соціального результату (наприклад, розвитку бізнесу шляхом соціального підприємництва); як механізму управління і моделі взаємодії (наприклад, вдосконалення систем навчання та адаптації персоналу в організації; поліпшення соціальних умов життя працівників, умов безпеки та гігієни праці; розробка технологій управління організацією поведінки працівників; формування умов для розвитку креативного мислення персоналу організації; вдосконалення і створення методів управління та лідерства тощо).

В даному дослідженні термін «соціальні інновації» пропонуємо розуміти як комплекс ініціатив, нововведень, нових послуг в сферах формування та розвитку людського капіталу (освіти, охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту та ін.) з метою управління змінами, спрямованими на вирішення суперечностей, які виникають в умовах неоднорідного та нестабільного суспільного розвитку, співіснування різних аксіологічних систем, посилення процесів соціальної мобільності. Об'єктом соціальних інновацій є людина, її відносини з суспільством, державою, його інтереси, цінності, потреби. До суб'єктів соціальних інновацій належать: інвестори (органи державного управління, органи місцевого самоврядування, комерційні і некомерційні організації, окремі домашні господарства), споживачі (людина, суспільство); особи, які здійснюють соціальні проекти (соціальні партнери, інноватори - окремі суб'єкти господарювання в різних сферах формування, використання й розвитку людського капіталу). Можливими джерелами ресурсів для реалізації соціальних інновацій і підвищення ефективності соціально-інноваційної діяльності можуть бути: 1) бюджетні кошти; 2) зовнішні і внутрішні позики суб'єкта України, державні позики шляхом випуску цінних паперів, кошти від реалізації яких будуть спрямовані на фінансування соціальних інновацій; 3) непряме фінансування – створення умов для фінансування соціальних інновацій зацікавленими в їхніх результатах інвесторами на комерційних засадах.

Отже, соціальні інновації є нововведеннями, що мають упроваджуватися для вирішення протиріч, що виникають у соціальній сфері. Соціальні інновації можуть бути як ініційованими державою і цілеспрямовано впроваджуватися в суспільство, так і внутрішніми змінами, що виникають у процесі соціальної самоорганізації. Соціальні інновації як нові методи розвитку людського капіталу відповідно до ЦСР суспільства вимагають постійної уваги з боку держави, що, в свою чергу, передбачає: створення стимулів для здійснення інноваційної діяльності в соціальній сфері бізнес-структурами, некомерційними організаціями та суспільством; вдосконалення механізму державно-приватного

партнерства, законодавчої бази про соціальне підприємництво; фінансового забезпечення розробки і інтеграції соціальних інновацій; посилення ролі громадянського суспільства в розробці соціально значущих проектів в сферах формування і розвитку людського капіталу; використання механізму державного соціального замовлення з метою реалізації регіональних програм і проектів, спрямованих на задоволення соціальних потреб громадян шляхом бюджетного фінансування; впровадження нових форм і норм взаємодії між різними соціальними групами, як у правовому, так і економічному, організаційному, інтелектуальному і духовному аспектах.

Таким чином, формування і розвиток людського капіталу безпосередньо залежить від мобільності впровадження соціальних інновацій. Реалізація запропонованих заходів може стати стимулом до розвитку соціального підприємництва та використання потенціалу соціальних інновацій для забезпечення розвитку людського капіталу з метою досягнення Цілей сталого розвитку. Саме пріоритет соціальних інновацій на відміну від традиційного економіко-технологічного підходу спроможний забезпечити тісну взаємодію соціальних інноваційних процесів і змін в економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Федулова Л.І. Соціальні інновації в системі соціально-економічних відносин. URL: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf.

2 Семикіна А. В. Людський капітал: підвищення конкурентоспроможності на основі соціальних інновацій: монографія. Одеса: «Атлант» ВОИ СОІУ, 2018. 272с.

Бутенко О. П.

канд.екон.наук, доцент

Коробко К. П.

студентка

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ФУНКЦІЇ ТА ЗАВДАННЯ СІМ'Ї ЯК ОСНОВНОГО ЕЛЕМЕНТА СУСПІЛЬСТВА

Сім'я відіграє вирішальну роль у соціалізації будь-якої людини та є основним елементом суспільства, тому фахівцям із соціальної роботи важливо більше уваги приділяти середовищам, у яких розвивається та росте дитина. Згідно з законом України «Про соціальну роботу з сім'єю, дітьми та молоддю», сутністю поняття соціальної роботи є управління системою соціальної роботи з сім'ями, дітьми та молоддю, спрямоване на реалізацію її завдань та пошук оптимальних шляхів їх вирішення [1]. Наразі в Україні спостерігається підвищення уваги до соціальної підтримки сімей з дітьми. Так,

за заявою заступника Міністра соціальної політики України Лариси Попової можна зазначити такі зміни [2]:

- загальний розмір допомоги при народженні (усиновленні) дитини становить 41 280 гривень (у доларовому еквіваленті на січень 2019 посилення - 1 474 долари США);

- із метою забезпечення соціального захисту сімей з дітьми та підтримки розвитку відповідального батьківства Урядом України введено з 1 вересня 2018 надання батькам при народженні дитини одноразової натуральної допомоги «Babybox»;

- з 1 січня 2019 вводиться програма допомоги батькам по догляду за дитиною до трьох років «Муніципальна няня»;

- для сімей з дітьми, які потребують додаткової підтримки на принципах адресності введена програма надання соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям.

У дослідженні пропонується розглянути сутність поняття «сім'я» та її функції. Відповідно до сімейного кодексу України, сім'я або родина є соціальною групою, яка складається з осіб, які зазвичай перебувають у шлюбі, їхніх дітей (власних або прийомних) та інших осіб, поєднаних родинними зв'язками з подружжям, кровних родичів, і здійснює свою життєдіяльність на основі спільного економічного, побутового, морально-психологічного укладу, взаємної відповідальності та виховання дітей[3].

Підлісний М. М., визначає, що сім'я, як певний маленький інститут, має свої завдання та виконує певні функції. За його поясненням, завданнями є мета, яку ставлять перед собою. Сім'я виконує два завдання: народження та соціалізація. А функцією є те, що необхідно для досягнення мети та її реалізації. До функції сім'ї відносять спосіб прояву активності, життєдіяльності сім'ї та її членів, спрямованої на досягненні основних потреб суспільства та індивідів. Своєю чергою, функції поділяються на такі чотири категорії[4]:

- перша та найголовніша функція ебіопсихічна. До неї можна віднести функцію народження та сексуальну функцію;

- другою є економічна функція, яка складається з матеріально-економічної складової, виробничої, споживчої, господарчої, опікунської тощо;

- третьою є функція соціально-статутна. Мається на увазі надання певного статусу або знаходження місця сім'ї в суспільстві.

