

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

15-16 травня 2023 року

Том I



Полтава

Редакційна колегія:

Олег Горб, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

Станіслав Ковальчук, голова Ради молодих вчених, професор кафедри будівництва та професійної освіти, доцент;

Ілона Яснолоб, начальник науково-дослідного сектору, доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

Світлана Козина, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності;

Олександра Біловод, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

Людмила Дорогань-Писаренко, декан факультету обліку та фінансів, професор;

Сергій Кулинич, декан факультету ветеринарної медицини, професор;

Микола Маренич, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор;

Алла Світлична, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, доцент;

Анатолій Шостя, декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, старший науковий співробітник;

Віктор Радочін, начальник редакційно-видавничого відділу.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету, 15-16 травня 2023 року. Том I. – Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. – 206 с.



**СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО
ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПРИБУТКОВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

А. О. Строкань
anastasiia.strokan@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
І. Г. Миколенко, д. е. н., доцент

Найбільш актуальною проблемою в Україні досі залишається прибутковість та ефективність сільського господарства. Проблема аграрної сфери в економіці України стоїть на першому місці, так як сільське господарство займає найбільшу частку в економіці країни.

Війна з РФ ще більше загострила проблему аграрного сектору України, так як Каракуца А, Гордійчук Д. та Щедрина Ю. оцінюють втрати господарства 30 – 50 % ВВП, а до 9 травня 2022 року в Україні компанії засіяли 8,6 млн га землі, що на 24% менше, ніж у 2021 році [1].

Для глибшого аналізу на основі сайту Державної служби статистики України та інших деяких джерел (за відсутності певних даних) ми пропонуємо проаналізувати динаміку, прогноз та чинники впливу на прибутковість та рентабельність аграрних підприємств України.

У табл. 1 пропонуємо проаналізувати прибуток сільського господарства України за видами продукції за 2017 – 2021 рр. Із таблиці видно, що в період 2019 – 2022 рр. спостерігається збільшення прибутку аграрних підприємств України (в 1,4 рази у 2021 р. поірвняно з 2017 р.) переважно за рахунок рослинництва, а таваринництва, на жаль несе збитки. Найбільший прибуток рослинництво та аграрне господарство України отримало від реалізації насіння соняшника у 2017, 2020 та 2021 рр., а також від продажу кукурудзи на зерно у 2018 – 2019 рр., тому ці галузі сільського господарства потрібно розвивати найбільше, найбільший збиток за весь досліджуваний період – від реалізації м'яса птиці свійської, що призводить галузь тваринництва України до збитковості.

Таблиця 1

Динаміка прибутку аграрного сектору України за галузями, 2017 – 2021 рр.

Вид продукції	Валовий прибуток, тис. грн.					2021 р. до 2017	Абсолютне відхилення, (+,-)
	2017	2018	2019	2020	2021		
Продукція рослинництва, всього	66674167,3	-11779630,8	64764658,8	109356687,1	141520459,8	212,3	+74846292,50
Пшениця	14964892,8	17818555,9	5310312,7	19922099,4	27949132,2	186,8	+12984239,42
Кукурудза на зерно	12954415,9	22542881,9	29187310,7	34729786,9	45471407,8	351,0	+32516991,84
Ячмінь	2805827,3	2547111,7	-2190114,6	3894595,9	4 555 215,2	162,3	+1749387,91
Жито	-109546,2	21542,4	-13964,6	-111765,1	238 884,0	-218,1	+348430,19
Овес	-53977,2	-76310,4	-78961,5	-123905,6	-177809,8	329,4	-123832,62
Гречка	-280098,2	-124270,3	286166,2	96761,3	79600,5	-28,4	+359698,77
Просо	176392,4	95253,6	-144202,8	-233398,6	-234382,4	-132,9	-410774,78

Вид продукції	Валовий прибуток, тис. грн.					2021 р. до 2017	Абсолютне відхилення, (+,-)
	2017	2018	2019	2020	2021		
Культури зернобобові сушені	-217513,4	-882589,4	-626607,0	-17123,0	-378881,6	174,2	-161368,18
Боби сої	2 804850,1	1053407,7	7275636,1	9869316,0	5245638,4	187,0	+2440788,28
Насіння льону-довгунцю	-25899,2	5455,1	5932,0	2386,1	5009,7	-19,3	+30908,83
Насіння ріпаку й кользи	7948136,7	-16502277,8	4582383,4	6229211,8	14002505,4	176,2	+6054368,69
Насіння соняшнику	27700782,5	-36779596,9	24727959,1	43655147,6	49995873,8	180,5	+22295091,32
Буряк цукровий фабричний	-4175321,6	-2663611,8	-4276197,4	-4478776,1	-5006679,9	119,9	-831358,25
Картопля	48155,6	143228,0	235588,0	287956,2	-86180,2	-179,0	-134335,72
Овочеві культури	1171724,3	764731,9	351132,3	-2667483,8	33629,6	2,9	-1138094,72
Виноград	277070,8	97266,3	-192702,7	-448068,4	-241530,5	-87,2	-518601,33
Культури плодово-ягідні	684274,7	159591,3	324988,9	-1250053,6	69027,5	10,1	-615247,16
Продукція тваринництва, всього	15885607,6	4104702,9	-4399356,9	-3221358,4	-27162070,8	-171,0	-43047678,34
М'ясо великої рогатої худоби	951469,1	-2282327,9	-2393665,5	-2448323,5	-4975573,7	-522,9	-5927042,75
М'ясо свиней	2348529,8	2344688,0	586351,0	-302672,3	-5635900,5	-240,0	-7984430,29
М'ясо овець	-69681,1	-94129,5	-101123,5	-67590,0	-131786,2	189,1	-62105,08
М'ясо кіз	-4549,4	-5709,0	-13300,2	-16649,7	-24551,4	539,7	-20002,02
М'ясо птиці свійської	-9279636,6	-13243267,5	-15070780,9	-14046311,9	-22369076,8	241,1	-13089440,14
Вовна	-10107,5	-10030,4	-11240,9	-11174,6	-16345,0	161,7	-6237,52
Молоко	4932866,2	2909003,0	3428393,4	4193598,6	308099,0	6,2	-4624767,18
Яйця птиці	-1204486,5	726844,2	-2191866,0	-2227187,2	-6041726,5	501,6	-4837239,99
Мед натуральний	18221203,7	13759631,9	11367875,6	11704952,1	11724790,4	64,3	-6496413,37
Всього по Україні	82559774,9	-7674927,9	60365301,9	106135328,7	114358389,0	138,5	+31798614,16

Джерело: розраховано автором на основі [2, 3]

На рис. 1 та 2 ми пропонуємо спрогнозувати прибуток (збиток) та рівень рентабельності (збитковості) сільського господарства України на основі середніх абсолютного приросту та коефіцієнта зростання.



Рис. 1. Прогноз валового прибутку (збитку) аграрних підприємств України на 2022 – 2024 рр.

Джерело: розраховано автором на основі [2, 3]

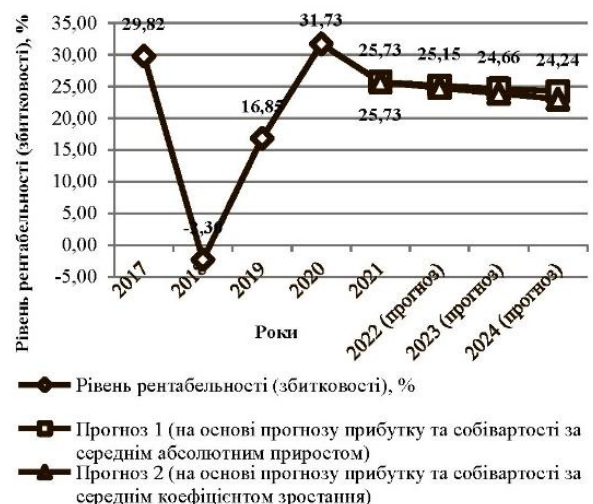


Рис. 2. Прогноз рівня рентабельності (збитковості) аграрних підприємств України на 2022 – 2024 рр.

Джерело: розраховано автором на основі [2, 3]

Як свідчать дані прогнозу на 2022 – 2024 рр, не враховуючи чинника російсько-української війни, може бути тенденція до збільшення прибутку сільського господарства України, тобто станом на 2024 р. прибуток може досягти 146013387,0 тис. грн. на основі середнього коефіцієнта зростання або 138207349,6 тис. грн. на основі абсолютного приросту. Проте прогнозується тенденція до зменшення рівня рентабельності господарства: у 2024 р. даний показник сягне 24,24 % на основі середнього абсолютного приросту або 23,04 % на основі середнього коефіцієнта зростання. Відповідні зміни відбуваються за рахунок того, що собівартість аграрної продукції в Україні зростає швидшими темпами, ніж прибуток від реалізації готової продукції. Але війна загострила проблему, тому прогнозовані показники будуть набагато менші.

Пропонуємо здійснити факторний аналіз досліджуваної проблеми в табл. 2.

Таблиця 2

Факторний аналіз ефективності аграрного сектору України, 2017, 2021 рр.

Галузі	Виручка, млн. грн. 2017 р.	Виручка, млн. грн. 2021 р.	Собівартість продукції, млн. грн. 2017 р.	Собівартість 2021 р.	Прибуток, млн. грн.		Рівень рентабель- ності, % 2017 р.	Рівень рентабель- ності, % 2021 р.	Загальна зміна прибутку, (+,-)	У тому числі за рахунок зміни доходу	Собівар- тості 2021 р.	У тому числі за рахунок зміни прибутк у	Загальна зміна РР
					2017 р.	2021 р.							
Рослинництво	276360,4	240417,7	213574,2	257265,7	141520,5	66674,2	31,2	55,0	+74846,3	-39830,6	+114676,9	+35,0	+23,8
Тваринництво	62704,5	73883,4	47739,6	56064,9	-27162,1	15885,6	33,3	-48,4	-43047,7	+10258,2	-53305,9	-90,2	-81,7
Господарство України	62003,7	88485,3	49049,3	65942,4	114358,4	82559,8	168,3	173,4	+31798,6	-43123,8	+74922,4	+64,8	+5,1

Джерело: розраховано автором на основі [2, 3]

Отже, прибуток та рівень рентабельності аграрного сектору України, включаючи рослинництво збільшилися з рахунок збільшення виручки від реалізації продукції. Необхідно звернути увагу на розвиток тваринництва, яке є збитковим за рахунок високої собівартості продукції.

Список використаних джерел

1. Каракуца А, Гордійчук Д. та Щедрина Ю.. Економічна правда. Аграрний бізнес. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837/>.
2. Агрополіт. Витрати на виробництво сільськогосподарської продукції зросли на 33,6 %. 2022. URL: <https://agropolit.com/news/21118-vitrati-na-virobnitstvo-silskogospodarskoyi-produktsiyi-v-ukrayini-zrosli-na-336>.
3. Державна служба статистики України – <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

А. А. Бахвалов
andrii.bakhvalov@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
В.І. Даниленко, к.е.н., доцент

Маркетингова функція – одна з найважливіших функцій підприємства, що здійснює свою діяльність в умовах ринку. Тому в сучасних умовах маркетинг трактується не лише як функція управління, а й як маркетингове управління конкурентоспроможністю економічних систем різного рівня ієрархії та складності в умовах ринку. У теорії та практиці маркетингу необхідно прагнути до переходу від управління маркетингом як однієї з функціональних підсистем мікроекономічної системи до маркетингового управління, що забезпечує інтеграцію, взаємодію та постійний процес відтворення стійких конкурентних переваг у системі.

Поліщук І.І. та Гудима Н.В. [1, с. 515] зазначають, що «маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечується на основі таких взаємопов'язаних елементів, як клієнт, продукт, стратегічне управління». Маркетинговий підхід управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає насамперед орієнтацію на споживача. Управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах маркетингового підходу спрямоване на отримання додаткових конкурентних переваг.

Управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах маркетингового підходу спрямоване на отримання додаткових конкурентних переваг завдяки формуванню системи взаємовигідних відносин між підприємством-виробником, споживачами та іншими сторонами обміну. Відповідно до такого підходу на перші позиції виходить поліпшення маркетингової орієнтації суб'єкта господарювання, додаткова підтримка маркетингової служби [2].

Отже, концепція маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємств передбачає:

а) формування основних принципів концепції, організаційно-економічних механізмів, методів і технологій маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах посилення конкуренції, зростання ступеня невизначеності середовища маркетингової діяльності у процесі глобалізації світової економічної системи;

б) перехід до маркетингового управління конкурентоспроможністю на основі інтеграції, взаємодії та постійного процесу розширеного відтворення стійких конкурентних переваг підприємств;

в) облік потреб не тільки споживачів, постачальників, конкурентів, посередників, але й інших стейкхолдерів: власників, менеджерів, персоналу, представників державних та муніципальних органів управління, кредиторів та інвесторів;

г) розвиток методів оцінки конкурентоспроможності підприємств з точки зору капіталізації їх ринкової вартості, окупності інвестиційних витрат, отримання у довгостроковій перспективі сталого прибутку;

д) досягнення високої конкурентоспроможності підприємств не лише на ринках товарів та послуг, а й на ринках праці та капіталу, на які в умовах глобалізації переміщується фокус конкурентної боротьби;

е) кардинальна зміна цілепокладання в управлінні підприємствами. Головними цілями стратегічного маркетингового управління, поряд з операційним прибутком, стають орієнтації на досягнення високої конкурентоспроможності, задоволення довгострокових і майбутніх потреб стейкхолдерів, створення та формування стійких конкурентних переваг підприємств на основі моніторингу інтегрального показника конкурентоспроможності, що дозволяє оцінювати ступінь досягнення встановлених цілей.

Отже, маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства дає змогу вирішити ряд таких важливих завдань, як:

– запобігання втратам усіх видів ресурсів, що пов'язані з виробництвом та виведенням на ринок неконкурентоспроможних товарів;

– забезпечення поєднання поточних та стратегічних завдань підприємства з потенційними можливостями ринку;

– пошук можливостей та ресурсів для формування довготривалої стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку.

Основним в маркетинговому управлінні конкурентоспроможністю підприємства є цільова орієнтація та комплексність, інтеграція всіх функціональних підсистем в цілісну систему, діючу в інтересах всього підприємства, що забезпечує єдиний процес відтворення стійких конкурентних переваг. Розгляд конкурентоспроможності як об'єкта маркетингового управління істотно змінює цілі в економічних системах. Головними цілями маркетингового управління підприємством стають: досягнення високої конкурентоспроможності продукції, створення та формування стійких конкурентних переваг порівняно з конкурентами.

Список використаних джерел

1. Поліщук І.І., Гудима Н.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 20. С. 514-517.

2. Жовновач Р.І. Методологічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах маркетингу. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4809>

ЧИННИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

*А. В. Ващенко
anna.zolotoverkh@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
Дядик Т.В., к.е.н., доцент*

Ціноутворення – одна з найважливіших, ключових проблем у ринковій економіці, адже ціна – це те, із чим насамперед стикається споживач. Саме тому питанню ціноутворення приділяється значна увага у маркетингу. Ціна – досить складна економічна категорія. Разом із ціноутворенням вона є одним із ключових елементів ринкової економіки, значення яких складно переоцінити.

Ціна в широкому розумінні є основою всіх економічних вимірів, вона значно впливає на витрати і результати діяльності як суб'єктів господарювання і підприємницьких структур, так і домашніх господарств і народного господарства в цілому. Саме ціна є основним регулятором пропорцій суспільного відтворення та господарських відносин у найпоширенішій, ринковій моделі економіки. Тому її встановлення або зміна тісно взаємопов'язані не лише з економічними, а й із соціальними та політичними аспектами життя держави та світової економіки загалом [1].

Ціна на мікрорівні – це головний інструмент та вирішальний фактор економічної діяльності компанії, адже комерційний успіх безпосередньо залежить від правильно обраної стратегії та тактики ціноутворення на товари та послуги. Ціноутворення не можна ототожнювати з простою сумою витрат виробництва та розрахункового прибутку, це набагато складніший механізм, що включає у собі низку різних аспектів. Він вимагає від керівників вивіреної стратегії та продуманої тактики дій, постійного балансування на межі між надто високою та надто низькою ціною, між принципами продавати багато, але дешево, чи мало, але дорого [2].

Можна виділити чотири групи чинників, що впливають на ефективність ціноутворення: загальноекономічні, економічні, специфічні та спеціальні.

1. Загальноекономічні діють незалежно від виду продукції та конкретних умов її виробництва та реалізації. До них відносяться: економічний цикл, стан сукупного попиту та пропозиції, інфляція.

2. Економічні – найбільша та практично важлива група факторів. Залежить від особливостей цієї продукції, умов її виробництва та реалізації. До них відносяться: витрати, прибуток, податки та збори, пропозиція та попит на цей товар чи послугу з урахуванням взаємозамінності, споживчих властивостей: якості, надійності, зовнішнього вигляду, престижності.

Чинник цінності. Кожен товар здатний до певної міри задовольнити потреби покупців. Для узгодження ціни та корисності товару можна: надати товару велику цінність, просвітити покупця у вигляді реклами про цінність товару, скоригувати ціну те щоб вона відповідала справжньої цінності товару.

Чинник витрат. Витрати та прибуток становлять мінімальну ціну товару. Найпростіший спосіб освіти ціни: при відомих витратах і витратах додати прийнятну норму прибутку. Однак, навіть якщо ціна тільки покриває витрати, немає гарантії, що товар буде куплений.

Чинник конкуренції. Конкуренція дуже впливає на цінову політику. Можна спровокувати сплеск конкуренції, призначивши високу ціну або усунути її, призначивши мінімальну. Якщо товар вимагає особливого методу виробництва, або виробництво його дуже складне, то низькі ціни не залучать до нього конкурентів, але високі ціни підкажуть їм, чим варто зайнятися.

3. Специфічні чинники діють лише щодо деяких видів товарів та послуг: сезонність, експлуатаційні витрати; комплектність, гарантії та умови сервісу.

Чинник стимулювання збуту. У ціну товару включається націнка, яка окупає заходи щодо стимулювання ринку. При випуску товару ринку, рекламі потрібно перейти поріг сприйняття, як споживачі дізнаються товар. Усі кошти, витрачені стимулювання збуту повинні надалі окупатися з допомогою продажу товару.

Чинник обслуговування. Обслуговування бере участь у передпродажному, продажному та післяпродажному етапах угоди. Витрати на обслуговування повинні входити в ціну. Особливо важливим цей фактор останні два-три десятиліття стає у світовій торгівлі, де складова післяпродажного обслуговування в ціні все збільшується.

4. Спеціальні. Пов'язані з впливом спеціальних механізмів та економічних інструментів: регулювання, валютний курс, позаекономічні, політичні; військові. Найсуттєвішим серед спеціальних факторів виявляється державне регулювання ціноутворення. Здебільшого держава впливає процес ціноутворення адміністративними заходами: «заморожування» ринкових вільних цін, фіксування монопольних цін, встановлення граничного рівня цін, заборона демпінг, на недоброякісну цінову рекламу.

Конкретні ціни на товари та їх динаміка є результатом комплексного та одночасного впливу всієї сукупності чинників. Насправді найбільш істотними чинниками ціноутворення виявляються: регулювання ціноутворення, споживачі, витрати підприємства, конкуренція і учасники каналів товароруку. Важко переоцінити значення цін у умовах ринкової економіки. Зокрема, вони визначають структуру виробництва, впливають на рух матеріальних потоків, впливають на розподіл товарної маси, створюють обсяги виробництва, прибутку та рентабельності тощо. Від правильності встановлення цін великою мірою залежить конкурентоспроможність підприємства. Грамотна цінова політика, цінова стратегія та тактика – основа успішної діяльності будь-якої компанії.

Список використаних джерел:

1. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Дикопауленко В.М. Ціни та чинники маркетингової цінової політики в агробізнесі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 4 (31) 2021. С. 58-64. URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/31_2021/11.pdf.

2. Дядик Т.В., Даниленко В.І. Стратегії та тактики психології маркетингової цінової політики. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 70. С. 83-88. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/70-2023>.

УДК 333.1

HR-БРЕНДИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІМІДЖУ РОБОТОДАВЦЯ

Глюхіна І.А.

iryua.iliukhina@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:

Дядик Т.В., к.е.н., доцент

Питання кадрового забезпечення є одним із ключових аспектів розвитку будь-якого підприємства. Функції HR-підрозділів зосереджені на завданнях добору та утримання кваліфікованого персоналу, а також підвищення мотивації праці. Насамперед це пов'язано з дефіцитом кваліфікованих фахівців, внаслідок чого конкуренція за перспективний, креативний персонал зростає з кожним роком. Ця тенденція призводить до того, що привабливість компанії як роботодавця перебуває в сильній залежності від її бренду, який складається з двох складових: маркетингової (становище компанії на своєму галузевому ринку, імідж продукту, його популярність) та HR-складовою (корпоративна культура, система оплати праці, компенсації).

HR-брендинг – це комплекс цілеспрямованих заходів щодо формування позитивного іміджу роботодавця з метою постійного залучення найкращих із найкращих фахівців у своїй галузі [2]. Згідно з дослідженням Асоціації Greatplacetowork, яка є упорядником рейтингу 100 найкращих роботодавців журналу Fortune, сильний HR-бренд забезпечує компаніям наступні важливі конкурентні переваги [3]:

- стійкість під час економічних спадів;
- зростання рентабельності і продуктивності праці;
- зниження плинності кадрів;
- збільшення кількості відгуків від висококваліфікованих кандидатів;
- підвищення рівня лояльності та задоволеності клієнтів;
- скорочення впливу стресу на співробітників;
- більше інновацій, творчості та ініціативи з боку співробітників.

Розвиток HR-бренду компанії включає наявність двох складових: зовнішньої та внутрішньої, оскільки цей процес є комплексним.

Під внутрішнім HR-брендом розуміється уявлення про організацію та рівень лояльності до неї серед співробітників, які вже працюють. Оскільки саме працівники є основними носіями інформації у зовнішньому середовищі про цю організацію, то їхня думка багато в чому впливатиме на рішення потенційних претендентів.

Під зовнішнім HR-брендом розуміється сприйняття компанії у зовнішньому середовищі. Головним завданням зовнішнього HR-бренду є

залучення нових спеціалістів. Для претендентів, як правило, привабливішим є той роботодавець, який відомий за межами свого ринку, а також займає впевнену позицію у своєму сегменті. Можна сказати, що зовнішній HR-бренд невіддільний від бренду компанії загалом.

Для формування позитивного іміджу компанії-роботодавцю необхідно бути відкритою для ринку праці, розповідати про вакансії і пропонувані можливості. Розміщення у ЗМІ інтерв'ю із співробітниками є одним із ефективних методів із залучення нових працівників. Такі інтерв'ю складаються з оповідань про історії успіху, при цьому акцент робиться на можливість реалізації потенціалу кожного в даній компанії.

Системна та комплексна робота з HR-брендом передбачає не просто набір проектів та активностей, спрямованих на покращення іміджу роботодавця, але реалізацію покрокової стратегії.

Розглянемо основні стадії побудови та розвитку HR-бренду, актуальні для будь-якої організації.

1. Перш ніж починати формувати HR-бренд, необхідно визначити мету, тобто навіщо починається дана робота. Наприклад, чим сильніший HR-бренд, тим нижчі витрати на персонал, на його утримання та залучення. Також компанія визначає для себе, які фахівці їй потрібні, яким роботодавцем вона хоче бути, і як донести інформацію про свої головні якості у зовнішнє середовище.

2. Проведення незалежного дослідження та аналізу образу компанії серед кандидатів та співробітників. Вивчаються публікації про компанію у засобах масової інформації, розглядаються джерела інформації, у якому ключі відгукуються про компанію та на що посилаються.

3. Аналіз сильних та слабких сторін компанії (корпоративна культура, оплата праці, можливість підвищення кваліфікації та кар'єрне зростання, соціальні пакети тощо).

4. Порівняльний аналіз сильних та слабких сторін компанії з найбільш перспективними конкурентами.

5. Розробка креативної концепції. Формулювання EVP (Employment Value Proposition) та тестування для різних аудиторій. Ціннісна пропозиція роботодавця або Employment Value Proposition (EVP) – це набір атрибутів, які ринок праці та співробітники сприймають як цінність, яку вони одержують, працюючи в компанії.

6. Робота з цільовими аудиторіями, для яких відбувається формування HR-бренду.

Отже, основними цілями HR-брендингу є: збільшення продуктивності роботи співробітників, покращення іміджу компанії як роботодавця, а також залучення та утримання персоналу. Практика показує, що в результаті впровадження HR-брендингу: збільшується кількість відгуків на вакансії; збільшується кількість пропозицій за рекомендаціями від співробітників компанії; скорочуються терміни закриття вакансій; збільшується кількість співробітників, які успішно проходять випробувальний термін; збільшується кількість якісних резюме.

Список використаних джерел:

1. Дядик Т. В. Брендинг та інтернет-брендинг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/549/532>
2. Дядик Т.В., Лядський І.К. Соціальна орієнтованість бізнесу, як важлива передумова створення HR-бренду. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки». № 2. 2020 р. С. 62-77. URL: http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_2.html.
3. Greatplacetowork about HR-branding. URL: <http://www.greatplacetowork.pl/publikacje-i-wydarzenia/ksiazki/51-the-great-workplace-how-to-build-it-how-to-keep-it-and-why-it-matters>.

УДК: 631.11:339.9

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Д. В. Корж
darina.dzoh@gmail.com*

*Науковий керівник:
В. І. Даниленко, к. е. н., доцент*

Науковці різних часів по різному оцінювали категорію «конкурентні стратегії», на що впливали розвиток економічної науки, стан суспільного виробництва, розвиток ринкових структур тощо. Загальні теоретичні та методичні підходи до формування конкурентних стратегій досліджено в працях багатьох вітчизняних науковців: А. В. Войчака [1], І. З. Должанського, Т. О. Загорної [2], О.Г. Янкового [3] тощо.

Розглядаючи поняття «конкурентоспроможність підприємства», варто зазначити, що саме конкурентоспроможність характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до сучасних умов ринку. Сучасний стан ринкового середовища характеризується постійною зміною зовнішніх факторів, мінливою спроможністю купівельного попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності. Отже, щоб вижити, підприємствам необхідно реагувати на всі зміни, що відбуваються в їх конкурентному середовищі з метою збереження своїх позицій на ринку й забезпечення конкурентних переваг. Тобто, підприємству потрібно правильно оцінювати ситуації на ринку з тим, щоб вибрати ефективні засоби конкуренції, які б відповідали нинішнім ринковим умовам України та діяльності підприємства [4, с. 63].

Зміни які відбуваються у мовах конкуренції вимагають від підприємств нових підходів до виробництва продукції, оскільки потреба споживачів полягає у продуктах високої якості, що і зумовили у статті розглянути основні засади виробництва органічної конкурентоспроможної продукції. Саме через отримання високоякісної продукції споживач надає перевагу певному виробнику.

Науковець Цюцюпа С.В. зазначає, що однією зі стратегічних задач на сучасному етапі є підвищення конкурентоспроможності підприємств за допомогою створення ефективної системи управління на підприємствах, яка б забезпечувала їм стійкі конкурентні переваги на ринку [5, с. 24].

Нині Україна значиться у двох рейтингах глобальної конкурентоспроможності: за показником економічної конкурентоспроможності – в індексі глобальної конкурентоспроможності (IGC), що розраховується за методикою Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum), та в рейтингу конкурентоспроможності країн світу (WCY) за версією Міжнародного інституту управлінського розвитку в Швейцарії (IMD) (рис 1).



Рис. 1. Місце України у міжнародних рейтингах, 2015–2021 рр. [6-7]

З огляду на сучасні умови бізнес-середовища, необхідно постійно слідкувати за місцем нашої країни в міжнародних рейтингах та здійснювати комплексну оцінку, оскільки формування конкурентної політики є одним із пріоритетних завдань підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників на внутрішньому й зовнішньому ринках біржової структури.

Динаміка глобального індексу конкурентоспроможності показала, що позиція України коливається через кризові ситуації.

Серед чинників, які суттєво впливають на рівень конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, доцільно виокремити маркетингові чинники, а саме: дослідження кон'юнктури ринку; оптимальна цінова політика; логістичне забезпечення, політика просування та стимулювання збуту. Маркетинг охоплює значну кількість проблем, що мають відношення не лише до збуту виробленої продукції, але й Економіка та управління підприємствами 65 безпосередньо впливає на процес її виробництва

Тому на сьогодні маркетингове забезпечення конкурентоспроможності передбачає використання інструментів маркетингу та способів їх поєднання з метою посилення конкурентних позицій підприємства та його продукції.

Список використаних джерел:

1. Войчак А. В., Камишніков А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 50-53.