- четвертою функцією є соціальна психологічна, яка утворюється через соціалізацію сім'ї та її культурні цінності.

За думкою В. П. Андрущенко та М. І. Горлач, оскільки сім'я взаємодіє з суспільством та з окремими особами (наприклад: члени сім'ї), тому ті функції, що вона виконує стосовно суспільства є суспільними та пов'язані із потребою в інституті сім'ї, а функції, які виконуються із окремими членами сім'ї називаються індивідуальними, своєю чергою, вони стосуються лише конкретної особи, яка належить до сімейної групи. Також, за їх дослідженням, найважливішою функцією сім'ї, яка більшою мірою характеризує сім'ю як

соціальний інститут і є в усіх суспільних відносинах є репродуктивна функція, яка полягає у відтворенні населення, тобто дітонородженні та духовно-моральному відтворенні людини в сім'ї. Вона має соціальний характер, бо не обмежується лише біологічним розмноженням, а передбачає відтворення людини, яка б відповідала сучасному рівню суспільства.

Другою важливою функцією, яка пов'язана з репродуктивною функцією є функція соціалізації або освітньо-виховна, яка полягає у відтворенні соціально-культурних цінностей, таких як знання, цінностей, норм та моралі. Реалізація цієї функції відбувається через надання певних знань, формування певних норм поведінки, моралі, фізичних якостей, звичок, навичок та цінностей.

Наступна функція є психотерапевтична, тобто емоційні контакти, які виражаються у підтримці, психологічному захисті, симпатії та повазі.

Найголовнішим для розвитку будь-якої дитини є сімейне виховання – це засіб первинної соціалізації особи, тобто залучення її до складних соціальних зв'язків і взаємодій суспільного життя. Завдяки сімейному вихованню дитина стає особистістю, набуває потрібних навичок для свого самостійного життя, які потім реалізовує в суспільстві[5].

Автори вважають, що реформування системи надання соціальних послуг населенню повинен орієнтуватися на розв'язання проблем сім'ї через її високу роль у формуванні соціуму країни, особливо через те, що для нашої країни низка цих проблем розширюється через складні політичні та економічні умови сьогодення. Так, за даними статистики коло чинників, що спричиняють складні життєві обставини (СЖО) наразі розширилось через збільшення кількості сімей, які втратили батьків внаслідок бойових дій, а також погіршення економічних умов сімей, які втратили роботу через карантинні умови спричинені COVID-19.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верховна Рада України. Сімейний кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 2002. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2947-14>.

2. Керівництво Мінсоцполітики взяло участь у Міжнародній конференції «Універсальні грошові виплати та виплати сім'ям з дітьми». *Міністерство соціальної політики України*: веб-сайт. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/16674.html>.

3. Закон України "Про соціальну роботу з сім'єю, дітьми та молоддю" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2558-14>

4. Підлісний М. М. Соціологія сім'ї. Матеріали до лекцій з курсу "Соціологія" [Електронний ресурс]. Львів,. – 1995. – Режим доступу до ресурсу: http://library.iapm.edu.ua/metod_disc/pdf/1913.pdf.

5. Андриющенко В. П., М. І. Горлач. "Соціологія" [Електронний ресурс] / – 1998. – Режим доступу до ресурсу: <http://librarium.mywebcommunity.org/.html>.

Мельникович В. М.

к.юр.н., слухач

Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президенті України, м. Львів

Лесик І. І.

аспірант спеціальності «Менеджмент»

Львівського державного університету внутрішніх справ, м. Львів

Науковий керівник: д.е.н., проф. Живко З.Б.

СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Імідж - це зовнішня форма будь-якого об'єкта чи явища або уявлення про них, яке цілеспрямовано, свідомо формується в масовій свідомості за допомогою певних методів. Імідж - цілісний уявний набір елементів. Досліджуючи природу іміджу, науковці підкреслюють його об'єктивну зумовленість, що ґрунтується на певних властивостях масової свідомості, а саме впливі на неї соціальних стереотипів [1].

Створення іміджу органу публічного адміністрування – питання стратегічного планування його діяльності. Зокрема, в наукових дослідженнях М. Пашкевича, О. Фінагіної проведено аналіз новітніх методів та сучасних методик формування іміджу територій як інструментів активізації ділової діяльності, стимулювання інвестицій та інновацій державного управління на рівні регіону, а також запропоновано ключові засади, на які впливає імідж регіону як мотиваційний фактор [2, с. 74–78].

Т. Федорів проаналізувала основні концепти іміджу та репутації у сфері державного управління, охарактеризувала головні чинники, що впливають на формування іміджу і репутації органів державної влади, запропоувала практичні підходи до іміджевого та репутаційного менеджменту у сфері державного управління [3].

А. Сурай запропонував методик оцінювання рівня розвитку ділового середовища країн світу в глобальному та регіональному рівнях, спираючись на індекси міжнародних аналітичних організацій [4, с. 67–80].

Н. Щербак дослідила питання формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування, визначено нові підходи й інструменти щодо формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування як одного з пріоритетних напрямів упровадження нової корпоративної культури й модернізації публічного управління в Україні та багато інших [5, с. 94–99].

Формування позитивного іміджу центральних органів влади посідає важливе місце в системі державних пріоритетів. Для цього існують об'єктивні причини:

1) бурхливий розвиток інформаційно-комунікативних технологій, які гранично розширили межі іміджевого впливу державного апарату;

2) чітке усвідомлення органами державної влади тієї важливої ролі, яку відіграє зважена іміджева політика в забезпеченні ефективності державної політики та реалізації національного інтересу [6, с. 6].

Проблема позитивного іміджу органів влади особливо гостро постає в переломні моменти розвитку суспільства, коли зростає тиск зовнішніх обставин, а внутрішні незгоди розхитують самі основи державної влади та всієї системи управління.

Імідж повинен бути чітко структурованим, керованим, розроблятися та реалізовуватися за відповідною схемою залежно від обставин. Важливою складовою ефективного іміджу органів державної влади є рівень довіри до них з боку громадськості, харизма керівників органів влади, здатність нести відповідальність за прийняті рішення, внутрішня й зовнішня складові процесу позиціонування органів влади, здатність до презентації своєї діяльності, особистісний фактор, розвинені комунікативні здібності тощо.

Основоположними чинниками формування позитивного іміджу органів державної влади має стати професіоналізм її представників і модель двосторонньої комунікації між владою та народом на основі чесності й відкритості.

Позитивних характеристик іміджу органів державної влади може надати їх «презентація» суспільству як компетентних структур, укомплектованих професіоналами, людьми знаючими, «інноваційно» мислячими, такими, що мають досвід практичної ефективної діяльності у сферах, пов'язаних або близьких до того чи іншого органу влади [7].

Формування позитивного іміджу органу державної влади можна розглядати з урахуванням двох паралельних процесів: стихійного виникнення в суспільній свідомості образу влади та цілеспрямованого його формування з урахуванням потреб і запитів об'єкта вказаного процесу. Якщо не працювати цілеспрямовано над створенням позитивного іміджу, образ, сформований в уяві громадян, може виявитися таким, що не відповідає реальному стану справ та має небажані відхилення від реальності. Все це може позначитися на ставленні громадян до влади, поглиблювати існуючі суперечності та викликати недовіру до органів державної влади й органів місцевого самоврядування [8].

Цікаво, що паблік рилейшнз як наука впливає з необхідності боротися з негативним іміджем (формування негативного іміджу - пізнішт завдання) [9]. Специфіка PR передбачає цілеспрямоване формування і корекцію іміджу за допомогою модифікації сприйняття і моделі поведінки соціального суб'єкта. PR як популярна комунікативна діяльність має широкий спектр використання, зокрема: (1) проведення корекції або виправлення ситуації, що склалася, за

допомогою PR-заходів, якщо події розвиваються незаплановано або стихійно; (2) концентрація уваги тих, хто повинен сприймати інформацію, на тій події, яку вирішено позиціонувати як найважливішу; (3) вироблення певного іміджу, який демонструється методами PR із метою укорінення в масовій свідомості; (4) інтенсивне використання безпосередніх контактів через засоби масової інформації; (5) включення в культурну сферу життєдіяльності людей [10].

Слід врахувати, що окрім PR використовуються й інші види діяльності, прямим або непрямим результатом яких є вплив на формування іміджу відповідного об'єкта у свідомості людей: реклама, пропаганда, прес-посередництво, просування тощо.

Отже, імідж органу державної влади є складним багатограним явищем з великою кількістю властивих ознак та структурних елементів. Кожний з елементів являє собою сукупність іміджевої діяльності та іміджевих характеристик, які перебувають у співвідношенні між собою та є взаємопов'язаними. Найважливішим завданням іміджу органу державної влади є вплив на ставлення громадян до державного управління, підвищення рівня довіри до них і, як наслідок, на підтримку їх дій. Залежно від шляхів формування і поширення імідж органів державної влади він може бути цілеспрямованим та стихійним. Процес його формування тісно пов'язаний з рівнем розвитку зв'язків з громадськістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василевська Т. Е. Моральні аспекти діяльності державного службовця у контексті становлення громадянського суспільства . *Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні*. Т. 2. Київ, 2001. С. 413-415.
2. Пашкевич М. С., Фінагіна О. В. Формування позитивного іміджу територій як базис розвитку ділового середовища регіонів України. *Вісник Бердянського ун-ту менеджменту і бізнесу*. № 4 (40), 2017. С. 74-78.
3. Федорів Т. В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація» у державному управлінні. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf>
4. Сурай А. С. Оцінювання рівня розвитку ділового середовища: глобальний та регіональний аспекти. Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного ун-ту. Серія «Економічні науки». Вип. 42. Ч. 2, 2016. С. 67-80.
5. Щербак Н. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування в умовах модернізації публічного управління в Україні . *Право та державне управління*. № 1, 2016. С. 94-99.
6. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. К.: Альтерпрес, 2011. 316 с.
7. Могильний С. А. Інноваційні технології формування позитивного іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування. *Актуальні проблеми державного управління*. № 2, 2011. С. 340-347. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2011_2_48.

8. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аналіз. *Інвестиції: практика та досвід*. № 14, 2016. С.70-74. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2016_14_16.

9. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. К. : ИМСО МО Украины ; НВФ «Студцентр», 1998. С.156.

10. Драгомирецька Н. Аналіз позицій PR стосовно формування її моделі в комунікативній діяльності державного службовця. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. пр. Вип. 2. К. : НАДУ, 2004. С. 180.

Хім М.К.

*асистент кафедри адміністративного і фінансового менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка»*

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ «ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ» ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ, ЯК ОДИН ІЗ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЇХНЬОГО ПРОФЕСІЙНОГО ТА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ

Ефективність роботи державних службовців - це характеристика успішності їхньої професійної діяльності з точки зору рівня досягнення запланованого результату та бажаного соціального ефекту, а також це співвідношення досягнутих результатів діяльності з ресурсами, витраченими на її здійснення.

Оцінка ефективності діяльності державних службовців - це «процес зіставлення результатів діяльності, досягнутих державними службовцями, з нормативно встановленими результатами» [1, с. 1 350].

В даний час найбільш поширеним є підхід, при якому на рівні органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування використовуються інтегральні показники результативності та ефективності, що відображають основні соціальні та економічні параметри їхньої діяльності, які потім поділяються на рівні структурних підрозділів, і, нарешті, доходять до рівня окремих службовців. Методів декомпозиції і способів побудови систем показників результативності існує досить багато, проте, найбільшу популярність здобули принципи побудови «збалансованої системи показників» (Balanced Scorecard - BSC) і визначення «ключових показників результативності» (Key Performance Indicators - KPI).

Якщо в системі BSC більше уваги приділяється взаємозв'язку окремих показників результативності між собою з метою максимізації оцінки їх сукупного впливу на кінцевий ефект, то система KPI побудована на виборі найбільш важливих показників результативності, котрі максимально характеризують кінцевий результат [2].

Існує два підходи до розробки КРІ для організацій, підрозділів та співробітників - процесний і функціональний.

1. Процесний підхід - описує і формулює процеси в організації. При цьому процеси формуються в загальному вигляді як цілі-наміри без прив'язки до певних показників, термінів та нормативів.