2. Должанський І. З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. Київ.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

3. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2019. 470 с.

4. Калюжна Ю.П., Боровик Т.В., Даниленко В. І. Збутова та цінова діяльність в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Галицький економічний вісник. Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя. 2019. № 2 (57). С. 62-72

5. Цюцюпа С. В. Конкурентні переваги підприємства у ринковому середовищі: формування та забезпечення. Вчені записки Університету «КРОК». 2020. №1 (57). С. 24-31.

6. Україна опустилася на 85-е місце в щорічному рейтингу конкурентоспроможності WEF. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html> (дата звернення: 06.05.2023).

7. Україна посіла 54 місце у Світовому рейтингу конкурентоспроможності. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3291328-ukraina-posila-54-misce-u-svitovomu-rejtingu-konkurentospromoznosti.html> (дата звернення: 06.05.2023).

УДК 330.163.2

СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Терещенко В.О.

violeta.tereshchenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:

Дядик Т.В., к.е.н., доцент

Функціонуючи в конкурентному середовищі, кожне підприємство обов'язково має дбати про формування іміджу, що забезпечує в перспективі свою ринкову нішу, лояльність з боку клієнтів, гарантовані постачання, привабливість для інвесторів та успішну діяльність.

Імідж – це цілеспрямовано сформований образ підприємства, що наділяє підприємство індивідуальними рисами і надає певну значимість для оточуючих. Імідж можна простіше визначити як основну причину перемог та поразок підприємства у бізнесі, конкурентній боротьбі, суспільному житті.

В основі іміджу лежить організаційна культура, яку можна визначити як систему цінностей, які більшою чи меншою мірою поділяються всіма членами організації. На імідж впливають багато аспектів діяльності підприємства – від якості товарів та послуг до настрою працівників. Яким буде імідж – високим чи низьким, залежить від діяльності підприємства загалом: роботи керівництва та підрозділів підприємства; згуртованості колективу; визначених для підприємства норм, правил, стандартів, принципів; ставлення працівників до свого підприємства тощо.

Імідж включає дві складові – зовнішню та внутрішню. Зовнішня складова іміджу характеризує як підприємство сприймається суспільством. Вона визначається якістю товарів та послуг, вироблених підприємством, першим враженням, одержуваним клієнтами, зв'язками підприємства із засобами масової інформації, акціонерами та інвесторами.

Внутрішня складова іміджу визначається ставленням працівників до свого підприємства, існуючою системою взаємовідносин, заохочення, просування та кадрового зростання на підприємстві. Основою внутрішнього іміджу є відданість працівників своєму підприємству та увага до споживачів. Внутрішній імідж важче піддається формуванню та коригуванню, але для репутації підприємства він важливіший.

Імідж динамічний і може змінюватися під впливом обставин нової інформації. Інформаційне суспільство формує новий імідж, нові уявлення про успіх. Пріоритетом стає не нарощування обсягу випуску та отримання максимального прибутку, а якість та екологічність продукції, творчий дух у колективі, впровадження новітньої техніки та технологій, реалізація гуманістичної концепції при управлінні, ергономічність виробництва, розвиток людського потенціалу. Для створення іміджу використовують такі інструменти, як позиціонування, маніпуляція, міфологізація, емоціоналізація та візуалізація [1].

Сучасне виробництво вимагає від працівника розвитку найбільшою мірою креативного потенціалу, який визначається рівнем інтелекту, креативними та пізнавальними здібностями, системою цінностей та мотивацією (рис. 1). Кожна людина талановита тією чи іншою мірою, а використовує в різних формах діяльності незначну частину свого потенціалу. Процес розвитку має стати складовою всього, що робиться на підприємстві, способом мислення і, що ще важливіше, способом поведінки працівників, що спонукає до творчості, ініціативи, пошуку креативних ідей та їх реалізації.



Рис. 1. Переваги використання креативних співробітників

Свої слабкі сторони багато керівників пояснюють впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, таких як нестабільність економічної ситуації в країні, недоліки у виробничому процесі, відсутність оборотних коштів, недостатньо високий рівень якості продукції, застаріле обладнання, слабка робота служби маркетингу та зосереджують свою увагу на цих напрямках. Проте за кожною із цих проблем стоять люди, працівники підприємства. Саме люди роблять роботу, подають ідеї, обмежують чи збільшують силу та слабкість підприємства [2]. У сучасних умовах на кожному підприємстві програма розвитку креативного потенціалу працівників повинна бути результатом творчості керівників, професіоналів і фахівців, бути своєрідною інновацією і органічно включатися до загальної системи управління персоналом.

Список використаних джерел:

1. Плакида С.І., Митрохіна Ю.П. Імідж підприємства як фактор його конкурентоспроможності. URL: http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76553.doc.htm.

2. Дядик Т.В. Найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 р.). Полтава: ПДАУ. 2022. С. 19-22. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/10318/zbirnykmaterialivkonferenciyi2022r1.pdf>

УДК 338.1

ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

С. В. Тульчинська
snizhana.steshenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Т. В. Дядик, к.е.н, доцент

Сучасний ринок відрізняється високим рівнем конкуренції та непередбачуваністю. Це змушує підприємства шукати нові шляхи розвитку та оптимізації ресурсів. Стратегічний розвиток підприємства безпосередньо залежить від зовнішнього конкурентного середовища, що вимагає аналізу та прогнозування його впливу на діяльність організації [1].

Аналіз конкурентного середовища. Для визначення впливу конкурентного середовища на стратегічний розвиток підприємства необхідно проаналізувати такі фактори:

- визначення основних конкурентів та їхніх стратегій;
- вивчення конкурентних переваг та недоліків підприємства;
- аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність;
- визначення можливих загроз та можливостей від конкурентного середовища.

Формування стратегічних цілей та завдань. З урахуванням аналізу конкурентного середовища, підприємству необхідно сформулювати стратегічні цілі та завдання, які відобразять його місце на ринку та сприятимуть подоланню викликів конкуренції.

Розробка стратегічних напрямів розвитку. На основі визначених стратегічних цілей та завдань, підприємство повинне розробити конкретні напрями дій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та адаптацію до змін середовища. Серед таких напрямів можуть бути:

- впровадження інноваційних технологій та підходів;
- розширення асортименту продукції чи послуг;
- вдосконалення системи управління та оптимізація витрат;
- формування та розвиток партнерських відносин;
- підвищення якості обслуговування та покращення корпоративної культури.

Моніторинг та контроль виконання стратегічних рішень. Після реалізації стратегічних напрямів необхідно постійно моніторити зміни на ринку та контролювати виконання прийнятих рішень. Це дозволить своєчасно виявити проблеми та коригувати стратегічний курс підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності [2].

Створення гнучкої організаційної структури. Гнучка організаційна структура є важливою передумовою ефективного реагування на зміни в конкурентному середовищі. Вона дозволяє підприємству швидко адаптуватися до нових умов ринку, розподіляти ресурси та делегувати повноваження відповідно до потреб [3].

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Забезпечення сталого розвитку та довгострокових переваг перед конкурентами передбачає активне впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. Розвиток КСВ сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства, зміцненню довіри споживачів, залученню кращих кадрів та зниженню ризиків.

Використання маркетингових стратегій. Ефективне використання маркетингових стратегій дозволяє підприємству відрізнитися від конкурентів та забезпечити постійний притік клієнтів. Серед таких стратегій можуть бути:

- брендинг та позиціонування продукції чи послуг на ринку;
- розвиток цифрового маркетингу та соціальних мереж;
- використання маркетингу відносин та партнерських програм.

Підготовка та перепідготовка кадрів. Успішне підприємство має вміти пристосуватися до нових викликів та вимог ринку. Це потребує неперервної підготовки та перепідготовки кадрів, що дозволяє підтримувати високий рівень професіоналізму співробітників та готовність до швидкого впровадження інновацій. Серед заходів, які сприяють розвитку кадрового потенціалу, можуть бути:

- внутрішнє навчання та тренінги;
- участь співробітників у професійних конференціях та семінарах;
- залучення зовнішніх експертів для проведення навчання;
- стимулювання самоосвіти та надання можливості для професійного

росту.

Ризик-менеджмент. Управління ризиками є важливим інструментом підприємства для адаптації до конкурентного середовища. Правильне ідентифікування, оцінка та мінімізація ризиків дозволяють компанії запобігти негативним наслідкам та втратам, пов'язаним з діяльністю на ринку.

Аналіз та планування розвитку підприємства на основі методів сценарного планування. Сценарне планування дозволяє підприємству моделювати різні ситуації, що можуть виникнути в конкурентному середовищі, та розробляти стратегії для адаптації до них. Такий підхід допомагає забезпечити гнучкість підприємства та підготовленість до можливих змін.

Забезпечення сталого фінансового розвитку. Стабільний фінансовий стан підприємства є одним з основних чинників його конкурентоспроможності. Для забезпечення сталого фінансового розвитку важливо оптимізувати витрати, забезпечити ефективне управління ресурсами та знаходити додаткові джерела фінансування [4].

Успішне пристосування підприємства до конкурентного середовища вимагає комплексного підходу та врахування різних аспектів діяльності організації. Важливо розуміти потреби ринку, адаптуватися до змін та інновацій, а також постійно вдосконалювати свої виробничі процеси, управління, маркетингові стратегії та підготовку кадрів. Це забезпечить підприємству зміцнення конкурентних позицій та сталість на ринку.

Наступні заходи можуть допомогти підприємству успішно пристосуватися до конкурентного середовища:

1. Розвиток співпраці з постачальниками та замовниками.
2. Активне використання інформаційних технологій для аналізу ринку та виявлення нових можливостей.
3. Праця над створенням унікальної пропозиції цінності (Unique Value Proposition) для відрізнення від конкурентів.
4. Впровадження екологічно сталих практик, що можуть привернути увагу соціально-відповідальних споживачів та забезпечити підприємству позитивний екологічний імідж.
5. Розвиток корпоративного волонтерства та співпраці з громадськими організаціями для зміцнення соціальної відповідальності та підвищення репутації підприємства [5].

Успішне пристосування до конкурентного середовища та розвиток підприємства залежать від здатності підприємства реагувати на виклики та використовувати можливості, що виникають на ринку. Врахування вищезазначених аспектів допоможе підприємству забезпечити свою стабільність та конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Підсумовуючи, важливо зазначити, що врахування конкурентного середовища та його вплив на стратегічне розвиток підприємства є ключовим фактором успіху в сучасному бізнесі. Використання комплексного підходу, адаптація до змін, постійне вдосконалення внутрішніх процесів та підготовка кадрів дозволяють підприємству забезпечити стійкість, конкурентоспроможність та довгостроковий розвиток на ринку [61].

Конкурентне середовище відіграє значущу роль у формуванні стратегічного розвитку підприємства. Враховуючи вплив конкуренції, підприємство має

забезпечити свою адаптацію до змін на ринку, впроваджувати інновації та постійно розвиватися з метою збереження та зміцнення своїх конкурентних позицій. Важливим аспектом є також моніторинг та контроль виконання стратегічних рішень, що допомагає підприємству своєчасно реагувати на зміни в конкурентному середовищі та коригувати свій курс розвитку.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. Нью-Йорк: Free Press. 1980.
2. Друкер П. Менеджмент: завдання, відповідальність, практика. Нью-Йорк: HarperCollins. 1993.
3. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. 15-е видання. Лондон: Pearson. 2016.
4. Ансофф І. Корпоративна стратегія. Нью-Йорк: McGraw-Hill. 1987.
5. Грант Р. Сучасна теорія менеджменту: аналіз, стратегія та практика. 8-е видання. Лондон: Wiley. 2016.
6. Каплан Р., Нортон Д. Стратегічна карта: Перетворення нематеріальних активів у матеріальні результати. Бостон: Harvard Business School Press. 2004.

УДК 659.186:339.138:164

БРЕНДИНГ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ

Ю. С. Цирульнікова
**tetiana.borovyk@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Т. В. Боровик, к. е. н, доц.*

Останніми роками галузь логістичних послуг переживає стрімкі зміни та розвиток. Зростаючий попит на ефективні ланцюги поставок посилює конкуренцію. Важливо створити сильну присутність бренду, щоб випередити конкурентів.

Брендинг – один з найважливіших аспектів діяльності компанії, великої чи малої. Ефективна бренд-стратегія дає змогу значно підвищити довіру до вашої компанії [1].

Онлайн-брендинг допомагає клієнтам краще зрозуміти ваш бізнес. Він допомагає сформуванню розповідь про ваш бізнес, щоб отримати увагу, побудувати довіру і залучити нових клієнтів. У цьому полягає сила онлайн-брендингу. Але є й інші причини, чому брендинг в Інтернеті має вирішальне значення для будь-якого бізнесу, що надає послуги [2].

Брендинг дає вашому бізнесу:

1) Перевагу в конкурентній боротьбі. І як результат, онлайн-бренд:

- Створює сильний імідж бізнесу та особистий зв'язок з клієнтом. Дозволяє позиціонувати бренд, що веде до значущих відносин. Залучає потенційні можливості для бізнесу.

- Формує довіру серед інших. Солідний імідж бренду передає клієнту ясність думок і цінність. Це призводить до значущих стосунків з клієнтами та зміцнює довіру.

2) Репутацію та цінність. Онлайн-бренду свідомо надають перевагу над іншими з різних причин, які варіюються залежно від клієнта. Онлайн-брендинг формує довіру та репутацію у свідомості існуючих та потенційних клієнтів. Тому що він створює впевненість у тому, що компанія дотримується своїх зобов'язань і виконує їх [2].

Розвиток брендингу на логістичному ринку перебуває на стику двох напрямів у маркетингу: маркетинг промислових товарів і маркетинг послуг. У практиці логістики під час розгляду застосування маркетингових технологій найчастіше аналізують взаємодію маркетингу і логістики. Головним завданням маркетингу на ринку логістичних послуг є розпізнавання потреб клієнтів і можливостей конкурентів.

Основні тенденції розвитку маркетингу на ринку логістичних послуг:

- націленість на споживачів;
- орієнтація на конкурентів;
- прагнення учасників логістичного ринку оптимізувати логістичні процеси та пов'язані з ними маркетингові витрати.

На ринку логістичних послуг функціонує велика кількість компаній, що пропонують ідентичні послуги одному й тому самому цільовому сегменту ринку, які можна вважати "знеособленими", такими, що втратили значущі для споживачів відмінності. У цих умовах брендинг являє собою унікальну й ефективну можливість створення стійкої конкурентної переваги на ринку логістичних послуг [3].

Навіть здавалося така дрібниця, як кольори використані в дизайні логотипу можуть змінити сприйняття бренду вашої компанії та як результат збільшити продажі. Психологія кольору в маркетингу та брендингу - це більше, ніж просто пояснення одним реченням, що кожен колір означає. Це правда, що певні кольори можуть впливати на вибір споживачів. Колір може по-різному впливати на емоційні сенсори мозку. Він може привертати увагу, викликати емоції, надавати впевненості або викликати ностальгію [4].



Рис. 1. Найпопулярніші кольори брендів.

Трішки статистичних фактів про кольоровий брендинг:

1. Використання фірмового кольору в палітрі брендингу може підвищити впізнаваність бренду на 80%.

2. Споживачі з більшою ймовірністю запам'ятовують кольори бренду, ніж його назву. Коли учасникам дослідження протягом 10 хвилин показували п'ять вигаданих логотипів, 78% запам'ятали кольори, але лише 43% запам'ятали справжні назви брендів.

3. Синій - найпопулярніший колір у світі: 42% чоловіків і 30% жінок назвали його своїм улюбленим кольором, а найменш улюбленими кольорами є коричневий (23% людей вважають його найменш улюбленим кольором) та помаранчевий (його обрали 29% людей).

4. Майже 85% споживачів купують товар насамперед через його колір.

5. До 90% перших вражень про продукт ґрунтується лише на кольорі.

6. Топ-3 кольори брендів - синій, червоний та відтінки сірого або чорно-білий.

7. Правильно підібраний колір логотипу може збільшити кількість читачів на 40%, привертаючи увагу і будучи легким для сприйняття.

8. Приблизно 8% чоловіків і 0,5% жінок не розрізняють кольори. Однак синій колір найкраще бачать усі, навіть ті, хто не розрізняє кольори.

9. 2/3 покупців не куплять великий побутовий прилад, якщо він не буде в потрібному їм кольорі [5].

Онлайн-брендинг – це набагато більше, ніж назва або логотип, наповнений кольорами та слоганами. У сучасному цифровому світі ваш бренд - це те, що вирізняє вас серед інших. Він розповідає історію, яка включає в себе мораль, цінності та пропозиції, які бізнес має для своїх клієнтів.

Сьогодні ринок достатньо насичений товарами та послугами логістичної сфери, її видів та цінових категорій. Увійти на ринок та переконати споживачів, що саме ви - найкращі, найсучасніші та найпрофесійніші, стає все складніше, зважаючи на конкурентів, які також діють на ринку. Тому бренд стає найважливішим інструментом менеджменту та досягненням довготривалого фінансового успіху.

Список використаних джерел:

1. Як створити ідеальний бренд логістичної компанії.

URL: <https://www.linkedin.com/pulse/how-perfectly-brand-logistics-company-alex-miranda> (дата звернення: 28.04.2023).

2. Чому онлайн-брендинг є ключовим у світі логістичних послуг.

URL: <https://www.vahak.in/blogs/3-reasons-why-online-branding-is-important> (дата звернення: 28.04.2023).

3. Управління брендами логістичних компаній

URL: <https://logist.fm/news/upravlinnya-brendami-staie-bilsh-vazhlyvim-dlya-logistichnih-kompaniy> (дата звернення: 28.04.2023).

4. Психологія кольору в маркетингу. URL: <https://visme.co/blog/color-psychology-in-marketing-the-ultimate-guide/> (дата звернення: 28.04.2023).

5. Статистика кольорового брендингу. URL: <https://visme.co/blog/branding-statistics/> (дата звернення: 28.04.2023).

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

І. Ю. Богма, К. І. Гурін
**tatyana.sazonova11@ukr.net*

Науковий керівник:
Т. О. Сазонова, к.е.н., доцент*

Не зважаючи на складні умови функціонування сучасних підприємств, управління репутацією підприємства є важливим та актуальним завданням. Адже, головна мета репутаційного менеджменту – це забезпечити нарощування його капітальної вартості та конкурентоспроможності.

Системний підхід в управлінні організацією, підприємством базується на сприйнятті останніх як системи, що фактично є утворенням з ряду елементів, складових, які перебувають постійній взаємодії та взаємозалежності. Основна специфіка системного підходу визначається тим, що він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкту та механізмів, що забезпечують його функціонування, виявлення різноманітних типів зв'язків складного об'єкту та поєднання їх в єдине теоретичне утворення.

За допомогою даних табл. 1 розглянемо відмінності у системному сприйнятті традиційної (функціонуючої на застарілих засадах) організації та сучасної.

Таблиця 1. Сприйняття системності традиційними та сучасними підприємствами [сформовано на основі 1]

Елемент характеристики	Традиційне підприємство	Сучасне підприємство
Перспектива	Мислення закритої системи	Мислення відкритої системи
Місія	Досягнення прибутковості в довгостроковій перспективі	Забезпечення стабільного функціонування в умовах невизначеності
Припущення стосовно зовнішнього середовища	Елементи прогнозовані	Повністю невизначене
Припущення щодо функціонування підприємства	Змінні, що забезпечують досягнення мети визначені та керовані. Керованість організації забезпечується шляхом ефективного планування та контролю.	Змінні, що забезпечують досягнення мети підлягають впливу некерованого зовнішнього середовища, тому по-суті є обмежено керованими та передбачуваними.

Репутація – являє собою динамічну категорію, що вимагає належного управління, впровадження відповідних механізмів та бізнес-процесів. В умовах діджиталізації і воєнного стану в Україні збільшуються репутаційні ризики.

Однією з головних характеристик високої корпоративної репутації підприємства, завжди були належні умови та оплата праці. На час дії воєнного стану в багатьох сферах критично постало питання стабільності, гнучкості роботи, умови безпечності трудової діяльності, вміння пристосовуватись до

екстремальних реалій, збереження робочих місць, в тому числі за мобілізованими працівниками [2]. Тому, наразі, один із найбільших репутаційних ризиків – є недотримання чинного законодавства.

Наступний репутаційний ризик сучасності – інвестори, постачальники, контрагенти, дистриб'ютори тощо. В умовах воєнного стану слід бути особливо уважними саме з дотриманням зобов'язань відносно контрагентів. Вміння ефективно боротись із зовнішніми труднощами свідчитиме про рівень професіоналізму менеджменту підприємства, про стабільність бізнесу за невизначених умов.

Наступний доволі значимий репутаційний ризик – соціальний. Управління соціальною репутацією включає широкий спектр дій: виконання обов'язкових законодавчих приписів, надання благодійної допомоги (підтримка армії, ВПО, місцевої громади) та співпраці із громадськими організаціями. Висока соціальна репутація стимулює збільшення лояльності клієнтів, залучення нових споживачів; участь в благодійних проєктах демонструє стабільне фінансове становище підприємства, що теж підвищує ділову репутацію. Але, наразі, слід бути обережними із вибором соціальних партнерів, адже підозри, а іноді – звинувачення в зраді, колаборації можуть одномоментно зруйнувати ділову репутацію.

Отже, ділова репутація – реальний вартісний актив підприємства, потребує постійних механізмів підтримання та системного управління. Залежно від цільової аудиторії слід обирати відповідні напрямки діяльності для її підтримки. Належне, своєчасне, системне реагування, поміркований менеджмент бізнес-процесами надає змогу уникнути матеріальних, репутаційних ризиків, особливо у сучасних умовах воєнного стану. Основними аспектами, які на сьогоднішній день найбільше впливають на репутацію підприємства – дотримання чинного законодавства, дотримання зобов'язань перед контрагентами та партнерами, якісна комунікація із ними, гнучкість у роботі із персоналом, соціальний брендинг.

Список використаних джерел:

1. Системна модель управління організацією. URL: <https://infopedia.su/8xd2b6.html> (дата звернення 10.02.2023).

2. Фурман А. Управління репутацією у воєнний час. URL: https://biz.ligazakon.net/analytcs/215083_upravlnnya-reputatsyu-u-vonniy-chas (дата звернення 10.02.2023).

УДК 338.2

УДОСКОНАЛЕННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

А. М. Даценко

**tatyana.sazonova11@ukr.net*

Науковий керівник:

Т. О. Сазонова, к. е. н., доцент*

Людські ресурси будь-якого підприємства є його головним ресурсом. Даний ресурс наділений інтелектом, здатний до інноваційності та креативу,

може змінювати власні властивості під дією внутрішніх та зовнішніх чинників, удосконалюватися та самоудосконалюватися. Тому вплив на поведінку персоналу, його результативність є однією з головних цілей керівної системи підприємства. Разом з тим, ефективність керівного впливу, головним чином, визначається обранням менеджером стилем керівництва та його дієвості у конкретних ситуаціях.

Щодо визначення самого поняття «стиль керівництва», то існують різноманітні підходи [1-3], але головним чином вони зводяться до наступного:

- стиль керівництва – стійка система способів, методів та форм практичної діяльності керівника;
- прояв особистісних та професійних рис менеджера в комунікаціях з підлеглими;
- характерна манера поведінки менеджера в управлінській діяльності;
- гнучка манера поведінки менеджера, щодо підлеглих, яка змінюється залежно від ситуації та виявляється в способах виконання управлінських функцій, спілкуванні з підлеглими.

Сильне та результативне керівництво підприємством сприяє формуванню атмосфери участі, згуртованості, колективної підтримки цілей діяльності підприємства. Персонал мотивований на досягнення, подолання перешкод на шляху до досягнення організаційних цілей.

До факторів, які впливають на ефективність керівництва належать:

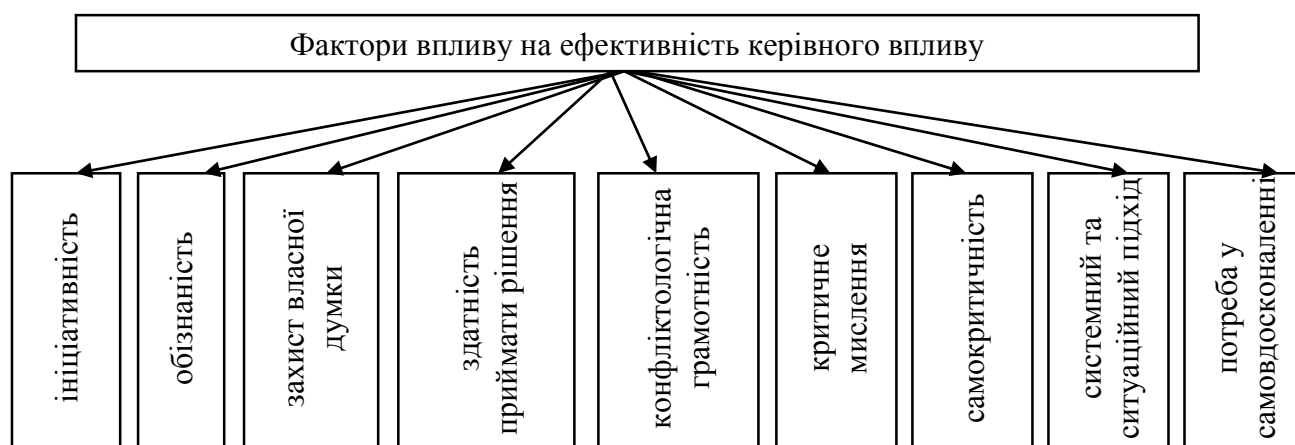


Рис. 1. Фактори та складові ефективності керівництва [власна розробка]

Який же стиль керівництва доцільно обрати сучасним менеджерам в непростих умовах функціонування підприємств в період воєнної агресії сусідньої держави?

Звертаючись до класифікації К. Левіна, виділяють [4]:

- 1) авторитарний, так званий стиль «я сам!»;
- 2) ліберальний – стиль повного делегування;
- 3) демократичний – стиль «голосування, виборів, спільного прийняття рішень».

Разом з тим, їх застосування у чистому виді у довгостроковому проміжку часу, на наш погляд та на погляд багатьох дослідників, є неефективним рішенням. Адже, для кожного з них є власні «ситуації успіху»:

- доречним авторитарний стиль є у форс-мажорних ситуаціях, ситуаціях, які потребують швидкого прийняття рішень або прийняття «непопулярних» рішень (наприклад, скорочення персоналу);

- доречним ліберальний стиль буде за умов наявності високопрофесійної та сильно мотивованої, в т. ч. самомотивованої команди з уже готовими ідеями, які сприяють досягненню не лише особистих цілей, але й організаційних;

- доречним демократичний стиль буде за умов наявності професійного, згуртованого, мотивованого персоналу, коли підприємство не перебуває у стані кризи та за умови, що колектив може функціонувати на демократичних засадах.

Отже, не існує найкращого стилю керівництва, а існує ситуація, специфіка бізнесу, сфери діяльності та персоніфіковані особливості колективу, команди. Менеджер має відчувати доцільність застосування того чи іншого стилю керівництва та не вагаючись його застосовувати. Його впевненість, на наш погляд, впливатиме на сприйняття обраного стилю підлеглими, як єдиного вірного у конкретній ситуації, або за конкретних умов. Але розраховувати лише на впевненість, на наш погляд, не доцільно. Сучасним менеджерам доцільно постійно розвиватися, бути гнучкими, критично оцінювати не лише ситуацію, але й власні прорахунки та перемоги в управлінській діяльності, розвивати комунікативну культуру та навички, інноваційне мислення.

Список використаних джерел:

1. Моргулець О. Б Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.

2. Калущка Л. В. Вплив стилю керівництва на ефективність управління персоналом. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2012. Вип. 2 (7). С. 74-80.

3. Бугас В.В., Рябуха А. С. Удосконалення стилів керівництва в управлінні персоналом підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5952> (дата звернення 03.05.2023).

4. Романова В. Диктатор, ліберал чи демократ: який стиль управління персоналом обрати. URL: <https://buduysvoe.com/publications/dyktator-liberal-chy-demokrat-yakuu-styl-upravlinnya-personalom-obraty> (дата звернення 03.05.2023).

УДК 338.26

МЕТА ТА ІЛІ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

М. В. Дуденченко
maryna.dudenchenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. М. Помаз, к. е. н., доц.

Особливості функціонування більшості господарюючих суб'єктів на сучасному етапі передбачає комплексне використання стратегічного системного маркетингу. Особливе значення також набуває впровадження та адаптація

регіонального маркетингу в контексті розвитку природно-економічного потенціалу.

Виступаючи складовою частиною регіональної економічної політики, регіональний маркетинг відрізняється від традиційного своєю спрямованістю на вирішення проблем регіону і його територіальних утворень та включає в себе розробку і реалізацію концепції комплексного розвитку економіки й соціальної сфери території, спрямовану на вирішення її соціально-економічних проблем.