2. Функціональний підхід - відповідно до структури організації будуються основні напрямки діяльності для кожного держслужбовця організації в залежності від посади. У кожній посаді є свої службові функції, які співробітник повинен виконувати. Для будь-яких службових функцій можна розробити певні показники, що дозволяють оцінити ступінь їх виконання із застосуванням КРІ. Цілі в організації передаються «зверху вниз» на рівні підрозділів і співробітників

Для того, щоб не було відхилень від стратегічної мети організації створюється збалансований набір показників для організації, котрий передається підрозділам і держслужбовцям. Такі показники зручно групувати на якісні, кількісні та командні, індивідуальні [3, с. 44].

Перед тим, як розробити КРІ для співробітника, необхідно поставити завдання, які співробітник протягом певного часу повинен виконати. Коли завдання поставлені, то після закінчення цього часу (місяця, кварталу) через поставлені цілі і результат оцінюється робота, виконана співробітником.

Потім для кожного показника розраховується індекс КРІ, що показує у відсотках, яких результатів домогся співробітник - різниця між нормою і метою. Якщо індекс КРІ вище 100%, тобто вище норми, то це означає, що завдання перевиконано. Якщо індекс КРІ нижче 100%, норма не виконана. Але це також буде залежати від встановленого індексу КРІ, так як норма (поріг) може розраховуватися від 70 до 100%.

Виходячи з проведеного аналізу теоретичних основ систем оцінки ефективності роботи державних службовців, а також досвіду впровадження в зарубіжних країнах, при розробці систем оцінки ефективності і, як наслідок, інструментарію мотивації і стимулювання рекомендується ґрунтуватися на таких положеннях:

1. З метою підвищення об'єктивності процесу оцінки, розробка ключових показників повинна здійснюватися на основі врахування думок державних службовців, а також спиратися на нормативно-правову базу. Даний підхід дозволить врахувати чинні нормативні правові акти і визначити найбільш значущі (з точки зору представника роботодавця, керівника структурного підрозділу чи самого державного службовця) напрямки діяльності, включені в посадові обов'язки.

2. З метою підвищення прозорості застосовуваної системи нарахування стимулюючих виплат по досягненню КРІ необхідно проводити роз'яснювальну роботу серед персоналу.

3. Індивідуальна або групова (наприклад, відділу, управління, департаменту) ефективність повинна корелюватися з ефективністю організації.

4. З метою комплексного обчислення ключових показників вимірювання ефективності роботи державних службовців з визначенням розміру виплати їхньої грошової винагороди необхідно передбачити (за потребою з урахуванням специфіки діяльності органу державної влади та специфіки структурного підрозділу) розробку індикатора (-ів), пов'язаних з результатом (ами) ефективного виконання разових та інших доручень.

5. При визначенні критеріїв оцінки ефективності державних службовців в сфері освіти, культури і охорони здоров'я необхідно керуватися методичними рекомендаціями та вказівками відповідних міністерств.

В процесі роботи державного службовця для кожної поставленої цілі повинні бути встановлені кількісні або якісні показники ефективності і результативності.

З метою забезпечення досягнення ключових цілей діяльності число показників ефективності та результативності повинно бути обмеженим.

Для оцінки ефективності роботи керівника державного органу рекомендується встановлювати не більше, ніж 25 показників ефективності та результативності, керівників структурних підрозділів – не більше 10 показників ефективності та результативності, інших державних службовців - не більше 5 показників. Очевидно, що конкретні критерії оцінки повинні розроблятися для кожного рангу державних службовців зокрема.

Питання про методи оцінки вирішується в залежності від того, в яких цілях здійснюється оцінка ефективності роботи державних службовців.

Для підвищення об'єктивності даних рекомендується використовувати кілька методів одночасно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Витко Т. Ю. Службова кар'єра державних службовців в Україні : навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : ІФОЦППК, 2016. 56 с.

2. Bird S. M. Performance indicators: good, bad, and ugly. *Journal of the Royal Statistical Society*. 2005. N 8. P. 12–18.

3. Оболенський О. Ю. Державна служба : навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 344 с.

Савченко Д.О.

магістр

Вишневська М.К.

канд. техн. наук, доцент

Національна металургійна академія України

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ТА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ЗАСАД В ПУБЛІЧНОМУ АДМІНІСТРУВАННІ

Революційні події українського національного державотворення й ті проблеми, що їх спонукали, актуалізують процес пошуку вітчизняною

гуманітарною наукою нових форм і механізмів здійснення державного управління, адекватних вимогам демократії та громадянського суспільства, що розвивається. Ефективним підґрунтям подальших теоретичних розробок у даному напрямку може стати усвідомлення державного управління як соціальноціннісного феномену, органічно притаманного еволюції суспільства; виявлення характерних ознак, принципів і ціннісних орієнтацій управлінських систем у сучасному державно-організованому соціумі [6]. В Україні демократія отримує досить специфічного забарвлення, зациклюючись лише на інституційному вимірі державотворення, а суспільство прагне якомога швидше досягнути нову ідентичність, при чому акцент тут змістився в бік формального облаштування, залишаючи позаду ціннісні виміри. Попередні цінності, які замикалися навколо соціалістичної концепції розвитку суспільства, були затавровані й відкинуті. Утворився вакуум, в якому суспільство переживає стару ідентичність, а нова держава “демократизується”, спираючись через таке духовне спустошення на синтез незнаного нового із старим і знайомим. Українське суспільство починає втомлюватися від експериментів діяльності влади, тому на першочергове розв’язання нагальної проблеми виходить проведення аналізу існуючих підходів публічного управління та вибір того, який би краще відтворював процес українського державотворення та перенесення його на існуючі державні інститути з метою їх удосконалення через становлення публічного управління в Україні [7].

Таким чином, концепція публічного управління повинна ґрунтуватися на реальних демократичних цінностях правової держави, запровадженні нової ідеології, у якій пріоритетним є реалізація прав і свобод громадян у спільній діяльності з державними інститутами. Сучасна публічна служба має відповідати потребам часу, спиратися на європейські стандарти, забезпечувати надання доступних і якісних публічних послуг громадянам, а значить – бути професійною, інноваційною, високоефективною, етичною та стабільною [2].

Найбільша цінність публічної служби – людина – публічний службовець, який в непрості часи відстоювання незалежності, кризи ціннісно-світоглядних засад має бути не просто “агентом змін”, а й носієм певних цінностей, що допоможуть у досягненні мети. Від ціннісних орієнтирів, моральності, рівня культури, освіченості, професіоналізму публічних службовців залежить результат функціонування інститутів держави. Тому, на сучасному етапі державотворення, актуалізація уваги до питання формування ціннісної основи (системи цінностей) діяльності публічних службовців не викликає сумніву. Не викликає сумніву, що лише етична публічна служба здатна здійснювати ефективне управління й досягти поваги, підтримки, розуміння і партнерства в досягненні визначних цілей. Основною цінністю визнана людина, адже всі зміни, реформи заради людей. Розвиток громади; професіоналізм; законність; патріотизм; єдність бачення, неупередженість; прозорість діяльності, підзвітність, відкритість; пріоритетність інтересів громади; партнерство; спадкоємність. Оптимізація системи публічного управління в Україні на

засадах і принципах прав людини та правозахисних підходах може бути найбільш конструктивним та результативним шляхом досягнення поставлених цілей вже у найближчій перспективі.

Вважають, що комунікація виконує функцію життєзабезпечення як у суспільстві у цілому, так і в окремих його складових – суспільних організаціях, спілнотах, інститутах. Важливим різновидом соціальних комунікацій є комунікації в публічному управлінні, під якими розуміється процес обміну інформацією органів державної влади й органів місцевого самоврядування між різними інституціями суспільства [4, с.273]. Комунікація вважається однією із загальних функцій, реалізація якої покладена в основу управлінської діяльності на будь-якому рівні та у будь-якій галузі. Вона є пов'язуючою функцією в процесі публічного управління, що полягає у обміні інформацією між учасниками управлінських відносин [5, с.45]. З цього погляду важливе значення має закономірність комунікативності. Вона передбачає, що соціальна система, зокрема держава або будь-яка інша організація, не ізольована від навколишнього середовища і пов'язана з ним множиною комунікацій, які слід враховувати в процесах публічного управління.

Підтвердження Європейського курсу розвитку держави зобов'язує Україну впроваджувати невідкладні та послідовні зміни в системі публічного управління, орієнтуючи її на задоволення прав та інтересів громадян, зокрема: шляхом надання якісних адміністративних послуг. Запровадження сучасних підходів в основному полягає в реалізації певних напрямків політики. Яскравим прикладом цього може стати децентралізація влади, що виступає як засіб забезпечення ефективності публічного адміністрування. Для застосування форми децентралізації необхідний комплекс реформ, який не допускав протидії центру і регіонів. При делегуванні спостерігається перерозподіл влади та відповідальності у місцевих органах управління. У світовій практиці цей принцип досить поширений і знайшов своє відображення у Європейській Хартії місцевого самоврядування [1].

Серед основних завдань проведення реформи публічної адміністрації можна виділити наступні: формування стабільної та ефективної організації і діяльності виконавчої влади; організації професійної, політично нейтральної та відкритої публічної цивільної служби; створення системи спроможного місцевого самоврядування; зміцнення статусу громадянина у відносинах з органами публічної адміністрації; гарантування підконтрольності публічної адміністрації політичній владі та суспільству. Проблема якісних змін і відповідного перетворення системи адміністрування нерозривно пов'язана з виробленням механізм узгодження інтересів суб'єктів і об'єктів адміністрування, які повинні отримати основу в законодавстві, в суспільній свідомості та політичній культурі державних службовців, політиків і громадян. Адже, сфера адмінпослуг, є певним індикатором діяльності органів публічної влади, оскільки передбачає постійну взаємодію громадян з цими органами.

Реформування має здійснюватися за такими напрямками: запровадження нової структури публічної влади; розмежування сфер компетенції між органами місцевого самоврядування та органами державної виконавчої влади на регіональному рівні, що має здійснюватися на принципах максимально можливого уникнення спільних повноважень органів публічної влади різних рівнів; розмежування сфер компетенції між органами місцевого самоврядування та органами державної виконавчої влади на субрегіональному рівні; вдосконалення інституту делегованих повноважень; скасування інституту висловлення недовіри головам регіональних державних адміністрацій одночасно зі скасуванням повноважень, які делегуються місцевим державним адміністраціям [3, с.35].

Тому, в наш час, обов'язковою передумовою запровадження сучасних підходів публічного адміністрування, є вивчення зарубіжного досвіду, а саме досвіду країн ЄС, щодо організації публічного адміністрування. Держава або будь-яка інша організація, не ізольована від навколишнього середовища і пов'язана з ним множиною комунікацій, які слід враховувати в процесах публічного управління. Міжнародний досвід державного управління, а зокрема досвід публічного адміністрування, повинен бути предметом постійного і серйозного вивчення та використання для зміцнення інститутів влади нашої країни з урахуванням постійної зміни геополітичної ситуації у світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білозерська Т.О. Реформування публічної адміністрації в Україні як крок до європейської інтеграції. Форум права. 2014. № 4. – http://www.nbu.gov.ua/ejournals/FP/2007-2/07_btodei.pdf
2. Гаман Т.В. Ціннісний аспект діяльності публічних службовців. – <http://academy.gov.ua/infpol/pages/dop/7/files/a9fefa4d-07f3-4ef1-9078-8da9cbfd97e4.pdf>
3. Ганущак Ю.І. Територіальна організація влади. Стан та напрямки змін: монографія. К.: Легальний статус, 2012. 348 с.
4. Ковбасюк Ю.В. Енциклопедія державного управління. – К.: НАДУ, 2011. – Т.8. – 630 с.
5. Кравченко С.О. Теоретичні, організаційні та практичні засади державного управління: навч.-метод. матеріали. – К.: НАДУ, 2015. 52 с.
6. Ціннісні пріоритети державного управління в Україні / В.А. Ребкало, В.М. Козаков, В.А.Шахов – К.: НАДУ, 2007. 48 с.
7. Публічна політика в процесах реформування системи державного управління України / С.О. Телешун, С.В. Ситник, І.В. Рейтерович, О.Г. Пухкал.– К.: НАДУ, 2016. 192 с.

Шебалкова Е.І.

студент

Янченко Н.В.

канд.економ.наук, доц.

Харківського національного університету будівництва та архітектури

ПОХОДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЗЕЛЕНІ ІНВЕСТИЦІЇ»

Основними виробниками електроенергії є атомні та теплові електростанції, що працюють на застарілому обладнанні і викидають в атмосферу шкідливі речовини, кількість яких в 10-30 разів перевищує стандарти ЄС. Теплові електростанції були і залишаються основними забруднювачами повітря в Україні. На галузь припадає майже 80% загальнонаціональних викидів діоксиду сірки та 25% оксиду азоту та вуглецю.[1]

Покращити екологічну ситуацію в Україні та модернізувати існуючі ТЕС можна шляхом використання механізму спільного впровадження, що дозволяє залучати підприємствам іноземні інвестиції в муніципальну, енергетичну та промислову галузі.