Пріоритетним аспектом регіонального маркетингу є формування нових і зміцнення фактичних переваг для залучення у регіон економічних агентів, здатних підвищити добробут жителів регіону. Серед цілей такого маркетингу експерти зазначають [1, с. 125; 2, с. 166; 3; 5]:

- зростання ступеня ідентифікації громадян із територією проживання;
- забезпечення відомості про певну територію вище регіонального (національного);
- ріст зайнятості, доходів населення та якості життя, формування сприятливої демографічної структури, сприяння соціальному і культурному прогресу, збереження природного середовища та покращання екологічної ситуації;
- сприятлива для регіону реалізація ресурсного потенціалу;
- зростання конкурентоспроможності підприємств регіону;
- залучення у регіон нових підприємств та інвесторів з інших регіонів (країн);
- створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього бізнесу;
- залучення до регіону нових споживачів товарів і послуг, що виробляються (надаються) регіоном;
- створення позитивного ділового іміджу регіону в країні та за кордоном;
- реалізація внутрішнього маркетингу, спрямованого на створення корпоративної культури регіону, системи цінностей та самоідентифікації території, її населення й суб'єктів господарювання, розвиток соціального капіталу регіону.

У першу чергу, економічними суб'єктами маркетингових зусиль є зовнішні споживачі, приватний бізнес, місцеве населення, інвестори, відвідувачі. Це передбачає розробку і реалізацію регіональної політики, спрямованої на комплексний, стратегічний розвиток регіону, підвищення його конкурентоспроможності [4].

Отже, метою регіонального маркетингу є раціональна реалізація ресурсного потенціалу, підвищення конкурентоспроможності підприємств регіону, залучення до регіону нових інвесторів з інших регіонів, створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього бізнесу, створення позитивного іміджу регіону за кордоном. Також маркетинг спрямовується на створення корпоративної культури регіонів, системи цінностей і самоідентифікації території, її мешканців і суб'єктів господарювання, розвиток соціального капіталу регіону тощо.

Список використаних джерел:

1. Арженовський І. В. Маркетинг регіонів. *Економіка та держава*. 2007. № 3. С. 124–127.
2. Воронько Т. В. Сутність і головні цілі регіонального маркетингу як складової регіональної політики. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 1. (Бер). С. 164–168. DOI: <https://doi.org/10.31210/visnyk2012.01.40>.
3. Горбик В. М. Адаптація маркетингової складової функціонування механізму державного управління природно-економічним потенціалом регіонів. *Аспекти публічного управління*. 2019. Т. 7. № 1-2. С. 27–36. URL: <file:///C:/Users/Professional/Downloads/479-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-652-1-10-20190416.pdf>.
4. Давидова О. Г. Методи оцінювання туристичної привабливості регіонів країни. *Український соціум*. 2015. № 4. С. 97–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2015_4_11.
5. Соловйов І. О., Кліщевська А. Ю., Територіальний маркетинг в контексті розвитку регіонів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2021. № 43. С. 21–26. URL: <https://www.ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/743>.

УДК 338:330.3

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

С. М. Каниман

**tatyana.sazonova11@ukr.net*

Науковий керівник:

Т. О. Сазонова, к.е.н., доцент*

Ефективність управління персоналом залежить від ефективності управління його поведінкою, яка, в свою чергу, залежить від ціннісних орієнтирів працівників, установок (особистісних та організаційних), норм, якими вони керуються. Існує можливість неспівпадіння цінностей, орієнтирів, норм та установок персоналу з організаційними, або часткове неспівпадіння. Для ефективних менеджерів – це сигнал про проблемні місця в корпоративній культурі, або ж свідчення того, що управлінням її розвитком чи-то не займаються, чи-то займаються, суто, номінально. Створення єдиної системи цінностей, норм та правил, тобто корпоративної культури підприємства, сприяє поєднанню інтересів як працівників, так і структурних підрозділів і підприємства загалом, а також концентрації зусиль на досягненні стратегічних організаційних цілей, забезпеченню бажаної ефективності виробництва.

Основні поняття та складові сучасної корпоративної культури підприємства наведемо за допомогою даних табл. 1.

Таблиця 1. Основні композиційні складові корпоративної культури підприємства [сформовано на основі 1, с. 252-255]

Складова	Характеристика
Основа	ціннісний набір підприємства
Мета	управління поведінкою персоналу на основі формування єдиної системи цінностей, норм, правил, узгодження пріоритетів персоналу та підприємства, сприяння досягненню цілей персоналу та підприємства, реалізації генеральної стратегії
Завдання	згуртування трудового колективу навколо спільних інтересів, виховання фірмового патріотизму, що сприяє свідомому ставленню до праці, зростанню продуктивності, задоволенню працівників роботою та її результатами
Функції	виховна, мотивуюча, селективна, управлінська, комунікативна, стабілізаційна, захисна, оптимізаційна
Складові	ідеологія підприємства, цінності підприємства, культура взаємин із зовнішнім середовищем, культура менеджменту, культура виробництва, культура навчання та виховання персоналу, культура праці, правила та норми поведінки, культура соціально-трудоких відносин, символіка
Рівні прояву	зовнішній, внутрішній; об'єктивний, суб'єктивний

Реально діюча та свідомо сформована корпоративна культура допомагає персоналу:

- розвинути почуття приналежності до справ підприємства, досягнення організаційних цілей;
- заохочує його залучення в спільну діяльність по досягненню цілей підприємства та реалізації його стратегії;
- зміцнює внутрішньоорганізаційні відносини, стабілізує систему соціальних відносин між різними категоріями персоналу;
- підтримує індивідуальну ініціативу працівників, стимулює його до креативності та інноваційності;
- допомагає персоналу в досягненні особистого успіху;
- створює атмосферу єдності менеджерів і персоналу у підприємстві;
- розвиває професіоналізм, гнучкість та впевненість персоналу через систему делегування повноважень;
- зміцнює корпоративну родину.

Як зазначає Н. В. Гриценко, «гармонійно сформована корпоративна культура, що враховує як потреби роботодавця, так і потреби персоналу, – це не лише один з дієвих чинників нематеріальної мотивації, але і позитивний імідж підприємства у бізнес-середовищі» [2, с. 19]. Ми цілком поділяємо цю думку. Адже, якщо в системі формування та функціонування корпоративної культури підприємства є проблеми, вони проявлять себе наступним чином:

- спостерігатиметься відсутність зацікавленості та ініціативності персоналу, переважатимуть апатія та невмотивованість співробітників;
- на підприємстві пануватиме формальний підхід до виконання трудових функцій, посадових обов'язків;
- фіксуватиметься низький рівень особистої, колективної відповідальності за результати трудової діяльності;
- буде відсутній командний дух, згуртованості;
- велика ймовірність наявності високого рівня конфліктності, інтриг;
- наслідком буде – висока плинність кадрів, відсутність інтересу до роботодавця з боку висококваліфікованих кандидатів на наявні вакансії;
- у підсумку – погіршення ділового іміджу, репутації підприємства.

Отже, корпоративна культура повинна знаходитися в центрі постійної уваги сучасних менеджерів. Вона не лише сприяє зростанню ефективності системи управління персоналом, рівнем його мотивації та лояльності до підприємства, але й сприяє зростанню результативності та конкурентоспроможності підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Данюк В. М., Чернушкіна О. О. Сучасне розуміння корпоративної культури. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32606993.pdf> (дата звернення 01.03.2023).

2. Гриценко Н. В. Корпоративна культура як елемент системи управління персоналом. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 15(1291). С. 17-20.

УДК 331.1+658.3

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

В. С. Карпенко

**viktoria.voronina@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

В. Л. Вороніна, к. е. н., доц.*

Останнім часом дедалі більшої актуальності набуває питання системи управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства. Швидкий розвиток ринку, постійне збільшення вимог клієнтів змушують підприємства використовувати гнучкіші способи функціонування. Крім того, світова економічна криза розставила жорсткі пріоритети, і вже зовсім не багато фірм здатні вижити в нових умовах. Саме тому на перший план висувається поняття інновацій та конкурентоспроможності, як основа успішного функціонування та розвитку сучасного підприємства. Також, змінюються підходи і до системи управління кадровим потенціалом підприємства.

Дослідженню, що стосується питань системи управління кадровим потенціалом підприємства присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних авторів: В. Вороніної, М. Данько, П. Друкера, Д. Дячкова, М. Зось-Кіора, С. Ізмалкової, А. Кляйкнехта, М. Матвєєва, І. Маркіної, Р. Миронова, А. Миколаєва, С. Нікітіна, І. Потапюк, Б. Твісса, Т. Сазонової, Й. Шумпетера і ін. Але, на сьогодні, проблеми управління, оцінки та напрямків ефективного використання кадрового потенціалу підприємства залишаються мало дослідженими.

Конкурентні переваги підприємства на сучасному етапі неможливо уявити без наявності розвиненого кадрового потенціалу. Якісні характеристики персоналу: кваліфікація, енергія та воля, на думку Пола Кругмана, є перевагами другої природи розвитку соціально-економічних систем. Тут простежується потреба своєчасного формування людських ресурсів, адекватних вимогам інноваційного характеру розвитку сучасної організації. «Персонал – єдиний із усіх факторів виробництва, що несе у собі творчу складову. Понад те, процес конкуренції над ринком можна уявити як конкуренцію ідей чи конкуренцію генераторів ідей. Таким чином, можна сказати, що конкуренція в сучасних економічних умовах, виявляючись у суперництві товарів, послуг та фірмових технологій, є відображенням змагання персоналів підприємств» [1].

Вороніна В. Л. визначає управління людськими ресурсами наступним чином. «Управління людськими ресурсами – це стратегічний підхід в управлінні найціннішими активами компанії, а саме людьми, які колективно та окремо роблять свій внесок у досягненні організаційних цілей» [2].

Управління персоналом з урахуванням інноваційної специфіки повинно мати системний характер та потрібні відповідні інноваційні інструменти, за допомогою яких дана система буде функціонувати. Наразі для управління персоналом використовують такі інноваційні інструменти: мотивація, менторство, впровадження віртуального офісу, аутстафінг та ін.

Отже, з метою забезпечення стабільності та досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства (фірми) необхідно формувати, навчати та цілеспрямовано мотивувати його кадровий потенціал як один з економічних ресурсів підприємства.

Відповідно до здатності персоналу підприємства формувати інноваційні ідеї та реалізовувати їх з метою підвищення конкурентоспроможності і отримання конкурентних переваг, нами сформована наступна класифікація:

I тип – працівники, які активно розробляють нові ідеї та проекти, незалежно від того, як це сприймається колективом, а також стимулюють інших працівників до активізації їх творчості. Даний тип кадрів зустрічається рідко та дуже цінується організацією;

II тип – це працівники, що мають творчий запал та з ініціативою створюють нові ідеї. Однак, якщо їх ідеї не отримали схвалення з боку керівництва, то вони перестають проявляти ініціативу;

III тип – здатні до творчості працівники, проте проявляють активність за умов матеріальних та нематеріальних способів мотивації;

IV тип – особи, що прагнуть до новаторства за наявності високого рівня мотивації, але відчують брак знань та професіоналізму;

V тип – працівники, що мають приховані здібності до новаторства та творчості, але вони не підозрюють про наявність цих здібностей і проявляють їх під впливом зовнішнього стимулювання.

VI – працівники, що не мають здібностей до творчої діяльності та не проявляють креативності відносяться до шостого типу.

Вважаємо, що поділ працівників згідно даної класифікації дасть змогу керівникам можливість максимально використати потенціал та можливості працівників в напрямку активізації інноваційних процесів.

Інноваційний підхід до управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства передбачає вирішення однієї з головних протиріч системи управління кадровим потенціалом а саме розвиток творчого потенціалу в масштабах існуючої стратегії компанії. Для досягнення цього потрібні розробка та впровадження методів, механізмів, інструментів що дозволяють абсолютно по-новому втілити можливості розвитку творчого потенціалу працівників на довготривалий період, а разом із цим, здійснення постійних вкладень у людські ресурси, які дадуть можливість забезпечити конкурентоспроможність та ефективність компанії.

Отже, без інноваційного підходу до управління кадровим потенціалом в стратегії формування конкурентних переваг підприємства неможливе, оскільки персонал є частиною системи розвитку працівників та організації.

Список використаних джерел:

1. Бурачек І. В., Дащенко В. В. Формування кадрового потенціалу та управління його розвитком на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 320-323. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/67.pdf>.

2. Вороніна В. Л. Вплив трудового потенціалу на результати інноваційної діяльності підприємства. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 4. С. 42-48. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/14430>

УДК: 631.151:631.145

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНОЛОГІЧНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

О. М. Книш
dmiraf@ukr.net

Науковий керівник:
Т. Є. Іщейкін, к. е. н., доц.

Сучасні тенденції розвитку виробництва зумовлені глибинними змінами факторів функціонування підприємств: посиленням конкурентної боротьби;

впровадженням інновацій, нових технологій та сучасного програмного забезпечення; здорожчанням матеріальних та трудових ресурсів; необхідністю в найкоротші терміни перебудувати виробництво з метою розширення та заміщення номенклатури виробів та іншими аспектами [2; 5; 6]. Зазначене обумовлює необхідність переглянути сутність та особливості реалізації виробничо-технологічних процесів. Діяльність аграрних підприємств є надзвичайно багатогранною: з однієї сторони – це поточний виробничий процес випуску вже освоєної продукції, з іншої – постійний пошук нових замовників, ринків, інноваційних рішень. Загалом, виробничо-технологічна діяльність підприємства агропродовольчої сфери характеризується дуальністю: з одного боку – це є елементи, які визначають виробничо-технічну структуру підприємства, знаряддя й предмети праці, технологічні правила, що регламентують процес виробництва, розподілу продукції, проведення досліджень і розробок; з іншого боку – це чинники, які визначають соціально-економічну структуру підприємства, фахову підготовленість і спроможність до трудової діяльності, характер розподілу повноважень й відповідальності між працівниками у процесі прийняття управлінських рішень щодо операційних та виробничих аспектів діяльності [3; 6; 7].

Узагальнивши різноманітні класифікації бізнес-процесів аграрного підприємства, зокрема процеси, що забезпечують виробничо-технологічні перетворення та процеси, які забезпечують управління ними, доцільно викормити їх у наступну класифікацію (рис. 1).

До бізнес-процесів управління та розвитку відносять: стратегічне, тактичне, оперативне управління, розробка структури сільськогосподарської організації та відносин між структурними підрозділами; розробка та встановлення цілей, розробка принципів діяльності (політика взаємин із партнерами, клієнтами), бізнес-планування.

До управління якістю відносяться оцінка показників діяльності: створення системи оцінки, впровадження систем контролю якості та безпеки виробленої продукції та сировини, порівняння з конкурентами та іншими компаніями (бенчмаркінг), покращення процесів та систем: впровадження постійного процесу покращень, моніторинг процесів та систем, реінжиніринг бізнес-процесів.

Сукупність процесів, що становлять бізнес-модель підприємства агропродовольчої сфери сформувавши наступним чином [3-4]:

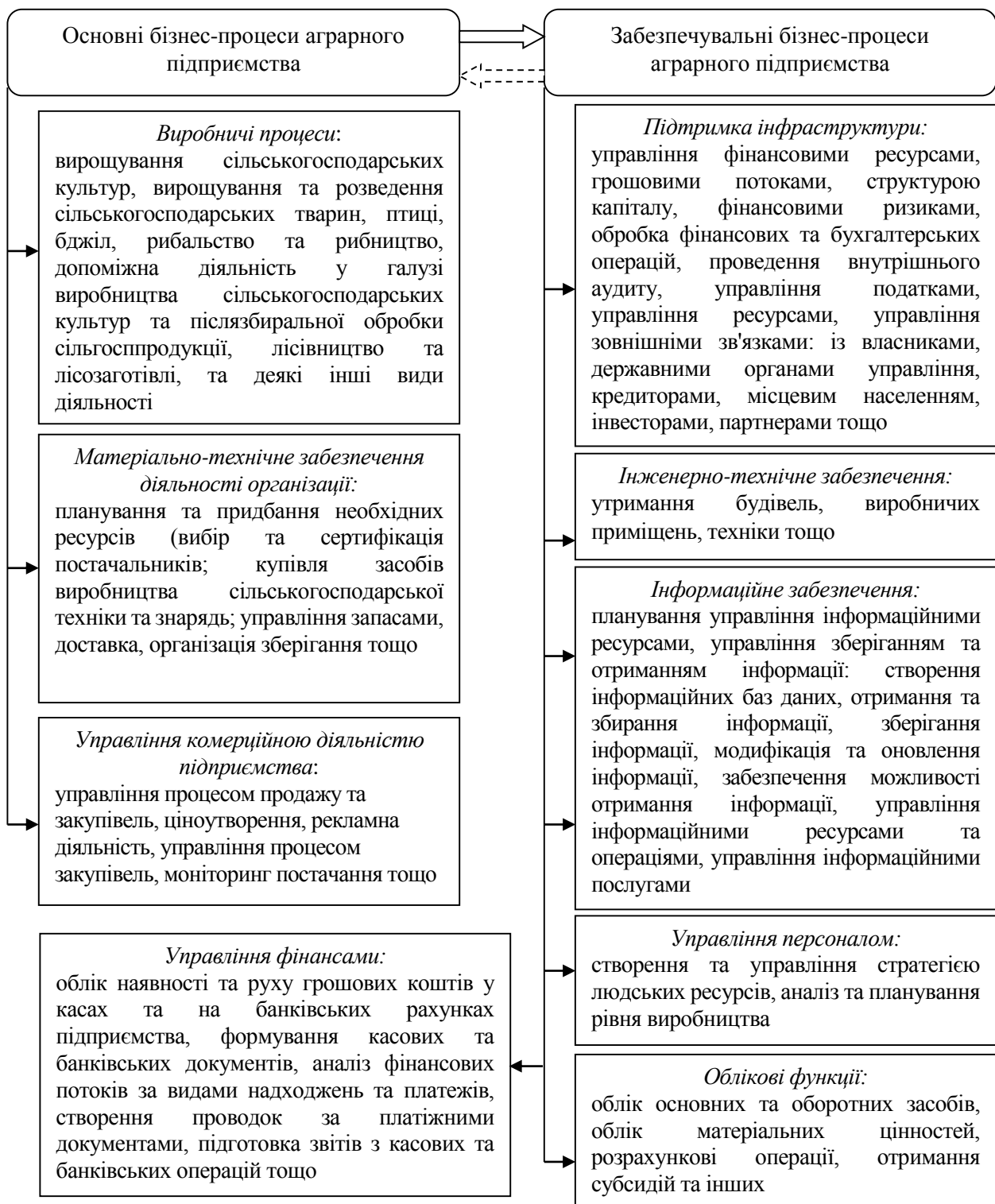


Рис. 1. Класифікація виробничо-технологічних та забезпечувальних бізнес-процесів аграрного підприємства [сформовано авторами на основі 1-7]

Виробничі процеси різних підгалузей аграрного підприємства. До прикладу: виробництво зернових культур, виробництво просапних культур, молочне скотарство, свинарство та птахівництво.

Збут продукції (сировини): формування переваг споживачів та стимулювання їх до покупок (реклама), налагодження контактів та укладання договорів з покупцями, забезпечення взаємовигідних угод, зберігання та

підготовка готової продукції до продажу, відвантаження (постачання) продукції (нульовий або однорівневий канал розподілу) продукції).

Постачання/закупівлі: управління закупівлями забезпечує автоматизацію бізнес-процесів, пов'язаних з визначенням потреб у товарах і матеріалах, вибором постачальників, створенням замовлень на закупівлю з прив'язкою їх до замовлення на продаж або внутрішньої заявки, плануванням надходження товарів тощо.

Управління якістю продукції: забезпечення підтримки кількісних характеристик однієї чи кількох властивостей продукції, що становлять її якість у процесі всього життєвого циклу за рахунок розробки та впровадження системи менеджменту якості та моніторингу процесів виробництва.

Бухгалтерський облік, фінанси: виконання облікових операцій з банку та каси, облік основних засобів та нематеріальних активів, облік виробництва продукції, облік розрахунків із бюджетом, облік розрахунків із зарплати.

Управління персоналом: оформлення прийому, перекладу та звільнення працівників відповідно до трудового законодавства, облік особового складу, систематична підготовка та перепідготовка працівників, організація контролю за станом трудової дисципліни та правил внутрішнього трудового розпорядку.

Корпоративне управління: управління операційною діяльністю, управління фінансами та економікою, управління персоналом.

Список використаних джерел:

1. Безгін К.С. Методичний підхід до прийняття рішень стосовно реінжинірингу процесу створення цінності на підприємстві. *Вісник Донецького національного університету*. 2010. № 1. С. 208–212.

2. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка*. 2015. № 7. С. 74–80.

3. Редько М.С. Стратегічна реструктуризація аграрних підприємств в умовах глобалізації: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». *Вінниця*, 2017. 179 с.

4. Стеченко Д. Сценарний підхід до реструктуризації підприємств на основі комплексу економіко-математичних моделей. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2013. Вип. 2(9). С. 195–215.

5. Ченаш В.С. Управління реструктуризацією промислових підприємств за умов інтеграційних процесів в економіці: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». *Хмельницький*, 2014. 258 с.

6. Дячков Д.В., Христенко Л. М., Волошина В. В. Управління техніко-технологічним оновленням ресурсного потенціалу аграрного підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. №2(84). С. 116-121.

7. Ткаченко Т.П., Кириченко С.О. Концепція безвідходного виробництва як фактор підвищення прибутковості підприємства. *Агросвіт*. 2018. № 9. С. 60–63.

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. В. Кузьменко, А. О. Бут
kuzmenkoalinka18@gmail.com

*Науковий керівник:
Т. О. Сазонова, к. е. н., доц.*

Одним із найвагоміших факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах виступає людський капітал, що у свою чергу потребує ефективного менеджменту підприємства, пов'язаного із формуванням системи мотивації персоналу, яка забезпечує оптимальне керування людським ресурсами, стимулювання потенціалу персоналу та ефективну реалізацію встановлених цілей як працівників, так і підприємства.

Високий рівень мотивації призводить до підвищення морального духу та продуктивності праці. При формуванні системи мотивації персоналу менеджер повинен враховувати, щоб вона була проста та зрозуміла для працівника, була гнучкою та дозволяла заохочувати кожен позитивний результат роботи.

На сьогоднішній день, актуальності все більше набувають методи психологічної мотивації в табл. 1.

Таблиця 1. Методи психологічного спонукання та їх характеристика
[складено на основі 1; 2, с. 26; 3; 4, с. 449; 5, с. 212]

Метод	Характеристика
Переконання	вплив на волю працівника за допомогою логічних засобів, спрямованих на зняття напруженості в колективі, психологічних бар'єрів
Навіювання	цілеспрямований вплив суб'єкта управління на об'єкт управління шляхом впливу керівника на психіку підлеглого. Найбільшу ефективність дає застосування цього методу в конфліктних ситуаціях, оскільки з його допомогою можна безпосередньо впливати на волю працівника. Навіюваність багато в чому залежить від авторитету переконуючого. Високі морально-психологічні якості навіювача мають важливе значення в підвищенні ефективності застосування розглянутого методу
Наслідування	вплив на волю працівника за допомогою особистого прикладу. Керівник або сам демонструє зразок належного поведінки, або вказує на працівника, чия поведінка може служити зразком. Керівник насамперед сам зобов'язаний бути зразком у своїй поведінці і діяльності, бо він знаходиться в центрі уваги всіх, до його поведінки все придивляються, його дії обговорюються і оцінюються. Керівник, як правило, служить в якості еталону поведінки для керованих, для всіх тих, хто постійно контактує з ним
Залучення	спонукальний прийом, за допомогою якого працівник-виконавець стає учасником процесу підготовки та реалізації рішень, прийнятих керівником
Надання довіри	психологічний вплив, що виражається в підкресленні, виділенні позитивних якостей працівника, його досвіду, кваліфікації і т.д., в вираженні впевненості в його можливостях, що підвищує моральну значимість дорученого завдання
Примус	психологічний вплив на працівника, що змушує його (іноді всупереч волі і бажанню) виконати відповідне завдання

Високий рівень мотивації призводить до підвищення морального духу та продуктивності праці. При формуванні системи мотивації персоналу менеджер повинен враховувати, щоб вона була проста та зрозуміла для працівника, була гнучкою та дозволяла заохочувати кожен позитивний результат роботи. Розміри заохочення повинні бути економічно та психологічно обґрунтовані. Система заохочень повинна формувати у персонала відчуття справедливості матеріальних винагород і сприяти підвищенню зацікавленості щодо покращення не лише індивідуальної роботи, але і роботи в ділових стосунках з іншими співробітниками. Більшість підприємств базуються на винагороджувальній мотиваційній системі.

Матеріальна мотивація передбачає винагороду в грошовому еквіваленті. Вона може бути застосована по відношенню до одного працівника або групи. Нематеріальна мотивація сприяє покращенню психологічно-емоційного стану співробітників. Вона може бути застосована як до одного працівника, так і до всього колективу. Однак, щоб уникнути проблеми звільнення кваліфікованих кадрів, мотивація праці персоналу повинна включати нематеріальну форму теж. Окрім перерахованих вище форм заохочення, не останню роль відіграє мотиваційний клімат, який тісно пов'язаний із задоволеністю роботою. Працівники отримують користь від дружньої атмосфери, комфортного робочого місця, зручного розміщення підприємства, сучасного обладнання для праці та хорошого економічного становища компанії. Всі вище наведені критерії, передбачають підвищення продуктивності праці персоналу.

Ефективна діяльність підприємства може бути лише тоді, коли продуктивність праці залучених працівників знаходиться на найвищому рівні. В останні роки все більше менеджерів вважають мотивацію персоналу основою для розвитку підприємства. Для зростання підприємства важливо підтримувати заохочення працівників, зберігати якісні трудові ресурси. Для цього необхідно сформувати ефективну мотиваційну систему управління, яка враховувала б не лише можливості та потреби підприємства, але й зовнішні умови.

Для цього менеджер має сформувати не просто систему мотивації персоналу на основі базових ідей, підходів, але й адаптувати її до умов конкурентного середовища, особливостей діяльності підприємства, потреб та очікувань працівників. На підприємстві повинен існувати зворотній зв'язок між менеджером та працівником. Для керівника це інструмент, який дозволяє:

- висловити визнання працівникові і підтримати його мотивацію;
- зрозуміти причини небажаного поведінки працівника;
- скорегувати поведінку працівника, який відхиляється від стандартів;
- спрямувати працівника на розвиток в конкретному напрямку.

За умови проведення грамотної аналітичної роботи, що передуює реорганізації системи мотивації, підприємство отримує можливість отримати вагомі переваги порівняно із конкурентами.

Отже, система мотивації є сукупністю заходів, спрямованих на заохочення персоналу підприємства до ефективної праці, нарощування рівня конкурентоспроможності підприємства. Управління персоналом є важливою

сферою у галузі керівництва будь-якою бізнес-структурою і містить ключ до всіх рішень і успішного управління. Управління персоналом також займається людськими та соціальними наслідками зміни внутрішньої будови організації або звичних підходів до роботи, а також економічними і соціальними змінами у суспільстві. Основна мета управління персоналом полягає у створенні більш ефективної координації між усіма членами компанії, починаючи від керівного вищого рівня і далі вниз до підлеглих, щоб покращити співпрацю між різними ланками працюючих, підвищити генерування інноваційних ідей, окреслити цілі та задачі, які компанія ставить перед собою.

Виходячи з того, що основною метою управління персоналом в сучасній організації є розкриття особистості працівника, забезпечення і підтримка безпечних та комфортних умов його праці. Природним є збільшення уваги до гуманізації виробничого процесу. Перехід до нового, орієнтованого на гуманістичні цінності стану суспільства можливий лише за відмови від залишкового принципу фінансування соціальної сфери і надання їй пріоритету.

Список використаних джерел:

1. Переконавання. Психологіс. Енциклопедія практичної психології : веб-сайт. URL : <http://psychologis.com.ua> (дата звернення 09.02.2023).

2. Антоненко О. Ю. Роль навіювання в суспільному житті. *Актуальні проблеми психології*. Т. 7. Вип. 20. Ч.1 С. 25-28. URL : <http://ecopsy.com.ua> (дата звернення 09.02.2023).

3. Білосорочка С. І. Соціально-психологічні методи державного управління: узагальнення основних понять. *Теорія та практика державного управління*. 2014. Вип. 4 (43). URL : <http://www.kbuara.kharkov.ua> (дата звернення 12.02.2023).

4. Лизунова О. М., Іщенко Я. Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 14. С. 448-456.

5. Ковалів М. В. Переконавання та примус як загальні методи впливу в органах виконавчої влади. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2015. №1. С. 211-219.