Екологічні (зелені) інвестиції – всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у господарську діяльність і спрямовані на зменшення негативної антропогенної дії на навколишнє природне середовище, зниження екодиструктивного впливу процесів виробництва, споживання та утилізації товарів та послуг, збереження, раціональне використання природних ресурсів та покращення природно-ресурсного потенціалу територій, забезпечення екологічної безпеки країни, внаслідок яких досягається екологічний, соціальний та економічний результати[2].

Слід відмітити, що «зелені інвестиції» є загальною і широкою категорією, яку вчені трактують з різних точок зору (філософської, соціальної, технічної, економічної та ін.) та в залежності від об'єкту застосування. Так експерти у роботі «Визначення та оцінка зелених інвестицій» зазначили:

Андрєєва Н.М.: «Зелені інвестиції надають майнові та інтелектуальні цінності для запобігання, контролю, ліквідації забруднення та відновлення навколишнього середовища».

Арестов С.В.: «Зелені інвестиції – це не тільки екологічні інвестиції, а й будь-які інвестиції, спрямовані на розвиток екосистем».

Аніщенко В.О.: «Зелені інвестиції – це інвестиційні фонди для фінансування заходів лише для захисту навколишнього середовища».

Квактун О.О.: «Зелені інвестиції – інвестиції, спрямовані на створення прибуткових активів у виробництві та експлуатації, які, по-перше, зменшують використання природних ресурсів, а по-друге, пом'якшують (або ліквідують) негативний вплив на навколишнє середовище та здоров'я людини».

Всесвітня Асоціація Зеленої Економіки: «Зелені інвестиції – це традиційні інвестиційні інструменти (такі як акції, біржові фонди та взаємні фонди), які

спрямовують на підприємницьку діяльність, що передбачає поліпшення навколишнього середовища».

Отже, «Зелені» інвестиції - це форма міжнародної торгівлі викидами, при якій виручені від реалізації квот кошти спрямовують на подальше скорочення викидів на інших об'єктах екологічної небезпеки. Україна повинна чітко визначати розвиток пріоритетів та вибрати відповідні стратегії інвестиційної діяльності, щоб стимулювати залучення зовнішніх інвестицій в навколишнє середовище та створення сприятливого клімату для вітчизняних інвесторів. Кошти призначаються для реконструкції комунальних систем теплопостачання, систем очищення стічних вод, на підвищення енергоефективності в металургії, цементній, хімічній та інших галузях промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Економічна правда». Зелені інвестиції. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2011/09/22/298638/>

2. Герасименко Я. О. Роль інноваційного потенціалу екологічної освіти і науки у збалансованому розвитку України. *Особистість. Суспільство. Право: зб. наук. ст. та тез наук, повід, за матеріалами міжнар. наук. -практ, конф., присвяч. 10-річчю Полт. юрид. ін-ту, Полтава, 15 березня 2012 р.: у 2 ч. Ч. 1 / редкол.: А. П. Гетьман, О. П. Буцан, О. Р. Дашковська та ін. Х.: Точка, 2012. С. 314.*

3. Зелена економіка. Зелені технології. Зелені інвестиції : матеріали *Міжнар. конф., 6-7 жовт. 2011 р. : зб. тез. Ін-т проблем ринку та екон.- екол. дослідж. НАН України. Одеса, 2011. 319 с*

Андренко О.А.

канд. економ. наук, доц.

Федорчук О. І.

магістр

*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основною метою антикризового управління є своєчасна діагностика кризового стану підприємства та ймовірності банкрутства. Ефективність системи антикризового управління багато в чому залежить від повноти відповідного нормативно-правового забезпечення. В умовах політичної та економічної нестабільності антикризове управління повинно оперативне реагувати на негативні виклики зовнішнього і внутрішнього середовища, оцінювати рівень фінансового стану та платоспроможності підприємства,

діагностувати потенціал виживання підприємства, розробляти і реалізовувати програмні заходи щодо подолання кризових явищ.

Нормативно-правове забезпечення системи антикризового управління підприємством можна уявити в двох рівнях. До нормативно-правових документів першого рівня слід віднести Господарський кодекс України, Кодекс України з процедур банкрутства [1], Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [2], Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями [3], Порядок проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара [4].

До основних документів другої групи слід віднести галузеві положення і методичні рекомендації, внутрішні документи, що регламентують діяльність організаційних структур, які відповідають за антикризове управління.

Однією з головних завдань антикризового управління є своєчасна комплексна оцінка фінансового стану і рівня платоспроможності. Різноманітність існуючих методичних підходів до інтегральної оцінки фінансового стану і рівня кредитоспроможності підприємств вимагають подальшого науково-методичного обґрунтування та розробки єдиного підходу для всіх підприємств галузі. У зв'язку з цим набувають актуальності документи, розроблені Національним банком України і Міністерством фінансів України.

Положення НБУ [3] визначає порядок оцінки банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями. Залежно від значення інтегрального показника кредитоспроможності банк визначає клас підприємства за одним із 9 класів, від якого залежить значення коефіцієнту PD, що відображає ймовірність дефолту підприємства. Для дев'ятого класу ймовірність дефолту становить 99%.

Згідно Порядку [4], висновок про якість фінансового стану підприємства здійснюється на основі присвоєння йому класу згідно з інтерпретацією значень інтегрального показника. Класи за рівнем фінансового стану слід інтерпретувати таким чином:

клас 1 – високий рівень спроможності виконувати зобов'язання та найменша ймовірність дефолту;

клас 2 – достатній рівень спроможності виконувати свої зобов'язання та незначна ймовірність дефолту;

клас 3 – нижче середнього рівня спроможності виконувати зобов'язання;

клас 4 – фінансовий стан є нестабільний і свідчить про наявність ознак неплатоспроможності;

клас 5 – високий рівень ймовірності дефолту.