УДК: 339.138:004.9

КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

А. В. Недотятко
dmiraf@ukr.net

Науковий керівник:
Н. В. Баган, PhD

У більшості сучасних науково-практичних публікацій, що стосуються аналізу внутрішньої комунікації, дослідники акцентують увагу на конкретних сферах її використання. Тому комунікація, як правило, розглядається як інструмент

і аналізується з точки зору його застосування внутрішньому маркетингу, кадровому маркетингу, внутрішніх зв'язках з громадськістю та управлінні організаційними комунікаціями [1; 4; 5; 7; 10]. Проте дедалі більше авторів сприймають внутрішню комунікацію як важливий, складний і незалежний процес, що включає себе безліч сфер впливу і вирішує низку завдань [3; 5; 6; 9]. Однією з основних характеристик комунікації є цілеспрямованість. В силу цього, організаційна комунікація повинна мати чітко визначений набір цілей, що реалізуються за допомогою комунікаційних процесів, які здійснюються всередині організації.

Дослідження теоретико-методичних засад комунікацій в сучасному бізнес-середовищі підприємства, перш за все, потребує визначення сутності поняття «комунікація». Трактують терміну «комунікація» досить багато і залежать вони від підходів, що використовуються авторами (лінгвістичний, філософський, психологічний, соціальний, економічний тощо). При цьому навіть у межах одного підходу поняттям «комунікація» характеризують різні процеси [1; 2; 7; 9; 10].

Зважаючи на диференційний характер сутності поняття комунікації та комунікаційних процесів, різноманітність підходів до визначення їх сутності та ролі на сучасному підприємстві, існує широка різноманітність видів й типів комунікацій, відповідно які, різними авторами, поєднуються у різні класифікації, групуються за різними ознаками, залежно від сфери та напрямків досліджень. З метою кращого розуміння класифікації комунікацій, було розроблено загальну схему їх типізації (рис. 1).

Власне, комунікаційний менеджмент – управлінський термін, який з'явився в нашій країні під час ринкових перетворень, і визначає: по-перше, управління комунікаціями й зв'язками фінансів, трудових ресурсів та організаційних структур як об'єктів управлінського впливу; по-друге, – це метод, спосіб використання засобів впливу з метою підвищення ефективності виробництва та використання трудових ресурсів; по-третє, – це особлива форма управління на рівні організації, підприємства, корпорації. Слід підкреслити, що управління комунікаціями не є самоціллю менеджменту, хоча ці процеси в організації потребують постійного контролю, регулювання та прийняття певних рішень [2; 4; 6; 9]. Водночас, використання в управлінні комунікацій є більш ефективним, ніж застосування інших методів.

Більшість концепцій менеджменту «по-своєму» оцінюють роль і призначення комунікацій в організації:

- у «системі тейлоризму» управління за допомогою комунікацій зводиться до раціоналізації вертикальних комунікаційних процесів зв'язків (чіткість, ясність поставлених завдань, уроків і форм контролю їх виконання).

- з погляду «школи людських відносин» управління за допомогою комунікацій є оптимізацією спілкування «по горизонталі» для більш ефективного функціонування організації;

- концепція «збагачення змісту праці» більшу увагу приділяє внутрішньоособистісній комунікації (змістоутворення, мотивації працівника), спрямованої на підвищення продуктивності праці та якості роботи, а також досягнення задоволеності працею [1; 4; 6; 7; 9; 10].

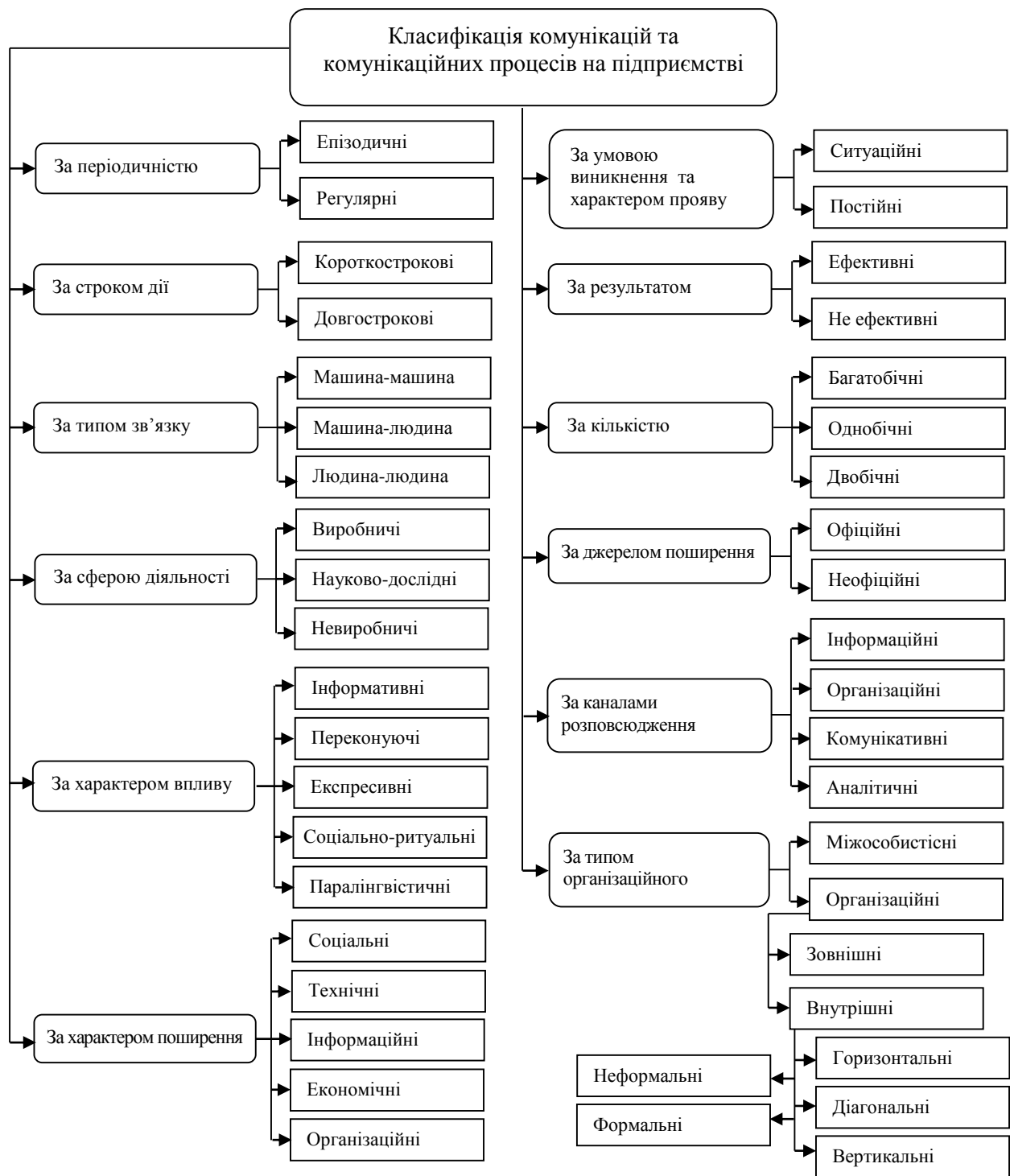


Рис. 1. Загальна схему класифікація комунікацій та комунікаційних процесів підприємства в умовах бізнес-середовища [згруповано на основі 1-10]

Управління за допомогою комунікацій нині стає ключовим питанням теорії та практики менеджменту. Це пояснюється усвідомленням тісної кореляції між розв'язанням проблем порядку (стійкості, впорядкованості, рівноваги в організації) та змісту (мотивів, орієнтацій персоналу та менеджменту, пов'язаних із працею, кар'єрою, приналежністю до організації тощо). Ця кореляція є наслідком соціокультурної диференціації організації.

Отже, становлення комунікаційного менеджменту ввїбрало в себе множину моделей комунікаційного процесу, які послідовно ускладнювалися за рахунок

появи нових компонентів. Зазначене потребує постійних досліджень теорії комунікаційного менеджменту, а також апробації зазначених досліджень в практичній сфері діяльності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бабіна О. В., Іоффе М. В., Хоменко І. Б., Якимчук А. Ю. Комунікації в бізнесі в сучасних умовах воєнного стану України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 13/14. С. 21–27.
2. Батченко Л. В., Бондар І. С., Русавська В. А. Інформаційна безпека комунікаційного простору ЄС. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2017. С. 171–202.
3. Дячков Д. В. Євченко В. І. Особливості формування комунікаційного механізму управління підприємством. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. Луцьк, Вип. 1(28)*. 2015. С. 22–27.
4. Завражний К. Ю. Організаційно-економічні засади управління комунікаційними бізнес-процесами промислових підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04, *Сумський державний університет. Суми, 2020*. 20 с.
5. Кузик, О. В. Розвиток маркетингових комунікацій в аграрному бізнесі України. *Економіка та держава*. 2018. № 8. С. 27–30.
6. Сальнікова О. Ф., Кушнір В. О., Чернобай О. Ю. Розбудова системи стратегічних комунікацій: досвід НАТО. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 21. С. 84–89.
7. Сотник І. М., Таранюк Л. М. Бізнес-комунікації в підприємстві. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник. Суми : Університетська книга, 2018. С. 37–52.
8. Чукут С. А., Яценко В. О. Комунікаційні стратегії в публічному управлінні та адмініструванні: зарубіжний та український досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 12. С. 72–79.
9. Ярема І. Теоретико-методологічні основи поняття «цифрова комунікація». *Вісник Книжкової палати*. 2022. № 2. С. 47–52.
10. Ярова Г. Д. Генезис наукових поглядів на комунікації у публічному управлінні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 11. С. 103–107.

УДК 338.1

ПРИНЦИПИ ТА ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ

С. Р. Сердюк

**viktoria.voronina@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

В. Л. Вороніна, к. е. н., доц.*

Роль та значення прибутку у забезпеченні ефективного функціонування та розширеного відтворення зумовлює необхідність розробки теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо формування системи управління прибутком

підприємств. Безумовно, основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі.

Аналіз теорії та практики управління підприємствами показав, що необхідно в управлінні прибутком дотримуватися певних регулятивних принципів (табл. 1).

Таблиця 1. Принципи управління прибутком

Принцип	Зміст
Принцип об'єктивної необхідності	питання про необхідність системи управління прибутком безпосередньо пов'язане з існуванням підприємства, його діяльністю, яка орієнтована на прибуток
Принцип безперервності	діяльність підприємств має безперервний характер товарообігу, тому система управління результатами цієї діяльності повинна функціонувати постійно
Принцип системності	кожне управлінське рішення у галузі формування прибутку прямо або опосередковано впливає на його рівень
Принцип інтеграції	передбачає узгодженість цілей системи управління прибутком і стратегічних цілей розвитку підприємства
Принцип оптимальності	розробка управлінського рішення повинна бути спрямована на досягнення найбільшого економічного ефекту при існуючих ресурсних обмеженнях
Принцип відповідальності	побудова системи управління прибутком, відповідно до організаційної структури, дозволить пов'язати діяльність кожного підрозділу з відповідальністю конкретних суб'єктів управління і оцінити внесок кожного підрозділу у загальні результати діяльності підприємства
Принцип інформаційної забезпеченості	якість будь-якого управлінського рішення, у тому числі у сфері управління прибутком, визначається поінформованістю суб'єкта управління, як про зовнішнє, так і про внутрішнє середовище підприємства, тому ефективність кожної керуючої системи значною мірою залежить від якості використовуваної нею інформаційної бази
Принцип інтегрованості	організаційне забезпечення системи управління прибутком повинно відповідати загальній системі управління прибутком, що дозволяє знизити загальний рівень управлінських витрат, забезпечити узгодженість дій систем управління та підвищити ефективність контролю за прийнятими рішеннями

Джерело: систематизовано автором за [1]

Як і будь-яка система управління, система управління прибутком здійснює свою мету та основні завдання за допомогою реалізації деяких функцій. Перелік основних функцій системи управління прибутком підприємства представлений на рис. 1.



Рис. 1. Основні функції системи управління прибутком підприємства
Джерело: систематизовано автором за [2]

Враховуючи роль та значення прибутку у розвитку підприємства нами аргументовано необхідність формування системи управління ним, яку запропоновано розглядати як комплексну, інтегровану в загальну концепцію управління підприємством систему, орієнтовану на виконання тактичних і стратегічних завдань, у якій передбачається можливість моделювання альтернативних варіантів їх вирішення на основі виявлення та аналізу чинників, що впливають на обсяг прибутку, для досягнення певного рівня конкурентоспроможності й іміджу підприємства з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Управління прибутком торговельних підприємств: [монографія]. Полтава: Вид-во ПП «Астроя». 2018. 167 с.
2. Гуменюк В. С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 20. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/1.pdf

**ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ**

*А. С. Сидоренко, Є. Г. Савінова**
**yelyzaveta.savinova@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
Т. В. Воронько-Невіднича, к. е. н., доц.*

Розв'язання завдань щодо забезпечення результативності господарювання підприємств агропродовольчої сфери, зростання конкурентоспроможності їх продукції, національної економіки в цілому не можливо без переходу країни на шлях інноваційного розвитку, активної адаптації, генерування знань та забезпечення їх ефективного перетворення у наукоємну технологію, нові інноваційні види продукції, товари, послуги.

Для господарюючих суб'єктів агропродовольчої сфери питання розроблення, запозичення, придбання та впровадження нових технологій стає особливо актуальним, оскільки його вирішення дає змогу забезпечити зниження собівартості продукції (товарів, робіт, послуг) за рахунок мінімізації усіх видів втрат, збільшення продуктивності праці, зростання конкурентоспроможності продукції, підвищення результативності господарювання, підвищення якості менеджменту підприємства тощо.

Як зауважують експерти, конкурентоспроможність підприємства – це узагальнююче, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання суб'єкта. До цих факторів належать фінансова стійкість, прибутковість підприємства, рівні автоматизації і механізації праці підприємства, доступ до ринку ресурсів та нових технологій, якість вироблених товарів, масштабність проведення та впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт тощо [1].

У свою чергу, що технологія – це те, яким чином відбуваються процеси виробництва чи здійснення процесів, а тому технології це інструментарій і водночас методологія, яка забезпечує можливості зміни, удосконалення системи, в тому числі і управлінської [2].

Технологічний менеджмент має низку трактувань і визначень його сутності й змісту. Зокрема, технологічний менеджмент, спрямований на використання навичок, методів та механізмів управління з метою розробки та впровадження нових технологій та більш ефективного використання наявних технологій та техніко-технологічних можливостей [3].

Дослідниками визначається, що стратегічне управління технологіями здійснюється з ціллю найбільш ефективного поєднання науково-дослідницької діяльності з плануванням, проектуванням та впровадженням продукції в виробництво та її подальшою комерціалізацією [4].

Успішне досягнення визначеної мети не можливе без упровадження управління інноваційно-технологічним розвитком як на макрорівні, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання, без освоєння керівниками підприємств агропродовольчої сфери як теорії, так і практики технологічного менеджменту.

Отже, за сучасних умов технологічний менеджмент підприємства агропродовольчої сфери має включати активну розробку, створення, впровадження інновацій, формування нових технологій і вдосконалення існуючих технологій, а також рішення про відмову від застарілих технологій, забезпечуючи таким чином технологічне оновлення. Це забезпечить високу конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, ефективну реалізацію та прибутковість на ринку, забезпечить динамічний технологічний та економічний розвиток підприємств у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Воронько-Невіднича, Т. В., Василенко, М. В., Лещин, Д. І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 15. С. 23-27. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/51.pdf>.

2. Лігоненко Л. О. Технологічний розвиток підприємства як об'єкт управління. Вісник Приазовського державного технічного університету. 2016. № 31(1). С. 63-69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31%281%29_9.

3. Мілько І.В. Концептуальні підходи до управління технологічною конкурентоспроможністю підприємств. *Економіка та держава*. 2015. № 2. С. 118-121 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2015_2_27.

4. Burgelman R.A. *Strategic Management of Technology and Innovation*. 5th edition. McGraw-Hill Irwin, 2009.

УДК 331.101

INCREASING STAFF PRODUCTIVITY, TAKING INTO ACCOUNT THE ECONOMIC AND POLITICAL SITUATION IN THE COUNTRY

D. V. Stavytska
ishcheikin.tymur@pdaa.edu.ua

Academic supervisor:
T. E. Ischeykin, PhD, Assoc. Prof.

The relevance of the research topic is due to the need to optimize the work of Ukrainian enterprises by managing their labor potential, taking into account the innovative component. After all, in the conditions of wartime and post-war situation in Ukraine, the establishment of market relations and global innovative development of foreign countries, the socio-economic development of enterprises in all sectors of the national economy is impossible without the development of science and technology, the introduction of innovative management mechanisms, modernization and

improvement of production, and increasing the level of intellectual potential of employees.

It is obvious that the success of economic and innovative development of the country and regions is impossible without the formation of the most important strategic resource - innovation-oriented personnel capable of responding flexibly to changes in the external environment and prone to innovative thinking. The main reason for the insufficiently high level of development of innovative labor potential, as practice shows, is an inefficient system of managing the processes of its formation and development, as well as the inability and unpreparedness of labor personnel to work in modern conditions.

In defining the essence and indicators of assessing the level and efficiency of labor potential use, we believe that the following provisions should be highlighted: 1) The essence of labor potential is determined by the indicator and methods of assessing its level; 2) Labor potential is an element of production potential; 3) There are three levels of labor potential assessment: human potential; enterprise (industry) potential; society (region) potential; 4) The level of labor potential should be determined by the following factors: professional training, physical health, socio-demographic composition of the population, its intellectual and cultural level; labor motivation, social labor intensity, etc. In fact, a qualitative assessment can be reduced to identifying factors of productive labor force (intensive factors); 5) Labor potential should be perceived as a public socio-economic category (labor mentality); 6) As a result of production use, the potential level of labor should be transformed into its actual level.

The labor potential of an enterprise as a system is always greater than the sum of its constituent parts - the individual labor potentials of individual employees [1]. The mere association of employees into a single and systematically organized labor process generates the effect of collective labor, which exceeds the sum of the forces of employees acting individually. Thus, if the combination of physical and spiritual abilities of a person is the basis of the labor potential of an individual, then the productive force arising from the joint activities of different individuals is the basis of the labor potential of the enterprise team. It should be borne in mind that labor collectives have different potentials depending on the territorial location of the enterprise, industry, production size, gender and age structure, etc. In addition, each enterprise has its own peculiarities of team formation, labor traditions, and relationships between employees [2].

In our opinion, measures to increase staff productivity, taking into account the instability of the country's economic and political situation, should be carried out using the following methods (Table 1):

Table 1. Summary of measures to increase labor productivity

Events	Characteristics of the events
Moderate staff turnover	Cross-training will allow employees to learn from each other: <ol style="list-style-type: none"> 1) to acquire new knowledge and skills; 2) study technological processes; 3) to better understand the activities of the structural unit and the business processes that take place in it

Regularly holding thematic forums with employees	Holding forums on topical issues will allow: 1) answer questions; 2) promptly resolve issues that arise; 3) suggest ways to resolve production situations; 4) to establish informal relations, which will help to form loyalty and commitment of employees to the company
Holding open Seminars by employees of various structural units	Holding short open seminars prepared by employees of a particular Department of the enterprise to familiarize other employees with the main characteristics of their work and the processes that are performed on a regular basis. This will help to understand the causes of possible destabilizing processes
Conducting mutual training	It is advisable to use mutual training of personnel in cases where employees perform similar tasks, but there is a need to master new knowledge in technological processes
Temporary exchange of specialists	Mutual exchange will allow us to study mistakes in the implementation of innovations to avoid them in the future, as well as to learn from the experience of companies operating in the same industry

Thus, the innovative capabilities of an enterprise and its innovative potential are the core of the development of the entire potential of the enterprise. Therefore, for successful innovation and comprehensive socio-economic development of enterprises in any sector of the national economy, certain conditions are necessary under which the innovation potential should be used as efficiently as possible. This requires enterprises to be constantly updated and transformed, to be able to perceive and implement innovations, and to increase the efficiency of innovation processes. Taken together, the above will contribute to the achievement of the goal and implementation of a set of strategic objectives of the enterprise.

References:

1. Zos-Kior M. V., Semenyuta M. V. System of evaluation of enterprise personnel in competitive business conditions. *Effective economy*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7648>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.2.7
2. Markina I. A., Voronina V. L., Filatova K. E. Personnel management in the conditions of sustainable innovative development of the enterprise. *Entrepreneurship and innovation*. 2021. № 17. С. 39-42. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/420>

УДК 658.3.07

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

О. В. Трохимчук
*nataliia.chernikova@pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. М. Чернікова*, к. е. н., доц.

У сучасних реаліях актуальним є питання здійснення стратегії управління персоналом підприємства. Управління персоналом в структурі сучасного

менеджменту може характеризуватися як одна з ряду найважливіших частин цієї системи, оскільки в організаційному відношенні управління персоналом охоплює всіх працівників і всі структурні підрозділи в організації, які несуть відповідальність за роботу з персоналом. Структура сучасного менеджменту враховує взаємозв'язок між окремими аспектами управління персоналом і виражається в розробці кінцевих цілей, визначенні шляхів їхнього досягнення, створення відповідного механізму управління.

Отже, управління персоналом в системі менеджменту спрямоване більше на практичні дії, ніж на концептуальні процедури і правила. Спираючись на теоретичні основи сучасного менеджменту організації, можна визначити, що процес управління персоналом включає сукупність методів, процедур і програм впливу організації на своїх співробітників з метою максимального використання їхнього потенціалу [1].

Таблиця 1. Організаційно-функціональна модель управління персоналом

Цілі управління	Забезпечення організації кадрами, їх ефективне використання, професійний і соціальний розвиток		
Функції управління (укрупнені блоки)	1. Розробка стратегії, прогнозування і планування персоналу 2. Підбір, оцінювання і навчання персоналу 3. Організація, мотивація і адаптація працівників 4. Використання і розвиток персоналу, управління діловою кар'єрою. 5. Правове і інформаційне забезпечення процесу управління персоналом		
Структура управління	Структурно-функціональні ланки управління персоналом організації: а) лінійні і функціональні керівники; б) апарат служби управління персоналом		
Методи	-організаційно-розпорядчі; - економічні; -соціально-психологічні		
Процес управління	предмет праці	засоби праці	праця
	інформація	комп'ютери, засоби зберігання, передачі і надання інформації	керівники, спеціалісти, технічні виконавці

Організаційно-функціональна модель управління персоналом (табл. 1) демонструє, що управління персоналом виступає одночасно і як система організації, і як процес, і як структура. В контексті цього можна зробити висновок, що управління персоналом в структурі сучасного менеджменту представляє сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування, розвиток і використання персоналу організації, реалізованих як низка взаємозалежних напрямків і видів діяльності.

Результативність господарювання на підприємстві великою мірою залежать від якості чинної системи управління персоналом. Під системою управління розуміють багатовекторну діяльність відповідних відділів підприємства, галузевих органів та органів центральної виконавчої влади, вона охоплює низку функціональних підсистем.

Загальна сучасна тенденція, характерна для практики підприємств в ринковій економіці, полягає в орієнтації на комплексний, системний підхід в

управлінні персоналом, в спробах здійснення цілісного охоплення різних сфер, аспектів, функцій, що в свою чергу передбачає органічну ув'язку політики в області праці з перспективними планами організації [2].

Таким чином, управління персоналом в структурі сучасного менеджменту набуває особливого значення, є однією з найбільш важливих функціональних сфер в організації, яка може забезпечити підвищення ефективності її роботи.

Список використаних джерел:

1. Брич В. та ін. Трансформація системи управління персоналом підприємств: монографія. Тернопіль: ВПЦ "Економічна думка ТНЕУ. 2020. 212 с.
2. Як українська HR-індустрія відповідає на виклики сьогодення та готується до майбутнього: HR Innovation Research. URL: http://drive.google.com/file/d/1ZDe_tvN8pw82dMyvRHUTUYJdfWntoXt8/view.

УДК 364-78:005.8(075.8)

СОЦІАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

М. В. Шарлай
**tetiana.sazonova@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Т. О. Сазонова, к. е. н., доц.*

Соціальне проектування на сьогоднішній день не втрачає актуальності, адже наразі виникає безліч соціальних проблем, зумовлених повномасштабним вторгненням сусідньої держави в Україну та загостренням соціально-економічної кризи у зв'язку з цим. Саме через соціальні проекти реалізується можливість креативного, нестандартного, інноваційного вирішення нагальних соціальних проблем та задоволення соціальних потреб.

Сфери соціального проектування сучасних підприємств (рис. 1).

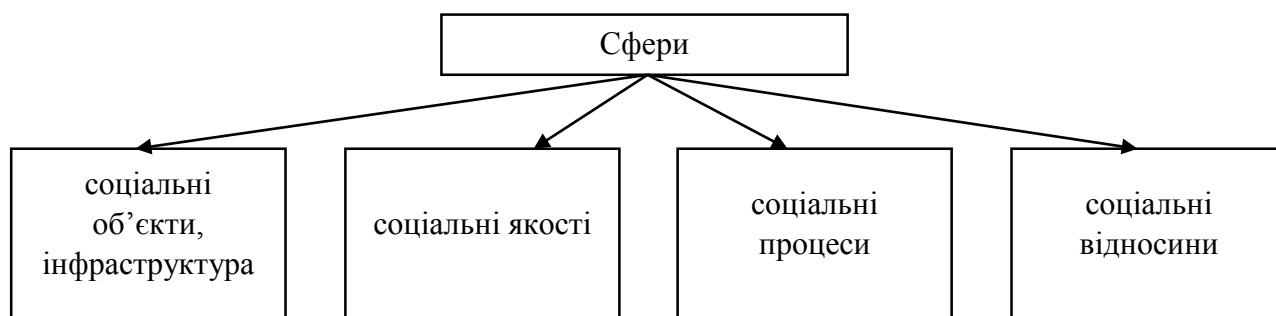


Рис. 1. Сфери соціального проектування сучасного підприємства [власна розробка]

Соціальне проектування – це конструювання індивідом, групою чи підприємством дії, спрямованої на досягнення соціально важливої мети, яка є локалізованою за місцем, часом і обмежена ресурсно [1].

Особливістю соціального проектування є той факт, що успішний соціальний проект завжди буде результатом колективної, спільної діяльності, яка спрямована на покращення ситуації у конкретному соціальному середовищі

(території, підприємстві), вирішити проблеми, визначеної завчасно, соціальної групи (цільової), у конкретний час.

Сам механізм соціального проектування нічим не відрізняється від звичайної проектної діяльності: етапи, процеси, ознаки, обмеження, вимоги, умови успішності – ті ж самі.

Разом з тим, кожен соціальний проєкт – це сконструйоване ініціатором (ініціаторами) соціальне нововведення, метою якого буде або створення, або модернізація, або підтримання, або розвиток певної соціально цінності (матеріальної або духовної) в конкретному соціальному середовищі.

Серед напрямків соціального проектування сучасних підприємств можна виділити наступні:

- 1) освіта;
- 2) волонтерство, яке може бути на один з цих векторів або ж на всі:
 - допомога ЗСУ;
 - допомога ВПО;
 - допомога соціально не захищеним верствам населення;
 - допомога тваринам;
- 3) захист та підтримка відтворення навколишнього середовища;
- 4) сприяння посиленню безпеки на певній території;
- 5) поліпшення умов життя місцевої громади, персоналу;
- 6) сприяння поширенню культури здорового способу життя, різні заходи з охорони та підтримки здоров'я громадян, персоналу.

Розробці соціального проєкту передуює етап обрання проєктної ідеї та ініціювання. Для цього необхідно:

- 1) провести якісний моніторинг середовища, на яке буде спрямований проєкт. Визначити пріоритетні проблеми і, відповідно, завдання;
- 2) сформулювати проєктну ідею, використовуючи метод мозкового штурму, експертний метод, метод «вживання у роль», метод асоціативного мислення, діаграму Ішикави тощо;
- 3) визначити та описати очікування та потреби всіх стейкхолдерів;
- 4) сформулювати мету, використовуючи SMART-критерії;
- 5) згенерувати сценарії реалізації соціального проєкту;
- 6) презентувати проєкт.

Ініціація та реалізація соціальних проєктів на локальному рівні та локальним бізнесом має ряд переваг, адже саме такі організації та підприємства дотичні до соціальних особливостей регіону, в якому вони функціонують, вони щоденно стають свідками актуальних проблем громад, в яких функціонують і можуть запропонувати ідеї для їх вирішення. Головне – соціальний проєкт має принести позитивний результат, а для цього він не обов'язково має бути масштабним чи витратним. Реалізуючи соціальні проєкти, підприємство позиціонує себе як соціально відповідальна бізнес-одиниця.

Список використаних джерел:

1. Михайлишин Г., Довга М. Соціальне проектування як один із прогресивних засобів подолання проблем молодих сімей у Івано-Франківській області. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/esu/article/view/2604/3039> (дата звернення 02.05.2023)

ПРОБЛЕМАТИКА ДЕРАДЯНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Я. Г. Андрейко
yana.andreiko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
П. В. Коломієць, к.ю.н., доц.

В кінці ХХ століття, отримавши в 1991 році незалежність і самостійність у результаті розпаду СРСР, українська держава розпочала кардинальні зміни в усіх сферах суспільного життя. Революційні перебудови, за цей час, відбулися в політичній, економічній, соціальній та інших сферах життєдіяльності української спільноти. Повсякденної та безперервної уваги молодій країні, особливо в умовах перехідної економіки, потребував і процес пошуку нових шляхів у державній податковій політиці. Розуміючи термінову необхідність зміни суспільних відносин у податковій сфері колишньої соціалістичної республіки; усвідомлюючи, який суттєвий вплив вони мають на фінансово-бюджетну стабільність та соціально-економічний розвиток країни; враховуючи умови формування своєрідного характеру українського народу, його менталітету та національних традицій, на початковому етапі розвитку української державності було проведено перебудову правового регулювання суспільних відносин у сфері оподаткування. Тобто, фактично з «нульового циклу» розпочався процес формування національної системи оподаткування України, який, акцентуємо на це увагу, вже в умовах ринкової економіки, має стабільну ознаку сучасності – нескінченність сталого реформування [1].

Проте, реалії сьогодення невблаганно засвідчують, що в цьому нескінченно сталому реформуванні, немає еволюційних досягнень. Але, як свідчать результати проведеного дослідження, серед першочергових заходів досягнення стратегічних пріоритетів у процесі реформування податкової системи, не визначено стратегічних напрямів підвищення рівня податкової грамотності та податкової культури населення України. Отже, постає питання консолідації зусиль української спільноти у вирішенні національної проблеми у сфері навчання податкової грамоти, податкового виховання та освіти українських громадян, як факторів забезпечення податкової безпеки держави [1].

Поряд із тим зазначимо, що у контексті Закону України від 21.04.2022 року № 2215-IX «Про дерадянізацію законодавства України» [2], що набрав чинності 07.05.2022 року, чинний на сьогодні Податковий кодекс України (далі – ПК України) написаний таким чином, щоб його норми співвідносилися саме з «податковими законодавствами пострадянських держав» [3, с. 40-41], і зовсім не мали європейського вектору спрямованості.

При цьому, як зауважує А.П. Овчиннікова, важливо звернути увагу на властиве українцям зневажливе ставлення до законодавства, як обслуговуючого інтереси можновладців. Це пасивне сприйняття концепту «закон» йде корінням

в гіперактивну законотворчу діяльність в 90-і роки минулого століття, що призвело до виникнення великої кількості нормативних колізій і низької якості законів, в яких завжди присутні лазівки для широких інтерпретацій. Втрата догмою права своєї стійкості означає кризу сучасної правової нормативності. Цю кризу називають також інфляцією права, яка виражена в невідповідності кількості правових нормативів соціальним потребам людини і суспільства, коли кількість нормативно-правових актів переходить всі розумні межі. Криза нормативності веде до втрати легітимності і ігнорування загальнообов'язковості законів [4].

Останні дослідження і публікації вітчизняних фахівців у сфері реформаційних удосконалень освітньої та податкової систем України свідчать, що досліджуючи дану проблему, в своїх наукових пошуках вони приділяють значну увагу питанням удосконалення правових засад оподаткування в Україні, підвищенню ефективності податкової дисципліни і податкової культури не тільки податківців і платників податків, але, в першу чергу, саме суб'єктів права законодавчої ініціативи та безпосередньо тих, хто приймає законодавчо-нормативні акти з метою підвищення рівня опанування податкової грамотності [1].

Економічні знання, як складова громадянської освіти, за твердженням А.В. Євсюкової, надають інформацію, щодо сутності ринкових відносин, як елемента демократії; основних економічних принципів; фінансової системи, системи соціального забезпечення та соціального захисту; усвідомлення своїх обов'язків, як платника податків; нетерпимість до порушників податкового кодексу; усвідомлення того, що конкуренція – необхідна умова розвитку економіки; професійна етика у взаєминах [5, с. 65].

Тому, програми громадянської освіти мають включати питання фінансової грамотності, причому акцент має робитися на тому, що місцевий та державний бюджети формуються із податків, які сплачують громадяни [5, с. 154].

На жаль, за роки незалежності України освіта не стала загальнонаціональним пріоритетом. У результаті державна політика у сфері освіти здебільшого підмінялася дріб'язковим регулюванням поточної діяльності навчальних закладів, законодавчі зміни, як правило, мали зовнішній, формальний характер і не сприяли підвищенню якості освіти. Фактичне усунення центральних і регіональних органів влади від вирішення нагальних освітніх проблем, підміна системної науково обґрунтованої ідеології ситуативною політизацією освіти негативно позначилося на культурному та освітньому рівнях суспільства, зумовило втрату освітою консолідуючої, культуротворчої місії в українському суспільстві, наслідком чого є політичні, економічні та соціальні втрати сьогодення [6].

Зважаючи на той факт, що за роки незалежності в Україні загалом сформована національна система освіти, яка зберегла надбання минулого та значний науково-педагогічний потенціал, здатний істотно вплинути на впровадження інноваційних змін в освітній сфері [6], особливо актуальним на сьогодні залишається питання законодавчого унормування вітчизняної системи забезпечення якості навчання податкової грамоти, податкового виховання та

освіти українських громадян на всіх освітніх рівнях, включно з дошкільною, початковою, середньою, професійно-технічною та вищою освітою. Податкова грамотність української спільноти, як складова освіти, повинна охоплювати комплекс освітніх програм, у яких можуть брати участь діти і дорослі різних вікових категорій, шляхи її реалізації та фінансування, а також повноваження центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері освіти, органів місцевого самоврядування щодо надання освітніх послуг відповідно до потреб і запитів суспільства, держави, громадян [1].

Список використаних джерел:

1. *Концептуальні аспекти правового забезпечення податкової безпеки України* : монографія / П.В. Коломієць; Державний податковий університет. - Ірпінь : Астроя, 2023. - 467 с.

2. Про дерадянізацію законодавства України: Закон України від 21.04.2022 № 2215-ІХ. *Голос України*. 2022. № 98.

3. Науково-практичний коментар до Податкового кодексу України: у 3 т. Київ. Мінфін України, Нац. університет ДПС України, 2010. Т. 1. 662 с.

4. Овчинникова А.П. Концепты правовой культуры: понятие, структура, содержание. *Юридичний вісник*. 2014. № 3. С. 6-11.

5. Євсюкова А.В. Громадянська освіта як чинник розвитку демократії: досвід Республіки Польща та України: дис. ... канд. політ. наук. Київ, 2018. 236 с.

6. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Правове забезпечення реформи освіти в Україні»: Постанова Верховної Ради України від 16.03.2016 № 1031-VIII URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1031-19>. (дата звернення: 05.05.2023).

УДК [005.521+338.1]:658

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

О. Ю. Вишар

**alla.svitlychna@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

А. В. Світлична, к. е. н., доц.*

Ефективність стратегічного управління підприємством визначається розглядом та аналізом всіх можливих сценаріїв його розвитку. Для цього потрібно провести якісний аналіз діяльності та перспектив розвитку, спрямований на формування оптимальної стратегії. Оскільки підприємства, функціонують на динамічному ринку із високим ступенем невизначеності параметрів зовнішнього оточення, то для них надзвичайно важливим є формування стратегії розвитку. Тлумачення сутності поняття «стратегії розвитку підприємства» представлено в табл. 1.

Таблиця 1. Поняття «стратегії розвитку підприємства»

Джерело	Сутність
Власенко В. А. [2, с. 34]	Передбачає процеси планування та ухвалення рішень, у результаті яких устанавлюються цілі підприємства та розробляється стратегічний план
Гончаров Ю. В., Лапчик Ю. Ю. [3, с. 195]	Довгострокова програма, яка спрямована на досягнення цілі, що постійно піддається контролю, оцінюється та коригується в процесі її реалізації
Денисюк І. [4]	Це інтегроване поняття, яке комбінує стратегічні напрями розвитку (альтернативи) і функціональні стратегії керування, становить встановлену на тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, які забезпечують упевнений рух підприємства, його зростання і високу конкурентоздатність, що зміцнює позиції на ринку, підвищує здатність виживання на ринку
Золотаревський А. В. [5]	Програма дій із досягнення стратегічної мети через фарватер шляхів діяльності підприємства, складений із векторів розвитку, орієнтованих на рівноважні точки парних чинників зовнішнього впливу
Кобелев В. М., Захарченко Ю. В. [7, с. 300]	Це постійно коректовані комплекси взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення цілей учасників процесу формування стратегії і забезпечення ефективного функціонування і розвитку підприємства в короткостроковій і довгостроковій перспективах.
Ступчук С. М. [8, с. 170]	Логічне та аналітичне обґрунтування перспективного положення підприємства залежно від зовнішніх умов
Хацер М. В. [6]	Генеральна комплексна програма дій, виражених як у кількісній, так і в якісній формі, які дають чітке представлення про майбутні параметри розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням поставлених цілей та ресурсів, необхідних для їх досягнення

Стратегію розвитку підприємства можна охарактеризувати як довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства [1, с. 347].

Наведемо класифікацію стратегії розвитку підприємства:

- активні стратегії: активно-наступальна стратегія, стратегія ринкової ніші;
- пасивні стратегії: пасивно-наступальна стратегія, захисна стратегія

[1, с. 349].

Активні стратегії розвитку характеризуються збільшенням обсягів реалізації продукції, зниженням витрат виробництва, збільшенням прибутків, високим рівнем фінансової стійкості, зростанням оборотності оборотних активів, розширенням збутової мережі тощо. Пасивні стратегії розвитку підприємства характеризуються нестійкими обсягами збуту продукції, несуттєвим зниженням оборотності обігових активів та фінансової стійкості підприємства [1, с. 350].

Отже, стратегія розвитку формує перспективи розвитку підприємства і визначає його позицію на ринку. Стратегія має бути гнучкою для внесення

відповідних коректив, що підвищуватимуть чи утримуватимуть ефективні результати діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. Випуск 18. 2018. С. 346-352.

2. Власенко В.А. Розробка та реалізація стратегії розвитку підприємства в умовах трансформації ринкових відносин: принципові підходи та інструменти. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2014. № 26(1). С. 32–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2014_26\(1\)__6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2014_26(1)__6) (дата звернення: 01.04.2023).

3. Гончаров Ю. В., Лапчик Ю. Ю. Удосконалення стратегії розвитку підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2014. № 1. С. 193–199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2014_1_30 (дата звернення: 01.04.2023).

4. Денисюк І. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність. Економічний аналіз. 2013. Т. 12(3). С. 112-115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/есан_2013_12\(3\)__25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/есан_2013_12(3)__25) (дата звернення: 01.04.2023).

5. Золотаревський А. В. Створення стратегії економічного розвитку підприємства. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 11(162). С. 107-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2014_11_23 (дата звернення: 03.04.2023).

6. Хацер М. В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 3. С. 109–112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_3_24 (дата звернення: 26.03.2023).

7. Кобєлев В. М., Захарченко Ю. В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. Вип. 42. С. 297–303. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2013_42_41 (дата звернення: 26.03.2023).

8. Ступчук С. М. Формування системи цільових показників як складова стратегії розвитку підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 3. Т. 3. С. 168–172.

УДК 338.245

ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Р. О. Гаряга

**alla.svitlychna@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

А. В. Світлична, к. е. н., доц.*

Через бойові дії українські підприємства зазнали наймасштабніших збитків за часи незалежності країни. Бізнес пристосовується до нових реалій. У 2022 р. в Україні від початку повномасштабного вторгнення рф було

zareestrovano ponad 202 tysyach novykh FOPIv. Otzhe, navit' popri vynu, ukraintsi prodovzhuot' aktivno rozvyvati biznes. V Ukraini stvorili investytsiyni mozhlyvosti dlya pidtrymky biznesu (rys. 1).

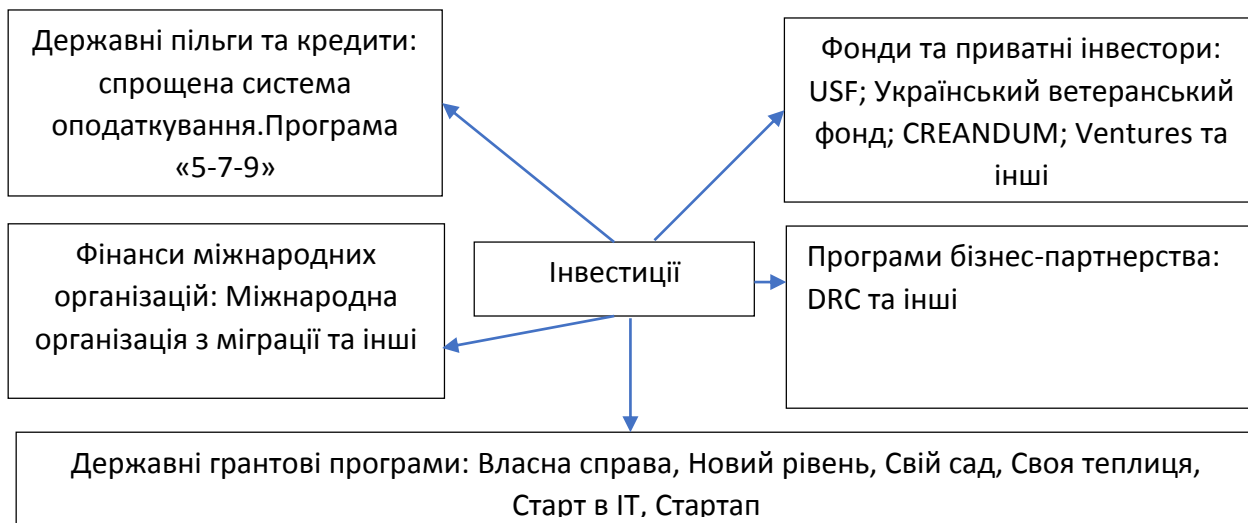


Рис. 1. Інвестиційні можливості підтримки бізнесу в Україні під час дії воєнного стану, 2022-2023 рр.

Державна програма «єРобота» пропонує гранти, сума яких залежить від виду діяльності та кількості створених робочих місць. У рамках урядового проекту підприємці можуть отримати: «Власна справа» – мікрогранти для створення або розвитку власного бізнесу; «Новий рівень» – гранти для розвитку переробного підприємства; «Свій сад» – державне фінансування закладки саду; «Своя теплиця» – кошти для розвитку тепличного господарства; «Старт в ІТ» – кошти на навчання ІТ-спеціальностям (у розробці); «Стартап» – грант на реалізацію стартапу, зокрема в сфері ІТ (у розробці)[1].

Центр «Український фонд стартапів» (USF) дає до \$ 35 тис. безповоротної фінансової допомоги для проектів, що наближають перемогу України. На отримання цього гранту можуть подавати свої проекти підприємці, що діють у сфері оборони, інфраструктурної відбудови, кібербезпеки, охорони здоров'я й освіти. Данська рада у справах біженців (DRC) реалізує програму бізнес-партнерства, спрямованого на підтримку аграрного сектору та харчового виробництва в Україні. Партнерство здійснюватиметься за принципом співінвестування, яке передбачає грантову підтримку від DRC у розмірі до \$ 20 тис. та обов'язковий власний внесок партнера до 50% від загального бюджету проекту [1].

Програму «Конкурентноспроможна економіка України» спрямовано на реалізацію підтримки безперервності та відновлення бізнесу. Програма надає до 50 грантів на суму близько 36 млн грн. Сума кожного гранту приблизно буде становити від 600 тис. грн до 1,2 млн грн. Термін подачі заявок - до 24 липня 2023 року.

Український ветеранський фонд реалізує програму мікрофінансування бізнесу ветеранів і членів їх родин, що розрахована на 500 аплікантив. Максимум на одну заявку відшкодовують 20 тис. грн. Всього на програму виділено 10 млн грн [3]. Міжнародна організація із міграції проводить конкурс,

спрямований на підтримку економіки України за допомогою відновлення робочих місць і виробництва та задоволення попиту населення у критично важливих товарах і послугах. 270 мікропідприємств у рамках програми зможуть отримати до € 4,5 тис., а 100 малих підприємств – до € 20 тис.

В березні 2022 р. Верховна Рада ухвалила Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану», який передбачає 40 нововведень для бізнесу на час воєнного стану. З-поміж іншого, спеціальний режим оподаткування дозволив ФОПам першої та другої груп не сплачувати єдиний податок, а всім ФОПам – не платити ЄСВ. Крім того, ФОП і юрособи отримали можливість сплачувати єдиний податок з обороту в розмірі 2% за правилами для III групи ФОП, тобто зі звільненням від податку на прибуток, ПДВ та інших платежів. Також на час воєнного стану та впродовж 180 календарних днів після його закінчення не застосовуються вимоги стосовно приросту нових робочих місць та їх збереження, а також вимоги стосовно аналізу та подання належної звітності [1]. Кошти інвесторів можуть допомогти бізнесу в наступних випадках: реалізація нового проєкту; розширення бізнесу (відкриття нових філіалів, нові одиниці в товарній лінії); викуп частини партнера, який виходить з бізнесу; використання інвестицій як альтернатива кредитам [2].

Отже, не дивлячись на повномасштабну війну, бізнес-клімат України поступово відновлюється. Фактор фінансової підтримки та пільгових програм від Уряду і міжнародних організацій сприяє цьому. Це дозволяє підприємцям не тільки розвиватися, а й відкривати власну справу.

Список використаних джерел:

1. Відновлення бізнес-клімату в Україні. URL: https://iaa.org.ua/articles/vidnovlennya-biznes-klimatu-v-ukrayini-finansovi-ta-resursni-mozhlyvosti/?gclid=CjwKCAjwjMiiBhA4EiwAZe6jQ8rB7JDumjR9WfsLBOo7QkAcz607nTy-hJlmTZpiYCEc6yILVZ11NxoC2O0QAvD_BwE (дата звернення: 02.05.2023).

2. Допомога підприємцям з України у складанні плану для залучення інвестицій. URL: https://www.foundconsulting.site/investments?utm_source=google (дата звернення: 01.05.2023).

3. Фінансова підтримка проєктів, від ГО для ветеранів, їхніх родин, сімей загиблих. URL: <https://veteranfund.com.ua/> (дата звернення: 01.05.2023).

УДК 338

ЗБУТ ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ ІНСТРУМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Д. М. Кожевник
**khanlar.makhmudov@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Х. З. Махмудов, д. е. н., проф.*

На сучасному етапі розвитку економіки України проблема реалізації продукції набуває виняткового значення, а тому потребує першочергового розв'язання. Умови конкурентної боротьби, що притаманні ринковому типу,

вимагають від підприємств шукати шляхи, які забезпечуватимуть прибутковість їх діяльності. Провідне місце відводиться завоюванню мережі постійних платоспроможних і надійних клієнтів, проведення ефективної рекламної політики, управлінський підхід, формування дієвої та ефективної системи збуту [2, с. 38].

Серед причин, що обумовлюють зростання значущості збутової діяльності, слід назвати такі: переміщення ключових управлінських рішень у збутові ланки, підвищення значення маркетингових методів конкуренції в боротьбі за покупця, раціоналізація збутових процесів, проблеми ефективного функціонування підприємств у довгостроковій перспективі [4, с. 102].

Американська школа маркетингу вказує, що збутова діяльність – це прибуткова реалізація продукції компанії. Під збутом розуміють набір торгового персоналу, його навчання, контроль над виконанням обов'язків, мотивацію, оплату праці, планування і оцінку. На збут продукції впливає значна кількість чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, які взаємозв'язані і взаємодіють між собою в залежності від обставин. Основними з них є:

- форма і організація каналів розподілу;
- якість роботи збутового персоналу;
- формування ціни на продукцію;
- маркетингові комунікації (продажі, реклама, стимулювання збуту, public relations (PR), прямий маркетинг, виставки, упаковка, спонсорство).

У більшості випадків збутова діяльність розглядається як комплекс заходів з реалізації (постачання) товарів споживачеві (або проміжній ланці дистрибуційної мережі) [3].

Торгівля є головним елементом збутової діяльності. Цей вид діяльності виконує функції обігу товарів (забезпечує їх рух з сфери виробництва в сферу споживання) [3].

Робота підприємств в нових економічних умовах вимагає реструктурування усіх функціональних сфер діяльності суб'єктів господарювання. Це переважно стосується сфери збуту готової продукції. Збут – це система відносин в сфері товаро-грошового обміну між економічними та юридичними суб'єктами ринку збуту комерційні потреби. Суб'єктами ринку збуту виступають продавці та покупці, а об'єктами збуту є безпосередньо товар. Сучасними активними формами збуту є: продаж через Internet; торгівля за попередніми замовленнями; телезбут, особистий продаж; директ-мейл.

Отже, головне завдання будь-якого підприємця – це суміщення бажання клієнтів й власних виробничих можливостей. У цьому випадку в нього буде можливість довести покупцям незаперечні переваги свого товару, а з метою покращення збутової діяльності підприємствам необхідно спочатку продіагностувати їх стан та виявити ефективність функціонування уже існуючої збутової системи. На основі виявлення сильних і слабких сторін збутової діяльності будуть розроблені стратегічні рішення.

У системі збуту має реалізуватися чітка стратегія продажів. Для цього залучається маркетолог, менеджер із розширення ринку збуту. Зокрема, вимогами до цього спеціаліста у мережі супермаркетів «Сільпо» є:

- планування маркетингових активностей в регіоні;

- маркетинговий супровід відкриття нових магазинів;
- забезпечення магазинів іміджевими матеріалами;
- координація роботи рекламних агенцій та підрядників;
- організація та проведення рекламних компаній, підтримка та впровадження регіональних акцій та фестивалів;
- контроль запровадження, дотримання та забезпечення корпоративного стилю та рекламної стратегії мережі в регіоні;
- укладання договорів, робота з документацією;
- контроль використання, оптимізація, створення бюджету [1].

Для роботи в супермаркеті потрібно мати:

- вищу освіту, англійську мову на середньому рівні;
- відмінні організаційні навички, досвід ведення проєктів;
- вміння координувати роботу різних служб компанії;
- вміння працювати з великими масивами інформації;
- фінансова грамотність;
- бажаний досвід роботи в Ритейлі маркетологом, фахівцем з методів розширення ринку збуту (FMCG, рекламні та BTL/event агентства) [1].

Отже, збут слід розглядати як найважливіший інструмент торговельної діяльності, на якому ґрунтується конкурентна перевага підприємства на ринку. Плануючи збутову діяльність, дирекція підприємства має обрати чітку стратегію збуту, та визначити як саме має бути організована система просування товару до споживачів: через власну чи дилерську мережу; через які види торгових посередників потрібно здійснювати товарорух.

Список використаних джерел:

1. Маркетолог, менеджер з розширення ринку збуту. Work.ua: веб-сайт. URL: <https://www.work.ua/jobs/5103195/> (дата звернення: 01.05.2023 р.).
2. Амеліна І. В., Дмитренко О. І. Теоретичні основи менеджменту збуту продукції підприємства. Економіка і регіон. № 4 (83). С. 38-44. URL: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2523/1945> (дата звернення: 02.05.2023 р.).
3. Чернецька О.В. Маркетинг. URL: <https://kvpubd.kiev.ua> (дата звернення: 02.05.2023 р.).
4. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. Вісник КНУТД. № 3 (77). С. 102-106.

УДК 346.543

ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Є. В. Кривошея
*nataliia.bredun@pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. В. Дем'яненко, к. е. н., доц.*

Повномасштабна війна стала новим і визначальним чинником впливу на рівень ділової активності й інвестиційного клімату в Україні. Відсоток CEO, які

вважають рівень інноваційної активності несприятливим, зріс у десять разів – із 5 до 53 % за останні пів року. Ще 34 % вважають його швидше несприятливим. Нейтрально оцінюють поточний інвестклімат 9 % директорів, і ще 4 % вважають його сприятливим. Найбільше позитивних оцінок ділового середовища було отримано від представників юридичного та консультаційного бізнесу, а також підприємств FMCG сфери (споживчих товарів, що швидко обертаються, або товарів широкого споживання) [2]. Українські сільськогосподарські підприємства можуть залучити внутрішні та зовнішні інвестиції. Міжнародні інвестори очікують закінчення війни для того, щоб активно продовжити інвестування в Україну. Але навіть на сьогодні з точки зору інвестицій у логістику, в перевантажувальні термінали, в транспортні засоби, інвестиції ідуть [3]. 2022 р. технологічні компанії аграрного та харчового секторів залучили не повних 30 мільярдів доларів фінансування, що на 44 % менше ніж у 2021 р. Аналітики зазначають, що це підвищує ймовірність консолідації галузі та збільшення кількості поглинань у 2023 р. [4].

Інвестиційна діяльність розвивається здебільшого на кордонах, у країнах, що межують з Україною. Там планують будувати термінали, зокрема на польському та румунському кордоні. Були також невеликі інвестиції від українських клієнтів з галузі сільського господарства щодо розбудови додаткових терміналів. IFC, своєю чергою, розглядає можливості для фінансування побудови різних об'єктів для зберігання сільськогосподарської продукції. Міжнародна Фінансова Корпорація працює по кількох напрямках підтримки. Зокрема, щоб допомогти Україні відігравати свою важливу роль у світі щодо забезпечення харчовими продуктами. Це стосується вирощування, переробки та експорту сільськогосподарської продукції [2].

За ініціативою Президента України у 2022 р. внесли низку змін до Державної програми «Доступні кредити 5-7-9 %» у напрямку підтримки сільськогосподарських товаровиробників. Метою було забезпечення посівної кампанії та підтримка і активізація підприємницької діяльності у період дії воєнного стану з процентною ставкою – 0 % річних [5].

Але внутрішні проблеми України зупиняють розвиток інвестицій. Воєнна агресія очікувано очолила перелік чинників, що негативно вплинули на інвестиційний клімат, на другому місці опинилась корупція, на третьому – слабка судова система. Представники бізнесу також зазначили проблеми тіньової економіки, пошкодженого майна, трудової міграції, валютних обмежень, цін на енергоносії, неефективної системи оподаткування, частих змін у законодавстві, незрозумілої процедури мобілізації.

Види державної підтримки сільськогосподарських підприємств України наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Види державної підтримки сільськогосподарських підприємств України

Види державної підтримки	
Гранти для створення бізнесу	Гранти для тепличного господарства. Гранти для садівництва, ягідництва та виноградарства
Агροстрахування	Страховання площ посівів озимих зернових сільськогосподарських культур
Програми забезпечення аграріїв засобами тимчасового зберігання зерна та обладнанням із завантаження / розвантаження рукавів	Отримання спеціальної техніки для завантаження/розвантаження зернових рукавів
Гуманітарне насіння та добрива для агровиробників	Програма ФАО на отримання насіння кукурудзи та соняшника для агровиробників з прифронтових областей. Міндобрива від Програми USAID АГРО. Програма ФАО на отримання насіння. Насіння кукурудзи бренду DEKALB від Програми USAID АГРО
Здешевлення кредитів	Компенсація відсоткових ставок за кредитами
Фінансова підтримка на 1 га та за утримання корів	Підтримка фермерських господарств та інших виробників сільськогосподарської продукції
Грантова підтримка ФАО та ЄС	Надання інвестиційної грантової допомоги мікро- та малим сільськогосподарським виробникам, кооперативам та асоціаціям виробників географічних зазначень

Джерело: побудовано автором за даними [1]

Серед позитивних змін бізнес-лідери найвище оцінили надання Україні статусу кандидата на вступ до Євросоюзу, скасування мит і квот на український експорт й «транспортний безвіз» із ЄС [2]. В цілому, інвестиційна діяльність розвивається, що дає можливість підвищувати прибутковість підприємств.

Список використаних джерел:

1. Державна підтримка. URL: <https://minagro.gov.ua/pidtrimka> (дата звернення: 05.05.2023).

2. Інвестиції під сиренами. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/podiiia/item/25075-investytsii-pid-syrenamy.html> (дата звернення: 15.04.2023).

3. Карту інвестиційних та бізнес можливостей України розробили та запустили в ЄБА. URL: <https://landlord.ua/news/kartu-investytsiinykh-ta-biznes-mozhlyvostei-ukrainy-rozroblyly-ta-zapustyly-v-ieba/> (дата звернення: 10.04.2023).