Запропоновані алгоритми розрахунку інтегральних показників рівня фінансового стану та кредитоспроможності дозволяють уніфікувати процес комплексної оцінки, що дає можливість визначити позицію конкретного підприємства в галузевому рейтингу за результатами інтегральної оцінки. У той же час, на нашу думку, методи обчислення інтегральних показників, які представлені в положеннях, розроблених НБУ і МФУ, недостатньо об'єктивно відображають дійсний фінансовий стан і рівень кредитоспроможності підприємств. Рекомендується додатково розробляти галузеві положення і рекомендації до проведення діагностики кризового стану підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кодекс України з процедур банкрутства / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 19, ст.74. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text>

2. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства / Наказ Міністерства економіки України від 19.01.2006, № 14 (у редакції від 26.10.2010, № 1361. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06#Text>

3. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями / Постанова Правління Нацбанку України № 351 від 30.06.2016 р. (із змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/document/download?docId=62899198>

4. Порядок проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара / Наказ Міністерства фінансів України № 616 від 14.07. 2016 р. (із змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1095-16/stru/page2>

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО	3
СЕКЦІЯ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	5
Amit Kumar Goel GOVERNANCE AND ADMINISTRATION IN THE PUBLIC SPHERE- WITH SPECIAL REFERENCE TO UKRAINE	5
Chornomord Ye. Ye. FINANCING AND ORGANIZATION OF PUBLIC PROCUREMENT IN UKRAINE: PROBLEMS AND DIRECTIONS OF SOLVING	6
Pavlova I.G. PUBLIC ADMINISTRATION IN THE SYSTEM OF REGULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION	9
Soklakov V. A. METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT MODEL	12
Sotnikova A. A. REGULATION OF THE REGION'S INNOVATION POTENTIAL BY IMPROVING THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES	14
Транченко Л.В. СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	16
Штангрет А. М., Штангрет І. А. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: БЕЗПЕКОВІ ЗАСАДИ	19
Штангрет А. М., Фультмес Я. А. БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	21
Верескун М.В., Захаров С.В. ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СИСТЕМНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	24
Маковоз О.С. АЛГОРИТМ ПОСТАНОВКИ КРІ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	26
Завербний А.С., Мицишин О.Л., Завербний С.А. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРУВАННЯ	29

Перерва П.Г., Савченко М.Ю., Ходарєва В.А. МЕТОДОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ ТЕМПОРАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ	31
Меліхов А.А., Гаргала О. В. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	34
Коваленко М. М., Сікало М. В. ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ	37
Орлов М. М. НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ В ПРАКТИЧНІЙ РОБОТІ УПРАВЛІНЦІВ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЇХ НЕДОСТАТНЬОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ	40
Чупир О.М., Бурлака Є.О. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	43
Крамаренко І.С. ВАЖЛИВІСТЬ СТРАТЕГУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ УКРАЇНИ	45
Пушак Я.Я., Островка П.П. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ СКОРИНГУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ	48
Пушак Я.Я., Павлюк Л.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗУВАННЯ	50
Колесник А.О., Перерва П.Г. ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ	52
Серіков А.В. НЕЛІНІЙНА ПРИРОДА СИСТЕМ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР В ПРОЦЕСАХ УПРАВЛІННЯ НИМИ	55
Передерій Т.С. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ЗРОСТАННЯМ ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	58
Тохтамиш Т.О. ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЙСИСТЕМИ ОПЛАТИ ПОСЛУГ З ПАРКУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ	60

Терещук Н.В.	63
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЯМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УКРАЇНІ	
Гетьман О.О., Андрєєва Т.Є.	66
ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР	
Гетьман О.О.	68
ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ТА РИНКОВИЙ ПРИНЦИПИ ГРУПУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР: ВІДМІННОСТІ ТА МОЖЛИВІСТЬ КОМБІНУВАННЯ	
Криворучко Г.В., Масалитіна С.А.	70
ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Долина І.В., Ткачова Н.П., Варга М.Є.	73
ЗМІСТ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	
Пакуліна А.А., Кулімякіна Д.Ю.	77
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	
Шептуха О.М.	80
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	
Круглов В.В.	82
СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА	
Кубіній В.В., Косовілка Т.І., Маргітич В.І.	84
БАЧЕННЯ, МІСЦЯ ТА МЕТА РОЗВИТКУ ЯК ФУНДАМЕНТ УСПІШНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАКАРПАТТЯМ	
Борзенко В.І., Кобелев В.М., Верютіна В.Ю.	87
ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ ТА МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ В СФЕРІ БЕНЧМАРКІНГУ	
Бутенко О.П., Іванова А.О.	90
ВИДИ ЗНИЖОК ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ОБСЯГУ ПРОДАЖІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Курганська М.Г., Мещеряков В.Є.	93
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА	
Опікунова Н. В., Бутенко О. П.	95
СКРИНІНГОВІ РІШЕННЯ В ІННОВАЦІЙНО ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ	

Бутенко О. П., Опікунова Н. В.	97
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Іванець Н.В.	99
УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Калінська О.П.	102
ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ОСВІТНІМ ЗАКЛАДОМ	
Сабліна Н.В.	105
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ	
Пакуліна А.А., Рочева Г.В.	109
ПОДАТКИ – РЕЗУЛЬТАТ ТРИВАЛОГО ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ	
Лапішко М.Л., Олексюк Г.В.	112
БАНКОЦЕНТРИЧНИЙ ХАРАКТЕР ФІНАНСОВИХ КОНГЛОМЕРАТІВ В УКРАЇНІ	
Крамаренко А.В., Вишневська М.К.	116
ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ	
Пелих М.Ю., Вишневська М.К.	117
УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ	
Мельник Ж. Г., Черемило В. В., Рибалко-Рак Л. А.	120
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЗВ'ЯЗУЮЧИ ЕЛЕМЕНТ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА	
Погорелов С.М., Дьякова Н.М., Строк Д.Д.	122
РОЗВИТОК МЕТОДІВ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	
Пономаренко О.О., Лісна І.Ф., Пивавар І.В.	126
ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ, ЯК СКЛАДОВОЇ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ	
Бутенко О. П., Гончарова А. С.	128
ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	
Сичова О.Є.	130
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУРИНКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА	
Янченко Н.В., Татаренко А.А.	132
ПІДБІР ПЕРСОНАЛУ	