4. У 2022-му році інвестиції у харчові та аграрні технології скоротилися вдвічі. URL: <https://landlord.ua/news/u-2022-mu-rotsi-investytsii-u-kharchovi-ta-ahramni-tekhnologii-skorotylysia-vdvichi/> (дата звернення: 01.05.2023).

5. Щоб підтримати фермерів в час посівної Уряд вніс зміни до Програми «Доступні кредити 5-7-9 %». URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=66819> (дата звернення: 15.04.2023).

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СКЛАДОВИХ КОНЦЕПЦІЙ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

В. В. Кудря

**alla.svitlychna@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

А. В. Світлична, к. е. н., доц.*

Для багатьох країн світу під час успішної реалізації певної моделі розвитку економіки сільський туризм за став надзвичайно прибутковим сектором туристичної індустрії та має подальші перспективи функціонування. Процес формування моделей у різних країнах проходив спільно із тими соціально-економічними процесами, що існували у відповідні періоди, та залежав від стану галузей національної економіки.

Туризм – це тимчасовий виїзд особи із місця постійного проживання у оздоровчих, професійно-ділових, пізнавальних або інших цілях без реалізації оплачуваної діяльності у місці перебування [1, с. 11].

Історично першою науковою концепцією розвитку туризму в сільських територіях стала поява масової концепції тимчасових помешкань та відпочинку туристів в тимчасово вільних оселях. У зарубіжних країнах вона називалася «Bed & Breakfast», що перекладі з англійської означає «ліжка і сніданок». З набуттям та поширенням популярності відпочинку в екологічно чистих місцевостях ця концепція була поглиблена за рахунок типологізації й вартості умов відпочинку у межах сільських територій (табл. 1).

Таблиця 1. Типологізація складових концепцій
сільського зеленого туризму «Bed & Breakfast» [3, с. 67]

Категорії послуг	Масштаб	Характерні ознаки
B & B cottage	10-25 осіб, невеликий термін проживання (до 5 днів)	Відокремлений котедж, наявність природно-рекреаційних ресурсів, статус сільської місцевості
B & B farm vacation	25-50 осіб (переважно дитячого віку)	Наявність природно-рекреаційних ресурсів, розважальних закладів, наявність кваліфікованого персоналу, підвищені вимоги до безпеки відпочинку
B & B homestay	До 10 осіб (обмежена площа відпочинку)	Відпочинок на базі будинку фермера, селянина, єдність побутових, культурних та духовних поглядів
B & B farmstay	10-20 осіб	Відпочинок та (або) наявність можливостей роботи на фермі, наявність будинків для гостей

Логічне доповнення концепції «Bed & Breakfast» отримали у європейських країнах, де знаходиться багато історичних, культурних, етнічних та релігійних традицій і особливостей розвитку. Поглиблення концептуальних засад відбилося у типологізації способів розміщення туристів, що віддають перевагу відпочинку

у межах сільських територій і в екологічно чистих регіонах. Головними способами розміщення туристів в сільській місцевості в теперішній час є: розміщення в будинках, агросадибах, що є власністю фермера; розміщення в спеціально обладнаних готельних номерах на територіях, які мають статус сільських місцевостей; розміщення в будівлях, що мають історичну цінність і є об'єктами культурної спадщини територіальної місцевості (замки, палаци тощо); орендна форма туристичного розміщення [5, с. 71].

Туризм в сільських територіях України називається по-різному (агротуризм, екологічний, сільський, екоагротуризм, зелений й інші). Серед науковців та практиків відсутній єдиний підхід до його тлумачення. Тому вкажемо основні різновиди сільського туризму (табл. 2).

Таблиця 2. Види туристичної діяльності в сільській місцевості [7, с. 123; 8, с. 505]

Вид туризму	Визначення
Агротуризм	Відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях. Передбачає використання сільського (фермерського) господарства із метою рекреації, освіти або активного залучення до традиційних форм господарювання. Форма сільського туризму, що безпосередньо пов'язана з селянським (фермерським) господарством, який одночасно надає послуги із проживання та харчування, ознайомлення з сільськогосподарською діяльністю, звичаями та традиціями регіону
Зелений	Туристична діяльність на території природних ландшафтів (гідропарків, лісопарків, ботанічних садів) із елементами благоустрою, де існують певні умови щодо короткотривалого відпочинку, збирання ягід, грибів. Зелений туризм передбачає діяльність в контакт з природою, проживання у таборах, або сільській місцевості, пов'язаний з сільськогосподарськими роботами, передбачає ознайомлення із життям сільських мешканців, вивчення флори і фауни, пішохідні екскурсії тощо
Екологічний	Орієнтований на пізнання особливостей природи і культури. Подорожі у місця із порівняно недоторканою природою із метою одержання уявлень про природні та культурно-етнографічні особливості певної території, що створюють такі економічні умови, коли охорона природи буде вигідною місцевому населенню. При цьому не порушуються цілісності екосистем
Сільський	Діяльність сільського населення, пов'язана з сільським середовищем, будинками та заняттями, які мають у центрі уваги природу та людину. На відміну від масового, сільський туризм не впливає шкідливо на довколишнє середовище та робить істотний внесок в регіональний розвиток. Він також дає можливість використовувати наявний житловий фонд та не потребує значних інвестиційних затрат
Фермерський	Спеціалізований вид туризму. Він є екскурсійним та передбачає ознайомлення туристів із діяльністю тваринницьких ферм й іншими виробництвами у сільському господарстві

Отже, розвиток сільського туризму України охоплює широке коло туристично-рекреаційної діяльності, зокрема: відпочинок в туристичних і курортних центрах, розташованих в селищах і містечках (зелений туризм), стаціонарний відпочинок в сільській місцевості (сільський туризм), відпочинок в сільських приватних господарствах (агротуризм) та поєднання відпочинку із заняттям екологічним сільським господарством (екологічний туризм), який

всебічно сприяє розвитку даного виду туристичної та рекреаційної діяльності [6]. Ці види туризму передбачають відпочинок в сільській екологічно чистій місцевості та передбачають максимальне наближення до природи без заподіяння шкоди екосистемі. Сучасна криза у аграрному секторі внесла свої корективи у діяльність сільськогосподарських підприємств. У багатьох сільських регіонах Європи сільськогосподарське виробництво перестає бути головною формою використання землі, розвивається туризм [2, с. 14].

В Україні зелений туризм почав активно розвиватися після 2010 р., але причиною стали не екологічні, а економічні проблеми. Після світової фінансової кризи 2009 р. багато родин не могли поїхати на закордонні курорти і навіть на вітчизняні морські узбережжя. Популярними стали послуги власників сільських садиб, що за доступну ціну пропонували відпочинок. Новий бум на зелений туризм розпочався у 2020 р., коли світ охопила пандемія коронавірусу. Люди були змушені місяцями сидіти вдома і не мали можливості ані нормально працювати, ані відпочивати. Тому й виник масовий попит на переїзд у село [4]. Негативно на туризм вплинуло вторгнення Росії в Україну, зокрема, в садибах безкоштовно проживали переселенці.

Отже, туризм – це масштабна та важлива стратегічна галузь національної економіки, що є інвестиційно привабливим видом економічної підприємницької діяльності та виступає не лише як джерело валютних надходжень у бюджет країни, але й є показником її культурного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Артюхова І. В. Чинники формування й збереження конкурентних переваг фірм туристичної галузі. Вісник економічної науки України. 2013. № 2. С. 11-14.

2. Барановський М. Туризм як форма активізації розвитку сільських депресивних територій. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2018. Вип. 24. С. 13-21.

3. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. Ефективна економіка. 2012. № 10. С. 65-68.

4. Зелений туризм: як заробити на сільській садибі. URL: <https://buduysvoe.com/publications/zelenyy-turyzm-yak-zarobyty-na-silskiy-sadybi> (дата звернення: 02.04.2023).

5. Іртищева І. О. «Зелена економіка» – шлях до сталого розвитку. Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях: матеріали наук.-практ. конф. (Бахчисарай, 16–17 квітня 2009 р.); НДІ сталого розвитку та природокористування. СОНАТ, 2009. С. 70–72.

6. Полтавщина туристична : садиби сільського зеленого туризму. URL: <http://poltava-tour.gov.ua/page/sadibi-silskogo-zelenogo-turizmu> (дата звернення: 02.05.2023).

7. Савіцька О. П., Савіцька Н. В., Погребняк Л. В. Екотуризм як важлива складова стратегії сталого розвитку України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 122–128.

8. Світлична А. В., Дем'яненко Н. В. Розвиток зеленого туризму в Україні. Gesellschaftsrechtliche Transformationen von wirtschaftlichen Systemen in den Zeiten der Neo-Industrialisierung. Kornieiev V., Pasichnyk, Yu., Radchenko O., Khodzhaian A. und andere: Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH, Nuremberg, Germany, 2020. P. 502-509.

УДК 338.58:65.014

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ ЯК ПІДґРУНТЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

М. В. Мурлян

**nataliia.bredun@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

Н. В. Дем'яненко, к. е. н., доц.*

Одним із важливих чинників ефективності функціонування підприємств за умов невизначеності є обсяг реалізації ними товарів чи послуг на основі розуміння майбутнього попиту.

Першооснова купівельної поведінки – не тільки корисність благ, а й рівень задоволення потреби в них. Люди схильні високо оцінювати корисність багатьох відомих їм благ. Проте за всі економічні блага треба платити, а грошові кошти покупців – обмежений ресурс. Тому економіка завжди орієнтується не на людські потреби як такі, а тільки на ту їхню частину, яка може бути підкріплена оплатою. Цю частину потреб зазвичай називають величиною купівельного попиту, вона характеризує ту кількість благ, яку реально можуть придбати покупці за певних умов. Економісти, аналізуючи ринок збуту продукції, сформулювали закон попиту: підвищення ціни зазвичай призводить до зменшення величини попиту, а зниження ціни – до його збільшення (за інших однакових умов). Якщо потребу людини щодо певного блага задоволено не в повному обсязі, то зниження його ціни спричиняє зростання оцінки вигідності купівлі, а отже, і зростання величини попиту на нього. І навпаки: зростання ціни знижує для людини вигідність купівлі, й вона готова за такою ціною купити це благо, тільки в меншому обсязі (або не купити взагалі). Величина попиту – це обсяг товару певного виду (в натуральному вимірі), який покупці готові купити протягом певного періоду часу в разі рівня ціни, встановленого продавцем [2].

Попит впливає на прогнозування продаж та займає центральне місце в плануванні майбутньої діяльності підприємства. Незалежно від його розмірів і кількості її торгових агентів цей прогноз впливає на всі аспекти планування. У залежності від прогнозу керівництво вирішує, наприклад: збільшувати чи зменшувати свої виробничі потужності; залучати більше чи менше матеріальних і людських ресурсів; питання фінансування (чи потрібно буде отримувати, чи ні). До основних чинників, що впливають на прогноз обсягу продажу відносяться: обсяги продажу в минулому; смаки споживачів, в т. ч. довіра і відношення покупців до товару і підприємства товаровиробника; кількість покупців; ціни, в

т. ч. на доповнюючі товари і взаємозамінні; доходи покупців; очікування покупців; виробничі потужності; організація продажу; якість товару; упаковку і дозування; рекламу; дизайн; умови кредитування; конкуренцію; сезонні коливання; життєвий цикл товару та інші [2].

Є чимало методів прогнозування попиту, починаючи від відносно простих методів до методів, які використовують складні математичні процедури і ЕОМ. Методика для конкретного випадку залежить від виду продукції, характеру передбачуваного ринку збуту і основних детермінантів росту попиту [2].

Серед задач, які підприємства можуть розв'язати за допомогою прогнозування попиту, будуть: досягнення цілей. Більшість успішних організацій матимуть заздалегідь визначені траєкторії зростання та довгострокові плани, щоб гарантувати, що бізнес працює з оптимальними можливостями. Маючи розуміння майбутнього попиту на ринках, підприємства можуть діяти на випередження, забезпечуючи відповідність своїх цілей тенденціям розвитку галузі;

бізнес-рішення. Маючи досконале розуміння майбутнього попиту в галузі, керівництво та ключові члени правління можуть приймати стратегічні бізнес-рішення щодо досягнення цілей, які можуть підвищити прибутковість і забезпечити зростання бізнесу. Ці рішення, як правило, пов'язані з поняттями потужності, орієнтації на ринок, сировини та розуміння прямих контрактів з постачальником;

зростання. Маючи точне розуміння майбутніх прогнозів, компанії можуть оцінити потребу в розширенні протягом періоду часу, який дозволить їм зробити це економічно ефективно;

управління людським капіталом. Враховуючи, що прогнозування попиту, як правило, розкриває інформацію про технологічний розвиток і виробництво, компанії можуть отримати вигоду від планування навчання співробітників, щоб переконатися, що персонал добре навчений та володіє новими технологічними тенденціями. Це допоможе забезпечити оптимальну роботу організації;

фінансове планування. Дуже важливо розуміти прогнози попиту, щоб ефективно скласти бюджет для майбутніх операцій. Всебічний прогноз попиту допоможе розкрити потенційні майбутні витрати та доходи [3].

Для прогнозування попиту застосовуються різні програми. Переваги використання Streamline: прогнозування, планування та розміщення замовлень вдвічі швидше; зменшення дефіциту запасів на 90-98 %; зменшення надлишку запасів на 15-50 %; збільшення оборотності запасів до 35 %; 10-40-кратний ROI в перший рік; 100 % ROI за перший місяць. Streamline вже управляє понад \$ 5 млрд запасів для ритейлу, e-commerce, оптових продавців, дистриб'юторів та виробників по всьому світу [1].

Отже, прогнозування попиту включає оцінювання попиту споживачів за певний майбутній період. Для отримання найточніших даних для прогнозування попиту необхідно враховувати історичні дані й іншу аналітичну інформацію.

Список використаних джерел:

1. Можливості прогнозування попиту GMDH Streamline – коротка демонстрація. URL: <https://gmdhsoftware.com/ua/demand-forecasting-capabilities-of-gmdh-streamline/> (дата звернення: 01.05.2023).

2. Поведінка покупців. Випадкова чи закономірна? URL: <https://e.fin-ua.com/upravlinnya-finansami-2020-12/povedinka-pokupciv-vipadkova-chi-zakonomirna> (дата звернення: 12.04.2023).

3. Прогнозування попиту. Вікіпедія: вебсайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 02.05.2023).

4. Садовий В. Прогнозування попиту на продукцію. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21847/2/X_VSNTK_2017v2_Sadovyy_V-Prediction_demand_for_products_99-100.pdf (дата звернення: 15.04.2023).

УДК 330.341.1:338

СУПУТНИКИ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В АГРОБІЗНЕСІ

М. В. Пастернак
**nataliia.bredun@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Н. В. Дем'яненко, к. е. н., доц.*

Сільськогосподарським підприємствам доцільно співпрацювати із EOS Data Analytics та використовуватимуть рішення AWS для покращення аналітики супутникових знімків на основі штучного інтелекту у рамках відстеження зростання сільськогосподарських культур і оперативного управління сільськогосподарською діяльністю.

EOS Data Analytics була заснована доктором М. Поляковим та оголошена учасницею AWS Space Accelerator («Акселератора космічних стартапів AWS»), технічної, ділової і наставницької програми для стартапів, що хочуть використовувати Amazon Web Services (AWS) у якості допомоги в вирішенні найбільш масштабних викликів в космічній промисловості. Дана можливість стала підтримкою зусиль EOS Data Analytics, які спрямовані на створення супутникових високоточних сільськогосподарських рішень з метою прийняття поінформованих рішень про культивування рослин, підвищення продуктивності, прибутковості підприємств-користувачів.

Цифрова платформа точного землеробства – EOSDA Crop Monitoring – спирається на супутникові знімки і постійно-оновлювані потоки даних з різних джерел. Програма дасть можливість робити супутниковий моніторинг поля, скаутинг, дані про зонування, погоду, щоденні знімки високої роздільної здатності та переглядати 24/7. Супутники як послуга для сільськогосподарських цілей включатиме три елементи (табл. 1).

Таблиця 1. Супутники як послуга для сільськогосподарських підприємств

Послуги	Складові дослідження	Вимоги
Супутник. Послуга (SaaS)	Індекси рослинності, погодні ризики, вологість ґрунту, стадії розвитку, менеджмент даних, рекомендації щодо внесення добрив	RGB+NIR із високою просторовою роздільною здатністю
Модель. Послуга (MaaS)	Землекористування і ґрунтово-рослинний покрив, визначення меж поля, прогноз врожайності, класифікація культур, моніторинг стану врожаю, створення маски хмар	Мультиспектральні датчики із каналом SWIR
Продукт. Послуга (PaaS)	Віртуальна ферма – Цифровий Двійник, Агро-Симулятор Ферми. Віртуальна ферма – цифрова модель роботи сільськогосподарського підприємства у реальному часі, побудована на базі глибокого аналізу даних. Можна буде відстежувати дії на усіх полях одночасно та виявляти і запобігати загрозам, оптимізувати ключові ресурси, ефективно керувати підприємством	Мультиспектральні датчики із каналом SWIR + експертиза (інженерів та вчених по роботі із даними, агрономів й інших експертів)

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Вартість послуги складає 37,9 грн за га в рік. Перевагами використання даної інноваційної технології в підприємствах будуть: оптимізація операцій за рахунок використання комплексних даних; точні рішення про операції з обробки полів; своєчасне отримання важливої інформації.

Практика точного землеробства ТОВ буде спрямованою на раціональний розподіл ресурсів, зокрема, засобів виробництва, часу і фінансів. Супутникові рішення для моніторингу урожаю допоможуть підприємству скоротити витрати на внесення насіння і добрив та збору урожаю й інші роботи. Розглянемо це на прикладі вирощування озимої пшениці (рис. 1).

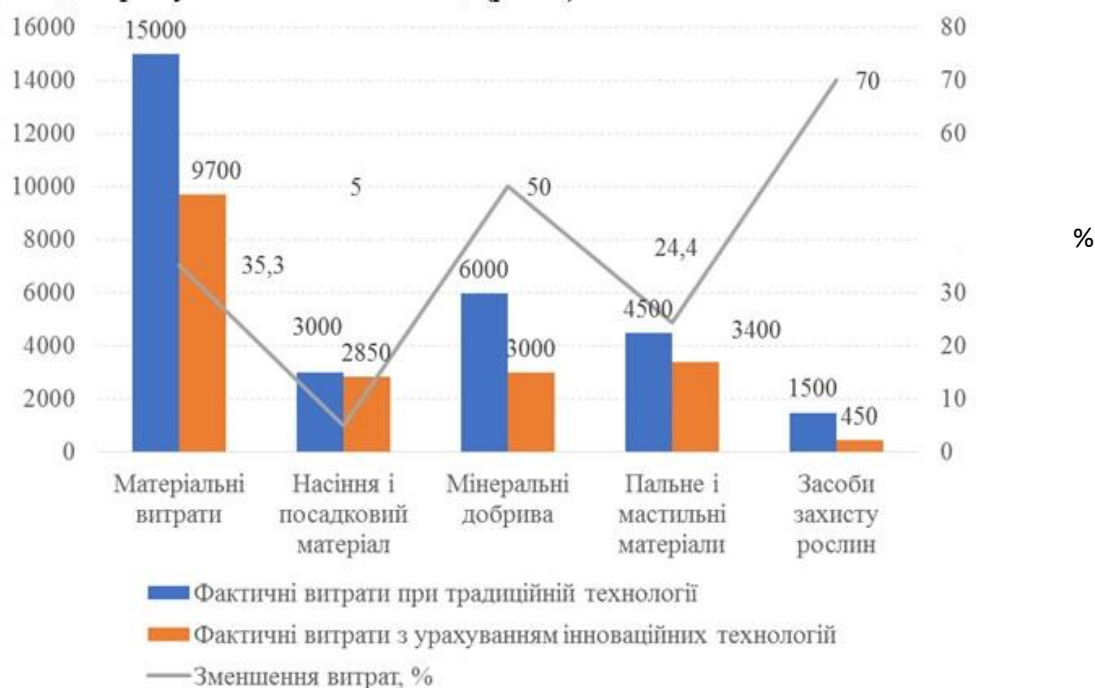


Рис. 1. Ефективність запровадження інноваційної технології для вирощування озимої пшениці в сільськогосподарському підприємстві

Джерело: узагальнено автором за даними [1]

Отже, грамотне і своєчасне застосування аграрних інновацій дозволить підприємствам оптимізувати до 35 % власних матеріальних витрат та збільшити дохід на 150-250 \$ на га за рахунок підвищення врожайності й валового збору.

Список використаних джерел:

1. Костенюк Ю. Б. Моделювання потенціалу підприємства для розробки стратегій управління. Статистика України, 2019, № 4. С. 21-27. URL: <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/1326/1/document.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

2. EOS Data Analytics. URL: <https://eos.com/uk/blog/eos-data-analytics-uchasnytsia-aws-space-accelerator/> (дата звернення: 02.05.2023).

УДК 007.3 +339.138

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІТ-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В. К. Передера

**nataliia.bredun@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

Н. В. Дем'яненко, к. е. н., доц.*

Через початок повномасштабної війни українському ринку ІТ довелось пережити невелику трансформацію. Багатьом спеціалістам необхідно було звернутися по юридичні послуги, адже враховуючи обставини, деяким працівникам не вдалося виконати свої зобов'язання перед замовниками. Зараз же ІТ-сфера почала своє поступове відновлення і знову повертається на терени України [1].

Працівники сфери ІТ досить оперативно змогли відреагувати на початок повномасштабної війни на території України. Не дивлячись на те, що в багатьох компаній з'явилися проблеми більшість змогла абстрагуватися до ситуації й перевела своїх працівників на віддалену роботу. Деякі компанії згадали досвід дворічної давнини, коли велику кількість робітників відправили працювати з дому через коронавірус. Що стосується ринку ІТ в Україні сьогодні, то зараз він почав переживати деяку трансформацію. Не дивлячись на нестабільну фінансову ситуацію, українські компанії та їх працівники продовжують високо оцінюватися на міжнародній арені. Враховуючи те, що ведення бізнесу в сусідніх росії та Білорусі стало дуже не вигідним через санкції та можливі втрати в плані репутації, ІТ-ринок в Україні отримав шанс на збільшення кількості можливих замовлень в майбутньому [1].

Верховна Рада України прийняла закон про спеціальний режим оподаткування для ІТ-компаній. Він передбачає запровадження низки заходів щодо стимулювання розвитку ІТ індустрії, вдосконалення норм щодо оподаткування галузі цифрової економіки і розмежування резидентів Дія Сіті, які є платниками податку на прибуток на особливих умовах, а також платниками, що використовують діючу концепцію нарахування і сплати податку на прибуток, а також встановлення умов відповідальності для юридичних осіб, що

скористалися пільговим режимом за невідповідність критеріям, що висуваються до резидентів Дія Сіті [4].

Наведемо форми ІТ-бізнесу, що є найбільш популярними в Україні:

ФОП – фізична особа-підприємець. Ним може бути будь-який громадянин України або іноземець з дозволом на постійне проживання в Україні, зареєстрований в реєстрі Мін'юсту. Найчастіше вони використовують «спрощену» систему оподаткування – 5 % від всього доходу плюс єдиний соціальний внесок. Має можливість працювати з іноземними компаніями;

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю. Це юридична особа, засновниками(учасниками) якої можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. Громадянство так само не має значення в цьому випадку. ТОВ керує директор(дирекція), окремі питання вирішуються виключно учасниками. Може бути платником єдиного податку 5 % або податку на прибуток (18 %) та ПДВ (20 %). На відміну від ФОП, ТОВ сплачує зарплату директору та іншим співробітникам (з одночасною сплатою податку на доходи фізичних осіб, єдиного соціального внеску та військового збору) [2].

Постійне представництво іноземної компанії використовується в крайніх випадках. Має не вигідну систему оподаткування (відносно інших форм), – не може бути платником єдиного соціального внеску в 5 %. Використовується тільки іноземними компаніями. Перевагами є можливість спрощеної візової підтримки своїх співробітників в Україні [2].

Виділимо основні типи ІТ компаній: Product Companies або продуктові компанії; Outsource Companies або аутсорсингові компанії; Outstuff companies або аутстаф компанії; Consulting Companies або консалтингові компанії; IT departments in non-tech companies або ІТ відділи нетехнічних компаній [3].

Кількість фахівців в Україні тільки продовжує зростати. Окрім таких професій як програміст, рекрутер, ІТ юрист – з'являються нові вакансії. Також продовжує зростати й експорт ІТ-послуг в країні. Тобто, навіть повномасштабна війна не стоїть на заваді, а сфера ІТ надалі має змогу підтримувати економіку країни на належному рівні та сплачувати податки в державну казну. Не дивлячись на зростання кількості спеціалістів, індустрія продовжує шукати нових кваліфікованих фахівців. Не стоїть на місці й ріст технологій, які продовжують проникати в різноманітні сфери бізнесу й автоматизувати його процеси [1].

Для створення ІТ-компанії в Україні необхідно: створити компанію (обрати оптимальну систему оподаткування); укласти договори купівлі устаткування, оренди офісу, купити ліцензії на необхідне програмне забезпечення; розробити і затвердити внутрішню політику безпеки ІТ компанії (за бажанням власника бізнесу); налагодити платіжну систему щоб розраховуватися із персоналом; укласти контракти із персоналом (із обов'язковими положеннями щодо передачі прав інтелектуальної власності); оформити контракт з замовниками або кінцевими користувачами із урахуванням вимог українського законодавства; за необхідності зареєструвати права інтелектуальної власності на продукт. Отже, українська ІТ-сфера знаходиться

серед світових лідерів, розвивається та робить достатньо великий вклад у цифрову трансформацію планети.

Список використаних джерел:

3. Види ІТ компаній та переваги роботи в них. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/types-of-it-companies-and-their-advantages> (дата звернення: 01.05.2023).

4. ВРУ прийняла закон про спецрежим оподаткування для ІТ-компаній. URL: <https://news.dtki.ua/taxation/common/73696-vru-priiniala-zakon-pro-sprezimiz-opodatkuvannia-dlia-it-kompanii> (дата звернення: 03.05.2023).

5. Особливості ведення ІТ-бізнесу в Україні. URL: <https://mediasat.info/uk/2022/09/16/yaki-osoblivosti-vedennya-it-biznesu-v-ukraini/> (дата звернення: 01.05.2023).

6. Створення ІТ-компанії в Україні: юридичні особливості. URL: <https://zilver.com.ua/uk/stvorennya-it-kompaniyi-v-ukrayini-yurydychni-osoblyvosti/> (дата звернення: 03.05.2023).

УДК 342.95

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ОХОРОННІЙ СФЕРІ

Д. К. Передера

**alla.svitlychna@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

А. В. Світлична, к. е. н., доц.*

Внутрішні злочину підривають саму структуру бізнесу та можуть вплинути на довіру, що відчувають до компанії як клієнти, так і співробітники. Працівники можуть вкрати власність, матеріали і комерційну таємницю підприємства. А коли малі підприємства є жертвами будь-якого роду злочинів, то наслідки можуть бути настільки руйнівними, що іноді спричиняють ліквідацію бізнесу. Відповідно, підприємці мають розробляти заходи безпеки для ведення бізнесу. Потребу у охороні мають і власники приватного житла.

У більшості випадків охоронні підприємства засновують співробітники МВС і військовослужбовці у відставці, оскільки вони мають великий досвід роботи в силових структурах і потрібні зв'язки. Проте, даний факт не є аксіомою.

Під час реєстрації охоронного агентства вказуються коди КВЕД. Для цієї діяльності підійдуть:

- 80.10 – «Діяльність приватних охоронних служб»;
- 74.60 – «Проведення розслідувань та забезпечення безпеки»;
- 43.21 – «Електромонтажні роботи»;
- 67.20 – «Допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення» [2].

Потреба у роботі охоронних підприємств багато у чому пояснюється широкою лінійкою послуг. Найбільші з них пропонують клієнтам повний сервіс.

Бізнесмен чи власник приватного житла може обрати кілька видів послуг з охорони. До найбільш популярним слід віднести охорону:

- певної людини або декількох людей;
- майна;
- комерційних, виробничих об'єктів і внутрішніх приміщень [1].

В ході збільшення клієнтської бази і доходу розширюється і спектр послуг, що надають підприємства.

Невеликі охоронні компанії переходять на «пультовий» режим роботи. Вони монтують системи відеоспостереження за об'єктом і встановлюють технічні засоби контролю та передачі викликів на пульт диспетчера. Але не утримують власної групи реагування. Цього достатньо, щоб розгорнути невеликий бізнес і задовольнити вимоги замовника, а заодно й працювати за ліцензією [4]. Наведемо приклади послуг ФОП, що надаються у сфері електромонтажних робіт:

- системи відеонагляду;
- система контролю доступу і обліку робочого часу;
- охоронні і пожежні сигналізації;
- організація мереж (інтернет, WiFi, локальні мережі);
- обслуговування систем;
- продаж обладнання і комплектуючих.