Пакуліна А.А., Татаренко А.А.	135
КОНТРОЛІНГ ЯК ЦІЛІСНА КОНЦЕПЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Пакуліна А.А., Татаренко А.А.	137
НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	
Пакуліна А.А., Татаренко А.А.	139
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ	
Петровська Т.Е., Сергеева В.С.	142
ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЇХ ЗАХИСТ	
Козенкова Н.П., Федоренко Р.О.	144
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАПОБІГАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Вольних А. І., Добровольська О. Р., Березовська Л.І.	147
СУТНІСТЬ ТА ПРОФІЛАКТИКА ФОРМУВАННЯ АУТОДЕСТРУКТИВНОГО ТИПУ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ	
Козенкова Н.П., Галь Р.В.	150
РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Козенкова Н.П., Хмельницький Д.О.	153
ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Козенкова Н.П., Кухаренко А.О.	156
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ	
Петровська Т.Е., Гаплевська А.С.	159
ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПІДГОТОВКИ ТА УКЛАДЕННЯ ЦИВІЛЬНОГО ДОГОВОРУ	
Петровська Т.Е.	161
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Опікунова Н.В., Шендрік Є.	164
МАРКЕТИНГ ЗБУТУ	
Стищенко О.В.	166
ТРЕНДИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ТУРИЗМІ	
Петровська Т.Е., Нечаєва А.С.	168
УГОДА. ВИДИ УГОД. ДОГОВІР	
Латинін К.І.	170
ФАКТОРНІЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	
Тізеш П.П.	173
ОРГАНІЧНИЙ БІЗНЕС: ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ РАКУРС	

Фіалковський А.Р.	176
МЕТОДИ АНАЛІЗУ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Давидова О.А.	178
ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
Гончаренко А. С.	181
РОЛЬ ЯКОСТІ В СТРУКТУРІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
Крапивіна Д.А.	184
ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМИ МЕДІА ПЛАТФОРМАМИ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Кулішова О. О., Кулішова К. О.	187
ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ МОРСЬКХ ПОРТІВ	
Куюмджи С.Ю.	190
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Приймак Є.В.	193
ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
Королевич Н.Г., Оганезов І. А.	196
РЕЗЕРВИ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА ЛЬОНУ-ДОВГУНЦЯ В РЕСПУБЛІЦІ БІЛОРУСЬ	
Пакуліна А.А., Шебалкова Е.І.	199
ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ВИДИ КОНТРОЛІНГУ	
Пакуліна А.А., Шебалкова Е.І.	201
КОНТРОЛІНГ ТА ЙОГО ФУНКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Аванесова Н.Е., Мордовцев О.О., Барабанов І.В.	204
ДЕРЖАВНЕ-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА УСПІШНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ	
Бондаренко-Берегович В. В.	207
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД	
Серіков А.В., Сергєєв А.І.	210
АНАЛІЗ ДОСЯГНЕНЬ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ЯК НАПРЯМУ В ПОБУДОВІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Янченко Н.В., Татаренко А.А.	212
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	

СЕКЦІЯ 2 ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ В УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ

Avanesova N., Marchenko O., Kolodiazna T.	215
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL AND LABOR RELATIONS AND PERSONNEL SECURITY	
Avanesova N., Serhiienko Y.	216
ECONOMIC SECURITY AS AN INTEGRAL COMPONENT OF THE NATIONAL SECURITY OF THE STATE	
Попова Л. М., Степаненко В. М.	218
МІСЦЕ Й РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	
Мащенко М.А.	222
УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ІНВАЙРОНМЕНТАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Ангелко І.В.	224
ОСНОВНІ ЦІЛІ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	
Пушак Г.І., Савчук М.Ю.	226
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПО-ДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ОСНОВА ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	
Степаненко Н.О.	229
УМОВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	
Литвиненко А.В.	231
СОЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
Гірка О., Мойсак Ю., Живко З.Б.	233
ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТА СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
Золенко В.С., Перерва П.Г.	236
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СВІТІ	

СЕКЦІЯ 3 КОНКУРЕНТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Melnychenko O.A., Polozhyshnyk K.O., Khilchevskiy B.S.	240
READINESS OF MEDICAL GRADUATING STUDENTS TO WORK IN THE SELECTED SPECIALTY AS HEALTHCARE WORKFORCES' MANAGEMENT FACTOR	

A.I. Fal'ko	241
DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE INTRODUCTION OF THE «SPOTLESS MIND» TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF A GLOBAL PANDEMIC	
Меліхов А. А., Орда О. С.	243
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	
Ткачов М.М., Погорелов М.І., Матросов О.Д.	246
КОМПЛЕКСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	
Москаленко М.М., Серіков А.В.	250
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	
Кліменко О. М.	252
ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ ЯК КОНКУРЕНТНА ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Гусаковська Т.О., Голубєв С.М., Удоденко Ю.В.	254
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Коледіна К.О.	256
МОТИВАЦІЙНИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
Кубіній Н.Ю., Завадяк Р.І., Завадяк Я.С.	259
СТЕНІЧНІ ТА АСТЕНІЧНІ ІНТЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	
Временко Л.В., Кондратенко Д.В.	261
ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В СТРАХОВИХ КОМПАНІЯХ	
Кухарська Л.В., Живко З.Б.	264
СКЛАДОВІ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ	
Чекан І.В.	267
ПОЖИТТЄВЕ НАВЧАННЯ ЯК УМОВА ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	
Варга В. П.	270
МОТИВАЦІЯ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	

СЕКЦІЯ 4 ВПЛИВ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

Терещенко Д.А.	273
СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК НОВІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
Бутенко О. П., Коробко К. П.	276
ФУНКЦІЇ ТА ЗАВДАННЯ СІМ'Ї ЯК ОСНОВНОГО ЕЛЕМЕНТА СУСПІЛЬСТВА	
Мельникович В. М., Лесик І.І., Живко З.Б.	279
СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ	
Хім М.К.	282
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ «ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ» ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ, ЯК ОДИН ІЗ КЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ЇХНЬОГО ПРОФЕСІЙНОГО ТА ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ	
Савченко Д.О., Вишневська М.К.	284
ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ТА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ЗАСАД В ПУБЛІЧНОМУ АДМІНІСТРУВАННІ	
Шебалкова Е.І., Янченко Н.В.	288
ПОХОДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЗЕЛЕНІ ІНВЕСТИЦІЇ»	
Андренко О.А., Федорчук О. І.	289
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:
КОНКУРЕНТНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»**

Збірник наукових праць

Мови: українська, англійська

Редактори: Г.В.Криворучко,
Ю.І. Сергієнко

Відповідальність за надану інформацію несе автор(и) тез доповідей

План 2020 р.

Підп. до друку 27.10.2020р. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.

Riso-друк. Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк.

Тираж 100 прим. Зам. № . Безкоштовно.

ХНУБА, 61002, Харків, вул. Сумська, 40

Підготовлено та надруковано РВВ

Харківського національного університету
будівництва та архітектури