В охоронному бізнесі застосовують інновації: сейсмічні системи контролюють не тільки зовнішній периметр і сигналізують про проникнення на територію підприємства, але й спостерігають за всім периметром. Із точністю до п'яти метрів система може виявити несанкціоновану присутність. Сейсмічна система контролю працює на будь-якій поверхні (вода, ліс, щільна міська забудова) [4].

Крім цього, охоронні агентства забезпечують підтримання громадського порядку під час проведення свят та масових заходів. Великою популярністю у комерційних організацій користуються послуги ФОП з супроводження та охорони різних вантажів, кореспонденції та інших матеріальних цінностей. Останнім часом особливим попитом користується кібербезпека підприємств. Фахівці охоронних організацій можуть забезпечити безперебійну роботу комп'ютерних систем компаній і надійний захист інформаційних ресурсів від хакерських атак. Фахівці ФОП захищають організації від промислового шпигунства, що гарантує збереження виробничої та інтелектуальної власності [1].

Щоб охоронна компанія могла діяти від імені клієнта, захищати його особисто, його майно чи власність фірми, клієнт має підписати з нею договір і підтвердити своє право володіти або користуватися майном [4].

Охоронний бізнес має відмінні перспективи, ФОП отримують необхідну правову допомогу і професійні консультації від держструктур і приватних організацій. Але в бізнесі спостерігається високий рівень конкуренції [3].

Попит на охоронні послуги зростає. Рентабельність охоронного бізнесу коливається в середньому від 0,2 % до 5 % і залежить від розміру компанії та спектру послуг. Але при цьому охоронним фірмам доводиться економити на витратах із обслуговування [4].

Отже, питання безпеки в Україні має важливе значення не тільки через військовий конфлікт та зовнішні загрози, але ще й реальної внутрішньої небезпеки для громадян і бізнесу. Підприємництво в системі безпеки є високоприбутковим та креативним, захищає клієнтів різними способами, допомагає їм стежити за власними будівлями і активами та запобігає й розкриває злочинну діяльність, що може вплинути на співробітників, постачальників та клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Бізнес-план приватної охоронної організації. Як відкрити ФОП? Бізнес-план охоронного підприємства. URL: <https://rt82.ru/uk/smoke-removal/biznes-plan-chastnoi-ohrannoi-organizacii-kak-otkryt-chop-biznes-plan/> (дата звернення: 01.05.2023).

2. Класифікація видів економічної діяльності. URL: <https://dovidnyk.in.ua/directories/kved> (дата звернення: 02.05.2023).

3. Чому вашому бізнесу потрібна охоронна сигналізація? URL: <https://deftech.com.ua/ua/a431735-rochemu-vashemu-biznesu.html> (дата звернення: 20.04.2023).

4. Як влаштований охоронний бізнес в Україні? Лідери, тренди та проблеми. URL: <https://ckp.in.ua/reviews/19080> (дата звернення: 01.04.2023).

УДК 339.1.003.13

НАПРЯМИ СЕРВІСНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

І. В. Штук

**nataliia.bredun@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:

Н. В. Дем'яненко, к. е. н., доц.*

У ринковій економіці торгівля найбільш розповсюджена сфера підприємницької діяльності та сфера застосування праці. Призначення торгівлі полягає в тому, що вона забезпечує доведення споживчих товарів і послуг від виробника до споживача посередництвом купівлі продажу [2, с. 7].

Торговельне підприємство – первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг метою задоволення потреб ринку й отримання прибутку [2].

Враховуючи сучасний стан торговельних підприємств, визначимо основні напрями їх сервісної політики. Детально їх охарактеризуємо у табл. 1.

Згідно інформації табл. 1, напрями сервісної політики торговельних підприємств поділяють на внутрішні, які безпосередньо знаходяться у межах торговельного процесу і, у більшості випадків, спрямовані на забезпечення задоволення потреб споживачів, а також зовнішні, що проявляються в організації

ресурсного забезпечення торговельних підприємств та незалежному оцінюванні якості обслуговування і консультування споживачів персоналом, пошуку напрямів оптимізації торговельного процесу тощо [3].

Таблиця 1. Напрями сервісної політики торговельних підприємств [3]

Напрями сервісної політики	Характеристика
Послуги у межах торговельних підприємств (внутрішні):	
консультування споживачів	передбачає надання інформації про характеристики товару; включає інформування через електронні та інформаційні мережі;
формування замовлень	включає процес здійснення замовлень товару, якого не має у наявності;
мерчандайзинг	поєднує елементи розміщення товару у торговельних закладах та підбір оптимального асортименту;
перевірка товарів у процесі реалізації	передбачає перевірку споживчих та технічних характеристик товару у процесі його продажу;
післяпродажне гарантійне обслуговування	включає надання відповідного технічного сервісу у межах гарантійного обслуговування товару;
розрахункове обслуговування	поєднує елементи готівкових та безготівкових розрахунків за придбаний товар, а також самообслуговування;
транспортування придбаних товарів	передбачає здійснення переміщення придбаного товару із торговельного закладу до місця проживання покупця;
організація громадського харчування та дозвілля	поєднує елементи надання послуг з харчування та відпочинку покупців;
Послуги сторонніх структур (зовнішні):	
логістичне обслуговування	включає постачання товарних ресурсів до торговельних підприємств, організацію складування, вантажно-розвантажувальні роботи;
оцінювання якості сервісу	передбачає здійснення моніторингу торговельного обслуговування;
консалтинг	характеризується необхідністю надання послуг різного характеру, які сприяють ефективному здійсненню торговельного процесу.

Торгівельні підприємства діють на основі статуту, який затверджується власниками (власником) майна. У статуті підприємства визначаються власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, його органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і виборчих органів, порядок утворення майна підприємства, умови реорганізації та припинення діяльності. До статуту можуть включатися положення, пов'язані з особливостями діяльності підприємства: про трудові відносини, що виникають на підставі членства; про повноваження, порядок створення та структуру ради підприємства; про знаки для товарів і послуг та інше. Для здійснення торгівельної діяльності підприємству необхідні певні матеріальні цінності, які становлять основу діяльності, тобто майно підприємства. Майно становлять основні фонди та оборотні кошти, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

Воно належить підприємству на праві власності, повного господарського відання або оперативного управління [4].

Послуги, які надаються підприємствами торгівлі, можуть бути платними і безплатними, але всі вони реалізуються з метою залучення в магазини найбільшої кількості покупців. До безплатних відносять послуги, які безпосередньо пов'язані з процесом продажу товарів (наприклад, консультації продавців і спеціалістів, рекламна інформація в магазині); до платних послуг відносять послуги, надання яких пов'язане з додатковими витратами підприємства торгівлі (розкрій тканин, виконання замовлень на відеозапис урочистих подій та ін.). Такі послуги оплачуються покупцями за затвердженими в встановленому порядку прейскурантами [3].

Відповідно формування і впровадження ефективної сервісної політики торговельних підприємств спрямована на задоволення потреб споживачів й ресурсного забезпечення торговельного процесу, який дозволяє збільшити обсяг товарообігу й прибутку та підвищити конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Безпарточний М. Г. Сервісна політика торговельних підприємств. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300236954.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

2. Економіка торговельного підприємства : навч. посібник. Н.А. Мазур, І. В. Семенець, І. А. Лопащук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.

3. Система торговельних послуг. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20652/ (дата звернення: 02.05.2023).

4. Торговельне підприємство: роль комерційної діяльності. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20652/ (дата звернення: 04.05.2023).

УДК 351:004(477)

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЛОКЧЕЙН В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

І. І. Житченко
iryna.zhytchenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. Л. Панасенко, к. е. н., доц.

Дослідження застосування технологій блокчейн в публічному управлінні є досить актуальним, адже насамперед існує в країні проблема довіри до органів публічної влади. Також існують проблеми втрати великої кількості ресурсів на ведення державних реєстрів, управління інформацією, висока ймовірність ризиків втрати даних через неправомірне користування даними, що знаходяться в реєстрі. Блокчейн дозволяє побороти бюрократію та покращити рівень надання адміністративних послуг.

Блокчейн являє собою своєрідну розподілену базу даних, яка зберігає організований ланцюг записів, який безперервно продовжується. Також всі блоки мають часову помітку, код попереднього блоку і показники транзакцій.

Основним захистом від підроблення чи зміни інформації є наявність хешу попереднього блоку у наступний. Ось чому, корегування одного з блоків створює відповідні зміни в усіх наступних блоках [1].

Слід зазначити, що технологія блокчейн має ряд певних переваг та недоліків. Основними перевагами впровадження технології блокчейн є:

- довготривалість, адже блокчейн внаслідок того, що не має одного сервісу, де наявні всі дані, може зберігатися на протязі довгого часу і захищає інформацію від різних атак;
- швидкість проведення операцій, за допомогою технології блокчейн всі операції реалізуються за короткий проміжок часу і опрацьовуються постійно;
- довіра, тобто технологія надає можливість проводити різні обмінні процедури без залучення спеціалістів, що, в свою чергу, значно знижує рівень ризику впливу сторонніх особистостей;
- зниження ступеню корупційних діянь.

Відповідно головними недоліками застосування технології блокчейну в публічному управлінні є:

- невизначеність щодо того, хто має формувати транзакції в окремі блоки і ланцюги, тому наявна можливість ризику компрометації інформації, що може призвести до розголошення даних тощо;
- велика кількість пам'яті даних;
- відсутність змоги видалити чи корегувати інформацію, коли вона вже потрапила в базу [2, с. 6].

Призначення для застосування технології блокчейн, зокрема щодо управління записами в публічних реєстрах, полягає у формуванні однієї системи відповідно для певного реєстру із можливістю учасників додавати повідомлення про об'єкти, характеризувати форму їх застосування тощо. Таким чином, використання даної системи надає можливість перейти в цифровий формат, що забезпечує раціональну роботу з інформацією. Технологія блокчейн забезпечує існування одних загальноприйнятих стандартів обміну інформацією, тому це є позитивним фактором, адже так вона є зручною та доступною і для постійних, і для нових користувачів.

Технологію блокчейн у публічній сфері можна застосувати таким чином:

- державне управління (можливість внести державні відомості, які наявні в електронному форматі, повний перелік державних послуг на блокчейн-платформу, застосовувати як сховище великих об'ємів даних, за допомогою системи можна управляти інформацією через високу прозорість проведення різних операцій);
- галузь охорони здоров'я (формування одного реєстру карток пацієнтів та спостереження за постачанням медичних препаратів);
- архівна сфера (переведення всіх даних у електронний вигляд);
- правоохоронні органи (формування одного списку правопорушників);
- соціальна служба (утворення однієї бази осіб, що мають необхідність соціальної допомоги);
- проведення виборів та соціальні опитування (можливість швидко та якісно провести опитування серед громадян, адже система забезпечує

високий ступінь безпеки та продуктивний захист від атак та витоків інформації) [2, с. 7].

Технологія блокчейн надає можливість істотно скоротити витрати на операційну діяльність та гарантує прозорість проведених операцій. Вона допоможе відновити довіру громадян до органів публічної сфери, також забезпечить високий ступінь державних послуг, що надаються органами публічної влади і сформованими організаціями, які фінансуються коштами відповідних бюджетів. Проте існують певні бар'єри щодо використання блокчейн технології, а саме: певні юридичні обмеження, недостатньо вивчена технологія, нестача професійних навичок працівників у роботі з даною технологією тощо [3].

Втілення даної технології забезпечує формування нових напрямів електронного врядування, зокрема у галузі захищеності даних від підробки. Всю інформацію про осіб, майно, дозволи, власність після внесення до державних блокчейн систем змінити фактично нереально. Також інформацію з реєстрів доступно застосовувати як документи, які мають юридичну силу та загальнодоступні зацікавленим особам.

Реалізація технології блокчейн у публічному управлінні може допомогти покращити стан довіри громадян до органів публічної сфери, вдосконалити якість надання державних послуг, знизити рівень корупції, вберегти інформацію від пошкоджень чи фальсифікації.

Список використаних джерел:

1. Блокчейн. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%B9%D0%BD> (дата звернення: 13.04.2023)
2. Балан О.С., Буковський Д.А. Технологія Blockchain в публічному управлінні. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2018. № 4 (6). С. 5-10.
3. Клименко І. В., Лозова Г. М., Акімова Л. М. Застосування блокчейн-технологій в публічному управлінні. *Науковий вісник: Демократичне врядування*. 2017. Вип. 20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2017_20_9 (дата звернення: 15.04.2023)

УДК 349.6

ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

С. О. Косьяненко
stanislav.kosianenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Т. М. Лозинська, д. держ. упр., проф.

Енергетичне забезпечення територіальних громад (ТГ) України почало змінюватися ще до початку повномасштабної війни з Російською Федерацією, оскільки перед органами управління громад постали завдання оптимізації бюджетних коштів на закупівлю енергоносіїв, раціонального використання місцевих паливних ресурсів, скорочення непродуктивних енерговтрат,

декарбонізації енерговикористання. Воєнні дії Росії, що супроводжувалися масованими артилерійськими і ракетними обстрілами населених пунктів завдали серйозних пошкоджень енергетичній інфраструктурі України. В складних умовах опинилися підприємства харчової промисловості та воєнно-промислового комплексу, медичні заклади, державні установи тощо. Населення громад мужньо переживало блекаути, відсутність тепло- і водопостачання, але всі прагнули якнайшвидше відновити постачання електрики і тепла, тому питання енергетичної безпеки набули пріоритетного значення.

Голова Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України В. Безус запевняє, що на вищому керівному рівні сформовано «стратегічно-концептуальний» [1] консенсус стосовно того, що енергетика України має бути стійкою, декарбонізованою. Вона має забезпечувати вимоги енергетичної безпеки України і враховувати її міжнародні зобов'язання. Зрозуміло, що в умовах війни питання кліматичних змін чи екологічних загроз поступаються проблемам просто збереження енергосистеми і забезпечення основних життєвих потреб населення. Війна просто знищує ресурси для економіки і разом із цим здійснює катастрофічний вплив на довкілля (до небезпечного рівня підвищується забруднення питної води, горять ліси і руйнуються підприємства) [2]. Тобто, питання енергетичної безпеки стають пріоритетними і набувають надважливого значення для усіх територіальних громад.

Для пояснення сутності поняття «енергетична безпека» скористаємося таким нормативно-правовим документом, як Постанова Кабінету Міністрів України, в якій зазначається, що енергетична безпека – це: «... своєчасне, повне і безперебійне забезпечення паливом та енергією необхідної якості матеріального виробництва, невиробничої сфери, населення, комунально-побутових й інших споживачів; запобігання шкідливому впливу на довкілля; транспортування, перетворення і споживання паливно-енергетичних ресурсів в умовах сучасних ринкових відносин, тенденцій та показників світового ринку енергоносіїв» [3]. Щоб зрозуміти усю гостроту питань енергетичної безпеки зазначимо, що *станом на кінець грудня 2022 р. внаслідок масованих атак Росії в Україні пошкоджено або знищено близько 50% української енергосистеми: підстанцій та високовольтних ліній електропередач* [4].

Основні завдання, що пов'язані з енергетичним менеджментом, покладаються на самі територіальні громади. Активну допомогу у налагодженні енергетичного менеджменту українським ТГ надають зарубіжні партнерські організації, такі, наприклад, як «U-LEAD з Європою», яка є ініціатором розбудови міжнародних партнерств між громадами України та ЄС під назвою «Мости довіри». У межах даного партнерства передбачається підготовка енергетичних менеджерів на рівні громад, розробка місцевих програм енергоефективності, інвентаризація викидів CO₂ і розробка заходів щодо їх скорочення та моделювання енергетичних балансів територій, виходячи з нових реалій [5].

Централізоване управління енергетичною системою і накопичення у певних місцях великих запасів енергоресурсів виявилось занадто вразливим в умовах війни – у перші ж місяці ці запаси були знищені. Зараз у громадах, в

рамках здійснення енергоменеджменту, мають бути складені реєстри ризиків, ці ризики мають бути ідентифіковані (визначено, що в громаді є енергетично вразливим та яких об'єктів це стосується). Мають бути визначені шляхи подолання або зменшення виявлених ризиків. Після цього має бути розроблений перелік заходів щодо кожного з об'єктів управління зі зменшення вразливостей, на чому зосереджує свою увагу Л. Рябцев [6].

Список використаних джерел:

1. Стійкість, декарбонізація, енергетична безпека, відповідність потребам економічного розвитку та євроінтеграційному курсу – аспекти формування нової енергетики України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/stiikist-dekarbonizatsiia-enerhetychna-bezpeka-vidpovidnist-potrebam-ekonomichnoho-rozvytku-ta-ievrointehratsiinomou-kursu-aspekty-formuvannia-novoi-enerhetyky-ukrainy> (дата звернення 06.05.2023).

2. Демченков Я. Енергетична безпека: правила для нової ери. *Економічна правда*, 14 листопада 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/11/14/693771/> (дата звернення 06.05.2023).

3. Про Концепцію діяльності органів виконавчої влади у забезпеченні енергетичної безпеки України: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.01.1998 № 48. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/48-98-%D0%BF> (дата звернення 06.05.2023).

4. Чому відновлювана енергетика – це запорука безпеки для України під час та після війни. URL: <https://ua.boell.org/uk/2023/02/22/chomu-vidnovlyuvana-enerhetyka-tse-zaporuka-bezpeky-dlya-ukrayiny-pid-chas-ta-pislya> (дата звернення 06.05.2023).

5. У дев'яти громадах запровадять систему енергетичного менеджменту. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/16388> (дата звернення 06.05.2023).

6. Українська енергетика військового часу: ризики, проблеми та шляхи їхнього вирішення. URL: <https://uapolitics.comments.ua/ua/article/2022/ukrainska-energetika-viyskovogo-chasu-riziki-problemi-ta-shlyahi-ihnogo-virishennya-697914.html> (дата звернення 06.05.2023).

УДК 351:004

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ В ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

В. С. Кочур
vladyslava.kochur@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. Л. Панасенко, к. е. н., доц.

Електронна послуга – це адміністративна або інша публічна послуга, що може надаватися громадянину/юридичній особі в електронній формі.

Використовуючи дану можливість громадянин або юридична особа може отримати послугу від держави онлайн [1].

На сьогодні в світовій практиці для надання публічних послуг впроваджують різні способи передавання офіційної інформації, вони можуть використовуватися одноосібно або комбінація (рис.1).



Рис.1. Способи передавання офіційної інформації

Різноманітність способів передавання офіційної інформації зумовлена підвищенням рівня потреб користувача у доступі до публічних служб з будь-якого місця та будь-який час. За допомогою онлайн послуг публічна адміністрація має можливість охопити кожного громадянина в даному суспільстві в тому числі вразливі групи людей, які знаходяться в несприятливому стані. Завдання публічної адміністрації полягає в тому, щоб забезпечити баланс необхідної підтримки для вищезазначених ресурсів, за допомогою стимулювання громадян користуватися більш економічно-ефективними та цифровими каналами. Зараз веб-портал, мобільний канал та соціальні мережі є фундаментальними ресурсами, які надають можливість досягнути більшу кількість населення. Але більша кількість цифрових країн вирішили розділити ресурси для надання публічних послуг на дві категорії: населення та бізнес.

Також деякі розвинені країни впровадили два різних механізми для створення порталу адміністративних послуг, а саме [2]:

- централізований (формується на засаді «зверху – вниз»);
- мета-система (формується на засаді «знизу – вгору»);

Наприклад: уряд Великобританії сформував «Урядовий портал» - централізований Інтернет-ресурс, який має власну структуру за механізмом «зверху - вниз». Завдання даного продукту – це інтегрувати різні Інтернет-сервіси всіх органів влади для ефективного надання послуг за допомогою єдиного інформаційного простору. «Урядовий портал» демонструє комбінацію власних сервісів та ключів до інших порталів, сайтів. Також даний портал є

єдиним центром відповідальності перед замовниками публічних послуг. А в США впроваджений інший механізм для створення порталів для надання публічних послуг. Портал сформований на засадах «знизу - вгору», тому що регіональні та місцеві органи влади до моменту формування федерального порталу вже мали спроможні та ефективні механізми для надання публічних послуг. Мета мети-системи – створення специфічного серверу мета – даних про публічні послуги. Інформаційне наповнення порталу розподілена на чотири категорії: громадяни країни; бізнес; державні службовці; туристи.

Портал являє собою єдиний функціональний центр, що надає можливість своїм користувачам шукати та отримувати потрібну інформацію. Також даний Інтернет-ресурс надає кожному відвідувачеві порядок надання публічних послуг та перелік додаткових ресурсів.

Крім вищезазначеного, у міжнародному досвіді є практика систематизування публічних послуг за допомогою різних критерій.

Наприклад, США, Велика Британія, Франція та Бельгія групують публічні послуги у відповідності з основними ланками населення, яким вони надаються (діти, молодь, ветерани, літні люди, підприємці, іноземні громадяни та інші). А в Португалії та Канаді систематизують послуги за допомогою ланків державної влади, а саме: федеральна, регіональна та місцева влада. Кожні два роки департамент з економічних та соціальних питань ООН проводить аналіз за допомогою трьох показників індексу розвитку електронного урядування у державах світу. Найзначиміший показник для даної процедури - широта та якість надавання публічних послуг.

Таким чином, більша кількість країн-лідерів з розвитку електронного урядування в світі має високі показники щодо розвитку онлайн-послуг. Але вищезазначені країни представляють різні регіони світу. Це демонструє розповсюдження надання послуг онлайн, у тому числі в публічному секторі, як сучасну глобальну тенденцію розвитку світу.

Список використаних джерел:

1. Що таке електронна послуга? Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/usi-pitannya-po-e-poslugam/sho-take-elektronna-posluga> (дата звернення: 15.04.2023).

2. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб. / ред.: А. Семенченка, В. Дрешпака. 15-те вид. Київ : ФОП Москаленко О. М., 2017. Т. 10 : Електронні послуги. 60 с.

3. United Nations E-government Survey 2014. E-Government for the Future We Want, United Nations. New York, 2014. URL: http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf (дата звернення: 15.04.2023).

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Я. С. Кремпоха
yana.krempokha@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. І. Сердюк, к. е. н., доц.

Публічна кадрова політика являється найважливішим соціально-політичним явищем у житті та діяльності будь-якої держави та суспільства. Від кадрового складу органів публічної влади залежить успіх розвитку суспільства загалом. Саме тому кадрова політика займає ключові позиції у різноманітні напрямів та сфер публічної політики. У широкому розумінні слова під публічною кадровою політикою розуміється загальна система офіційно визнаних цілей та пріоритетів, принципів та завдань діяльності держави щодо регулювання всіх кадрових процесів [1].

Однозначно чіткого розкриття поняття принципів кадрової політики у науці не існує. Їх головне значення полягає в тому, що вони визначають правове та організаційне утримання, побудову та функціонування публічної служби, встановлюють найважливіші зв'язки у цьому механізмі управління. Принципи кадрової політики об'єктивні за змістом, оскільки відображають об'єктивні зв'язки, тенденції та закономірності у сфері адміністративної діяльності.

Науковиця М. Карпа [2] визначає наступні принципи такої політики: науковість, історичний підхід, моральність, законність, демократизм, спадковість та змінність. Щодо специфічних принципів, що регулюють кадрові процеси в певній сфері, то до таких дослідниця віднесла: відбір кадрів за діловими, професійними і моральними якостями; відкритість та гласність; соціальну рівність громадян при вступі на державну службу; правовий, соціальний і економічний захист персоналу; соціальний контроль за діяльністю державних службовців тощо [2].

В табл. 1 розглянуті основні принципи публічної кадрової політики за баченням О. Лень [1].

Таблиця 1. Основні принципи публічної кадрової політики

№ п/п	Назва принципу
1.	Рівний доступ до публічної служби з урахуванням фахової підготовки та основних ділових якостей
2.	Правова захищеність кадрів
3.	Соціальна захищеність кадрів
4.	Високий рівень професіоналізму та компетентність кадрів
5.	Покращення професійної майстерності співробітників
6.	Облік ділових якостей кадрів у їх професійній діяльності
7.	Стимулювання службової кар'єри кадрів
8.	Єдність колективу

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Деякі вчені принципи публічної кадрової політики поділяють на три групи: базові, спеціальні та приватні. Базові (загальні) – це конституційні принципи, які в цілому характеризують сутнісні риси публічної кадрової політики. Функціональне призначення, пріоритети, змістовні елементи публічної кадрової політики виражають спеціальні принципи. Здійснюють регулювання діяльності окремих елементів кадрових процесів публічної служби приватні засади публічної кадрової політики.

Одним з основних механізмів реформування кадрової політики органів влади є її нормативно-правова база, яка включає владні розпорядження публічних органів, які встановлюють, змінюють чи скасовують норми права. Правове регулювання кадрової політики в органах влади здійснюється на всіх рівнях: державному, регіональному, місцевому. Нормативно-правові акти, що регламентують кадрові процеси та відносини, класифікуються в залежності від їх правового рівня чи ступеня юридичної сили.

Основним нормативним актом, що має вищу юридичну силу, у якому закріплено опис порядку формування вищих органів державної влади країни, «єдність системи державної влади, надання та гарантія кожному громадянину права на працю, на вільний вибір професії, роду і місця трудової діяльності, права на рівний доступ до державної служби», є Конституція України [3]. Вона займає перший правовий рівень регулювання кадрової політики в Україні. Після Конституції слідує конституційні закони, далі – підзаконні акти (укази та розпорядження Президента України, постанови та інші нормативно-правові акти) [4, с. 27]. Весь комплекс соціально-трудова відносин у державі регулює Кодекс законів про працю України [5].

Отже, одним із першочергових завдань реформування державної служби в Україні є удосконалення нормативно-правової бази кадрової політики. Зокрема, нормативного встановлення статусу основних суб'єктів кадрової політики, чітке формулювання їхніх повноважень, ступеня відповідальності тощо. Основні функції кадрової служби державного органу необхідно визначати окремим законодавчим актом державного рівня.

Список використаних джерел:

1. Лень О. О. Політика забезпечення кадрової безпеки в системі публічного управління: напрямки і пріоритети. URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/public-management/article/view/1366/1846> (дата доступу: 05.05.2023).

2. Карпа М. Теоретичні аспекти формування кадрової політики в органах публічної влади. *Ефективність державного управління*, 2013. Вип. 36. С. 27-36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_36_6 (дата доступу: 04.05.2023).

3. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата доступу: 07.05.2023).

4. Федорчук В. А. Організаційно-правове забезпечення кадрової політики в державному управлінні. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. 2015. № 1. С. 23–29.

5. Кодекс законів про працю України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата доступу: 06.05.2023).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Ю. В. Нестеренко
yuliia.nesterenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. І. Сердюк, к. е. н, доц.

В умовах децентралізації актуальності набуває проблема забезпечення органів місцевого самоврядування в Україні якісним персоналом, оскільки його професійний рівень є однією з передумов успішного розвитку громад [1]. Органи місцевого самоврядування повинні завжди знаходити найефективніші способи набору, мотивації, винагороди, утримання, розвитку та підвищення кваліфікації своїх співробітників [2]. Питання професіоналізації служби в органах місцевого самоврядування, й зокрема питання професійного навчання, як передумови успішної реалізації зростаючого обсягу функцій і повноважень, є актуальними і для громад Полтавської області, та, зокрема, Полтавського району.

Проведене дослідження стану управління розвитком посадових осіб Михайлівської сільської ради (Полтавський район, Полтавська область) засвідчило, що воно реалізується відповідно до Цільової програми підвищення кваліфікації, навчання кадрів та розвитку матеріальної бази виконавчого апарату Михайлівської сільської ради на 2021–2023 роки. Проте, визначено і ряд проблем, що потребують вирішення (рис. 1). Це недостатнє фінансування системи розвитку персоналу, відсутність системи планування розвитку (на сьогодні вона має непостійний характер), відсутність системи оцінки показників результативності діяльності персоналу, частково несприятливі умови праці.

Зважаючи на проблеми, з якими зіткнулась Михайлівська сільська рада, основні напрями удосконалення системи управління розвитком її посадових осіб можна окреслити як:

1. Навчання та професійний розвиток. Посадові особи можуть отримати більше навчальних можливостей та професійних тренінгів, щоб нарощувати свої знання та навички (семінари, воркшопи, онлайн-курси тощо).

2. Менторинг та коучинг. Посадові особи можуть мати користь від особистих консультацій з менторами або коучами, які допоможуть їм удосконалити свої лідерські та професійні навички, зрозуміти їхні міцні та слабкі сторони, розробити плани для подальшого розвитку.

3. Оцінка та звітування. Для визначення ефективності системи розвитку посадових осіб сільської ради можна використовувати системи оцінки та звітування. Це може включати підготовку та оцінку річних планів дій, використання інструментів оцінки рівня навчання та знань, а також звітування про результати роботи посадових осіб.

4. Залучення стейкхолдерів. Щоб визначити потреби та пріоритети в системі розвитку посадових осіб, можна залучити різних стейкхолдерів, таких як місцеві громадські організації, бізнес-спільнота та інші зацікавлені сторони. Це

допоможе зрозуміти потреби громади та забезпечити зв'язок між системою розвитку посадових осіб та потребами громади.

5. Розвиток культури відкритості та інклюзивності. Для ефективної роботи сільської ради необхідно створити культуру відкритості та інклюзивності, де всі посадові особи мають можливість висловлювати свої ідеї та думки. Це може сприяти створенню атмосфери, де кожен працівник відчуває, що його думка є важливою та враховується.

6. Використання інформаційних технологій. Це може значно полегшити роботу посадових осіб, забезпечити швидкий та ефективний обмін інформацією, а також забезпечити доступ до різноманітних онлайн-курсів та тренінгів [3].

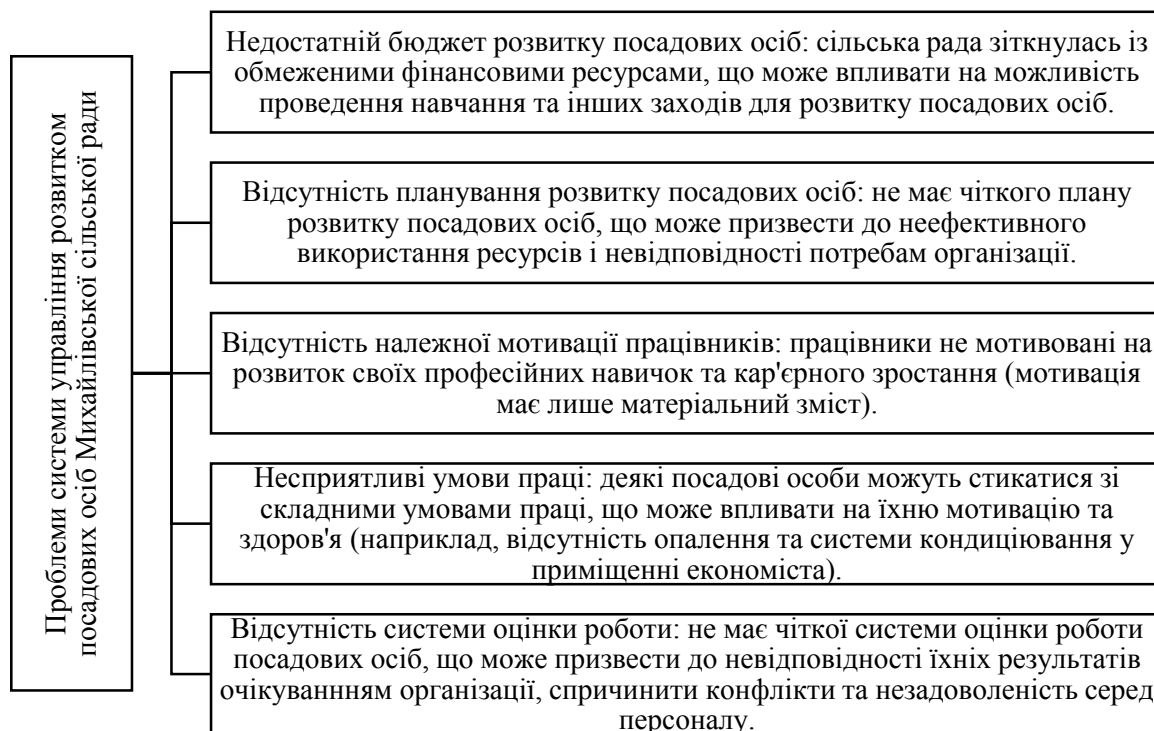


Рис. 1. Проблеми системи розвитку посадових осіб Михайлівської сільської ради (Полтавський район, Полтавська область)

Інноваційні заходи мають відіграти ключову роль у розвитку системи управління персоналом Михайлівської сільської ради. Інноваційна програма розвитку посадових осіб Михайлівської сільської ради може включати наступні елементи, табл. 1.

Таблиця 1. Інноваційна програма розвитку працівників Михайлівської сільської ради (Полтавський район, Полтавська область)

Інноваційних заходів	Напрямок реалізації
Навчальні курси та тренінги	Організація тренінгів для підвищення кваліфікації фахівців з різних галузей, таких як управління проектами, комунікації, лідерство, технічні навички та інші. Таке навчання допоможе підвищити рівень знань і вмінь працівників і сприятиме виконанню роботи на вищому рівні якості.
Розвиток м'яких навичок	Організація тренінгів зі спілкування, роботи в команді, вирішення проблем, робота зі стресом та набуття інших важливих навичок, що є важливими для роботи в будь-якій сфері.

Інноваційних захід	Напрямок реалізації
Менторинг працівників	Встановлення системи менторства, яка допоможе новим працівникам адаптуватися до робочого процесу та виконанню своїх завдань. Ментор може бути більш досвідченим працівником або керівником, який запропонує цінні поради та допоможе працівнику усвідомити його потенціал.
Розвиток кар'єри	Організація програми розвитку кар'єри для працівників, включаючи індивідуальні плани розвитку, підвищення зарплати, підвищення рангів та інші можливості розвитку кар'єри.
Організація інноваційних проєктів	Створення команди, яка буде займатися розробкою та впровадженням інноваційних проєктів в сільській раді. Це допоможе залучити талановитих працівників та сприятиме інноваційному розвитку в організації, що в свою чергу може покращити роботу сільської ради та забезпечить її відповідність вимогам сучасності.
Удосконалення системи стимулювання	Удосконалення системи стимулювання та мотивації працівників, що може включати надання премій, зростання заробітної плати та інші види заохочень. Це допоможе підвищити мотивацію та продуктивність працівників.
Використання новітніх технологій	Організація навчання та використання новітніх технологій в роботі сільської ради, наприклад, використання електронних систем управління документами, автоматизація бухгалтерського обліку, використання хмарних технологій та ін. Це допоможе підвищити ефективність та швидкість виконання завдань.
Впровадження принципів роботи віддалено	Організація роботи віддалено для тих працівників, які мають можливість працювати з дому або з будь-якого іншого місця. Це може допомогти підвищити продуктивність та задоволеність працівників, а також зменшити витрати на оренду приміщень та інфраструктуру.

Важливо пам'ятати, що розвиток посадових осіб є постійним процесом, а система розвитку повинна бути гнучкою та адаптивною до змін, щоб забезпечити найкращі результати.

Таким чином, наведена інноваційна програма розвитку посадових осіб Михайлівської сільської ради має бути різноплановою та включати в себе різноманітні складові, що допоможуть наростити професіоналізм та результативність діяльності персоналу, збільшити їх мотивацію до праці та забезпечити ефективність функціонування органу місцевого самоврядування в цілому.

Список використаних джерел:

1. Кіцак І. Б. Теоретичні аспекти управління персоналом органів місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад. Ефективність державного управління. 2018. ВИП. 4 (57). Ч. 1. С.135-144.

2. Кормишкін Ю. А., Уманська В. В. Дієві інструменти управління персоналом в органах місцевого самоврядування. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2021. Вип. 4. С. 24-34. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/statti/2021/n112/n112v42021kormishkin.pdf> (дата доступу: 07.05.2023).

3. Професійне навчання для місцевого самоврядування: стан, виклики, перспективи. Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/11843?page=6> (дата доступу: 07.05.2023).

ВИКОРИСТАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Т. В. Тараненко
taisiiia.taranenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. Л. Панасенко, к. е. н., доцент

Піар (PR, Public Relations) – це технологія або комплекс заходів, спрямований на формування або підтримку певної репутації та громадської думки щодо конкретної компанії, організації або приватної особи. В перекладі з англійської, термін «Public Relations» або скорочено «PR», означає: «Публічні Відносини» або, більш звичний для нас термін «Зв'язок з громадськістю» [2].

Прагнення українського суспільства до прогресивних перетворень на засадах європейських цінностей зумовлює передусім потребу в масштабному, своєчасному, адекватному та швидкому оновленні ефективності системи публічного управління у межах цілеспрямованого здійснення державно-управлінських реформ. [1, с. 21]

Перше нововведення, яке торкнулося технологій державного управління, стосується способу її комунікації з громадянами. Фахівці з PR сформулювали такі критерії ефективної комунікації: корисність, повнота і точність, достовірність, своєчасність, чіткість і зрозумілість викладу, переконування. Відкритість та прозорість сучасного публічного простору примушує шукати креативні підходи до ефективних комунікацій не лише всередині самої системи державного управління, а й зовні, із суспільством [3, с. 17]. Ці підходи мають ґрунтуватися на певних параметрах успіху (табл.1).

Таблиця 1. Параметри успіху

Поняття	Сутність
Увага	означає наскільки повідомлення притягує увагу потенційних споживачів, до кого спрямовано, хто його використає
Ідентифікація	результат впливу повідомлення на аудиторію, коли у свідомості отримувачів формується ланцюга «повідомлення – джерело повідомлення – організація чи установа, якої воно стосується»
Позитивний інтерес	комунікація будується переважно на позитивних емоціях
Довіра	джерело і зміст інформації повинні викликати довіру з боку цільової аудиторії, довіра виникає тоді, коли більше й краще поінформований
Доступність	зміст інформації подається у зрозумілій формі, чітких поняттях, з конкретними цілями, близькими до потреб аудиторії з метою стимулювання уваги, інтересу, сприйняття змісту
Асоціативність	знакова система повідомлення, чи обрана символіка повинні викликати певні асоціації у конкретної аудиторії
Динамізм	повідомлення має бути активним для того, щоб змусити аудиторію відповідним чином сприймати чи діяти

Постійно вивчати явища і процеси суспільного життя, моніторити соціальне оточення – це перший і, можливо, один із найважчих кроків у процесі регулювання зв'язків із громадськістю. Кожен державний орган повинен орієнтуватися на те, що люди очікують знайти всю необхідну інформацію в інтернеті та соціальних мережах. PR-технології можуть бути дуже корисними для забезпечення ефективної взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Нижче подано декілька можливих способів використання PR-технологій в системі взаємодії органів державної влади з громадськістю. Органи державної влади можуть використовувати PR-технології для підвищення відвідуваності заходів, які вони організують. Наприклад, організуючи прес-конференцію, можна звернутися до ЗМІ із запрошенням до участі і подачі повідомлення про захід. Соціальні мережі можуть бути дуже ефективним інструментом для взаємодії з громадськістю. Органи державної влади можуть використовувати соціальні мережі для поширення новин про свою роботу, відповіді на запитання громадян, а також для взаємодії з громадськістю у формі діалогу. Органи державної влади можуть використовувати контент-маркетингові стратегії для збільшення обізнаності громадськості про свою діяльність. Це може бути в формі блогів, відео, інфографіків та інших видів контенту. Кампанії зв'язку з громадськістю можуть використовуватися для підвищення свідомості громадськості про проблеми, які розв'язуються органами державної влади, та проєктів, які вони реалізують. Такі кампанії можуть включати рекламні матеріали, статті в ЗМІ, відеоролики та інші формати, що допоможуть донести до громадськості потребу в реалізації проєктів та підвищенні свідомості щодо їх важливості. Органи державної влади можуть організовувати заходи з метою взаємодії з громадськістю та підвищення її зацікавленості у роботі держави. Це можуть бути семінари, конференції, круглі столи та інші події, на яких можна обговорити важливі теми та вирішити проблеми, які стоять перед органами влади та громадою. PR-технології можуть допомогти в оцінці ефективності заходів та кампаній зв'язку з громадськістю. Аналізуючи дані зі своїх рекламних кампаній, соціальних мереж та інших джерел, органи державної влади можуть зрозуміти, які засоби зв'язку найефективніші та допомагають найкраще досягати своїх цілей.

Загалом, PR-технології можуть бути дуже корисними для покращення взаємодії між органами державної влади та громадськістю. Вони можуть допомогти органам влади підвищити свою репутацію, збільшити свою видимість серед громадськості та досягати своїх цілей більш ефективно. Одним з найефективніших способів формування позитивного іміджу в управлінні державою і суспільством загалом, не тільки всередині країни, а й також на міжнародному рівні є використання PR-технологій.

Список використаних джерел:

1. Бакуменко В. Парадигма інноваційного розвитку суспільства: сучасні концепції реформування публічного управління. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 43. С. 21-28.
2. Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю в органах державної влади та місцевого самоврядування. *Політологічний вісник*. 2014. Вип. 72. С. 324–337.
3. Лашкіна М. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління. *Публічне управління: теорія та практика*. 2013. Вип. 1. С. 10-18.

ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ Й РОЗВИТКУ МІСТ ЗА РАХУНОК КОНЦЕПЦІЇ SMART CITY

О. Ю. Товстошкур
**tetiana.mats@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Т. П. Мац, к. е. н., доц.*

У багатьох містах розумні технології вже стали реальністю, а в найбільших мегаполісах світу використовуються цілі комплекси розумних механізмів. Розумне місто вже працює в Токіо, Нью-Йорку, Барселоні, Амстердамі та інших містах. Місцеві муніципалітети відзначають, що така система спрощує управління міськими процесами та підвищує комфортність життя. Городяни підтверджують, що в розумному місті жити зручніше та безпечніше. Розумне місто – це система управління міською інфраструктурою за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій в поєднанні з IoT (Інтернетом речей). Концепція також включає роботу IT-додатків, за допомогою яких мешканці міст можуть скористатися державними послугами. Елементи смарт-сіті можна знайти в організації роботи транспорту, вивезення сміття, облаштування паркінгів, зупинок та вуличного освітлення. Інвестиції в розумне місто дозволяють розробити нові сервіси, які автоматизують процеси управління міським життям. Камери та датчики збирають і аналізують інформацію, з їх допомогою можна управляти тими процесами, які завжди були на ручному управлінні [3].

Smart city (розумне місто) – це місто, в якому використовуються сучасні технології для покращення якості життя у ньому. Смарт сіті технології інтегруються у відповідні структури, щоб підвищити якість надання послуг, зменшити вартість та споживання ресурсів та поліпшити комунікацію і порозуміння з мешканцями [1].

Система смарт-сіті має певні переваги для влади і жителів. Якщо мерія докладає зусиль щодо розвитку міста, ураховує потреби жителів, робить його більше зручним і безпечним, то отримує: зростання чисельності населення; інвестиції; податки.

В спеціальних застосунках зосереджено можливість бути вчасно поінформованим, висловити власну думку і мати необхідну довідкову інформацію щодо інновацій міста.

Зокрема, застосунок «Smart місто» дозволяє містянам за допомогою push-повідомлень бути оперативно поінформованими про події, які щоденно відбуваються у місті та впливають на комфортне життя у ньому. Тематику оповіщень (житлово-комунальне господарство, освіта, дорожній рух, місцеві заходи тощо), які йому цікаві, обирає користувач із прив'язкою до району свого проживання. Застосунок надає можливість надіслати запит міському голові або депутатам, підтримати петицію, взяти участь в електронних консультаціях,

проголосувати за місцевий проект та інше. Він також є зручним довідником місцевих підприємств, установ, організацій. «Smart місто» не проводить авторизацію та не збирає ваші персональні дані [3]. Громадяни використовують розумні міські системи різними способами, використовуючи смартфони чи інші мобільні пристрої. Поєднання систем та даних з фізичною інфраструктурою та службами міста можуть скоротити витрати та підвищити стійкість системи управління, покращити використання енергії, оптимізувати збирання сміття, зменшити завантаженість трафіку та навіть покращити якість повітря [1].

Наприклад, підключені до світлофорів датчики отримують дані та опрацьовують їх, що зменшує затори на дорогах. Автомобілі спілкуються з лічильниками паркування, а EV зарядні доки підказують шлях до найближчого доступного місця. Розумні сміттєві баки автоматично надсилають дані компаніям, що займаються управлінням відходами, і за потреби створюють звіти та графік вивезення. Смартфон громадян стає їхнім мобільним водійським посвідченням та ідентифікаційною картою, що прискорює та спрощує державні послуги. Разом ці розумні міські технології оптимізують інфраструктуру, мобільність, адміністративні та комунальні послуги [1].

Кожен хоче жити в населеному пункті, де є все необхідне для роботи, навчання, відпочинку, розвитку. Саме тому тисячі українців переїжджають з невеликих міст та сіл в мегаполіси, які активно розвиваються та дають широкі можливості. Завдяки децентралізації міська влада стала вкладати більше коштів у розвиток інфраструктури. Тепер рівень надходжень до міського бюджету залежить більшою мірою від ефективності роботи влади, тому чиновники змушені шукати способи залучення в проекти бізнесу та іноземних інвесторів. Інвестиції, робота кафе та ресторанів, магазинів та сервісів приносять місту податки, а значить – ресурси для розвитку. Для жителів мегаполісів впровадження смарт-сіті теж приносить тільки плюси. Перш за все, це безпека – одна з базових потреб кожної людини. Їй сприяє наявність вуличного освітлення, регульовані світлофори та камери спостереження. Усе це складається в одну систему, яка дає відчуття себе захищеним поза домом. Відсутність пробок, чисті двори, швидке вирішення проблем з комунікаціями – усе це привертає жителів та підвищує рівень життя [3].

Отже, тенденція урбанізації продовжуватиметься і далі. Близько 54 % людей в всьому світу мешкають в містах, але їх частка до 2050 року досягне 66 %. У поєднанні із загальним зростанням населення, урбанізація додасть ще 2,5 млрд людей до міст на протязі наступних трьох десятиліть. Екологічна, соціальна і економічна сталість – це обов'язкові кроки до такої швидкої експансії, що очікує наші міста. Лише запровадження концепції Smart city зможе допомогти у досягненні успіху й розвитку міст.

Список використаних джерел:

1. Що означає термін «smart city»? URL: <https://smartcity.mvk.if.ua/aboutz> (дата звернення: 02.05.2023).
2. Smart city: розумні технології сучасного міста. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/smart-city-rozumni-tehnologiyi-suchasnogo-mista/> (дата звернення: 01.05.2023).

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.floor12apps.smartcity&hl=uk&gl=US> (дата звернення: 02.05.2023).

УДК 351:004(477)

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ

В. М. Федюк
vikoriia.fediuk@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Н. Л. Панасенко, к. е. н., доц.

Впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління має важливе значення для забезпечення ефективності та якості надання послуг громадянам та бізнесу, підвищення прозорості та зниження корупції в управлінні державними ресурсами.

Інформаційні технології дозволяють автоматизувати процеси управління, збільшуючи їх ефективність та скорочуючи строків надання послуг. Наприклад, електронні сервіси дозволяють подавати заявки онлайн, отримувати інформацію про стан розгляду заявок та іншу інформацію, пов'язану з послугами, що надаються державою[1].

Впровадження інформаційних технологій також сприяє зниженню ризику корупції в управлінні державними ресурсами. За допомогою електронних систем можна забезпечити більш прозорий та контрольований процес надання послуг та використання державних ресурсів.

Однак, впровадження інформаційних технологій повинне бути здійснене з урахуванням певних викликів та ризиків, таких як збереження конфіденційності та безпеки даних, необхідність забезпечення доступності для людей з обмеженими можливостями та надійності технічних засобів, що використовуються.

Тому, впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління має бути здійснене з урахуванням найкращих практик та забезпеченням відповідного рівня захисту та надійності технічних засобів, що для ефективного впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління також необхідно забезпечити належну підготовку та навчання працівників органів державної влади з питань використання нових технологій. Це дозволить забезпечити високу якість обслуговування та зменшити кількість помилок у роботі з електронними системами [1].

Додатково, важливо забезпечити доступність інформаційних технологій для всіх груп населення, зокрема для людей з обмеженими можливостями, а також забезпечити консультативну підтримку користувачів з питань використання електронних сервісів та програм. Загальний результат впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів

управління полягає в поліпшенні якості та швидкості надання послуг, зменшенні корупції та підвищенні ефективності діяльності органів державної влади. Тому, впровадження інформаційних технологій є необхідним кроком в модернізації державного управління та забезпеченні відповідного рівня обслуговування громадян та бізнесу [2].

Однак, важливо зазначити, що впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління повинно здійснюватись з дотриманням вимог щодо захисту персональних даних та забезпечення кібербезпеки. Це особливо актуально у зв'язку з ростом кількості кібератак на державні інформаційні системи [3].

Тому, при впровадженні нових інформаційних технологій в діяльність державних органів управління, необхідно враховувати вимоги щодо захисту персональних даних, забезпечення кібербезпеки та враховувати вимоги законодавства в цій сфері [3].

Також важливо не забувати про необхідність регулярного оновлення та модернізації інформаційних систем державних органів управління, щоб вони відповідали сучасним вимогам та потребам користувачів.

Узагалі, впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління має великий потенціал у забезпеченні якісної та ефективної роботи державних структур. Проте, успішне впровадження інформаційних технологій вимагає не лише відповідної технічної бази, але й компетентної керівної команди, кваліфікованих фахівців та належної організації роботи з персоналом.

Також слід враховувати, що впровадження інформаційних технологій може зменшити бюрократію та розширити можливості взаємодії між державними органами та громадянами. Наприклад, відкриття електронних сервісів може допомогти зменшити час на отримання послуг та спростити їх процедури.

Застосування інформаційних технологій також може сприяти більшій прозорості та відкритості діяльності державних органів. Наприклад, системи електронного документообігу можуть забезпечити доступність документів та інформації для громадськості, що дозволить підвищити рівень довіри громадян до державних структур.

Проте, важливо також звернути увагу на можливі соціальні наслідки впровадження інформаційних технологій. Наприклад, можливе зниження кількості робочих місць через автоматизацію деяких видів робіт. Також впровадження нових технологій може потребувати додаткової підготовки персоналу, що також може вимагати додаткових зусиль та витрат.

У підсумку, впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління має багато переваг, але також вимагає обережності та уважного планування. Враховуючи вимоги щодо захисту персональних даних, кібербезпеки та потреб користувачів, впровадження нових технологій може допомогти покращити роботу державних структур та збільшити ефективність надання державних послуг [4].

Також важливим аспектом є фінансування проектів впровадження інформаційних технологій. Часто державні органи управління мають обмежений бюджет на реалізацію таких проектів. Тому важливо здійснювати оцінку ефективності та вартості проектів впровадження ІТ перед їх реалізацією.

Для підвищення ефективності впровадження інформаційних технологій можна також залучати приватний сектор. Наприклад, відкриття партнерств з компаніями, які надають послуги в галузі ІТ, може допомогти зменшити витрати на розробку та підтримку систем. Такі партнерства можуть також забезпечити доступ до новітніх технологій та експертизи в галузі ІТ.

Нарешті, слід звернути увагу на необхідність розвитку інформаційної культури серед працівників державних органів. Для ефективного впровадження інформаційних технологій важливо, щоб працівники мали необхідні знання та навички для роботи з комп'ютерами, програмами та іншими ІТ-інструментами. Для цього можуть проводитись навчальні курси та тренінги для працівників державних органів [5].

Узагальнюючи, впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів управління є важливим етапом у покращенні їх ефективності та якості надання послуг громадянам. Однак, щоб забезпечити успішну реалізацію проектів, важливо звернути увагу на багато аспектів, включаючи фінансування, партнерство з приватним сектором та розвиток культури серед працівників державних органів. Також важливо враховувати потреби громадян і забезпечувати доступність електронних сервісів для різних груп населення, включаючи людей з обмеженими можливостями та тих, хто проживає в віддалених районах [5].

Крім того, слід пам'ятати про захист інформації, яку обробляють державні органи. Забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних є одним з ключових завдань впровадження ІТ-технологій у державних органах управління. Для цього можна використовувати різні технології шифрування та захисту мережі від зламу.

Отже, впровадження інформаційних технологій у діяльність державних органів є важливим етапом в розвитку держави. Він дозволяє забезпечити ефективну та якісну роботу державних служб, покращити доступність послуг для громадян та підвищити рівень кібербезпеки.

Список використаних джерел:

1. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2013-2020 роки. Закон України від 17 січня 2013 року № 5059-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text> (дата звернення 28.03.2023).

2. Рекомендації Європейської комісії щодо використання електронних інструментів у процедурах закупівель в рамках ЄС.

3. Про захист персональних даних Закон України від 1 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення 28.03.2023).

4. Директива 95/46/ЄС Європейського Парламенту і Ради «Про захист фізичних осіб при обробці персональних даних і про вільне переміщення таких

даних» Європейський Союз; Директива, Міжнародний документ від 24.10.1995 № 95/46/ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_242#Text (дата звернення 28.03.2023).

5. Індекс інноваційного розвитку 2020. Звіт Всесвітньої організації з інтелектуальної власності (ВОІВ). URL: <https://ukrpatent.org/uk/news/main/wipo-gii-2020-02192020> (дата звернення 28.03.2023).

УДК 316.354.4

СТАТУС ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: КЛЮЧОВІ ОЗНАКИ

С. В. Чайка
svitlana.chaika@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Мирна, к. е. н., доц.

Вплив громадських організацій (далі – ГО) на розвиток державного управління є досить недооціненим. Вони лиш починають активно розвиватися та конкретизуватися в громадському суспільстві. Проте слід вже розуміти, що саме ГО є важливим аспектом в головному прояві інтересів громадян та насамперед це про сам вплив на вирішення невідкладних проблем, які вже сформувалися.

ГО в порядку, визначеному законодавством України, можуть:

- представляти і захищати права та законні інтереси осіб;
- проводити мирні заходи;
- надавати ідейну, організаційну та майнову підтримку іншим громадським організаціям та допомогу в їх утворенні;
- брати участь в управлінні державними справами;
- звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб цих органів та інших юридичних осіб;
- одержувати від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб цих органів інформацію, необхідну для виконання статутних завдань і цілей;
- вільно поширювати інформацію про діяльність ГО, що не суперечить Конституції України та іншим нормативно-правовим актам;
- реалізовувати інші права відповідно до своїх установчих документів.

В Законі України «Про громадські об'єднання» [1] підкреслено добровільний характер об'єднанням осіб для здійснення і захисту прав і свобод, задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних та інших суспільних інтересів. Також зазначимо, що ГО є неприбутковими, тобто не ставлять за мету своєї діяльності отримання прибутку. Їхня компетенція поширюється на допомогу громадянам у вирішенні проблем як на державному, так і на місцевому рівнях.

До головних засад взаємовідносин ГО з органами державної влади та органами місцевого самоврядування [2] можна віднести таке:

– сприяння в установленому законом порядку громадським організаціям у реалізації їх прав і законних інтересів;

– у межах повноважень та у спосіб, визначений законом, залучення громадських організацій до виконання замовлень для державних та місцевих потреб;

– зобов'язання громадських організацій, їх спілок, які одержують фінансування, матеріальну допомогу з державного та місцевих бюджетів, подавати звіти про цільове використання коштів і матеріальних цінностей органам, що їх надавали, в порядку, прописаному у законодавстві;

– контроль за використанням громадськими організаціями коштів, отриманих з державного та місцевих бюджетів, у порядку, встановленому законом;

– заборону обопільного незаконного втручання вищезазначених органів, організацій та їх посадових осіб.

Діяльність ГО базується на установчих документах, дані документи мають різні цільові призначення, наприклад, установчим документом для ГО, легалізованої шляхом державної реєстрації є статут, який повинен відповідати вимогам закону та не суперечити Конституції України.

Для легалізації статуту ГО потрібно звернутися до відповідного державного органу та подати заяву про державну реєстрацію ГО разом із статутом та іншими необхідними документами. Після реєстрації статуту та визнання ГО юридичною особою, орган, що здійснив реєстрацію, надає оригінал зареєстрованого статуту та свідоцтво про державну реєстрацію ГО.

Статут легалізованої державної реєстрації ГО є важливим документом, який регулює діяльність організації та її взаємини з іншими суб'єктами права. Він є основою для здійснення діяльності ГО та може бути змінений або доповнений згідно з вимогами законодавства.

Діяльність ГО може бути легалізована шляхом повідомлення про заснування в письмовій формі за допомогою заяви. Після подання повідомлення про заснування ГО, орган, що здійснив державну реєстрацію, повідомляє засновникам про внесення запису про ГО до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Повідомлення про заснування ГО є одним з можливих способів легалізації положення про ГО та надання їй статусу юридичної особи.

Для спілки ГО документальною формою легалізації діяльності є установчий договір. Це юридичний документ, складений в письмовій формі та підписаний усіма учасниками ГО, тобто особами, які засновують організацію та приймають на себе зобов'язання щодо її функціонування.

Далі охарактеризуємо головні джерела надходження і порядок використання коштів та іншого майна ГО. Так громадське об'єднання [3] зі статусом юридичної особи для виконання своєї статутної мети (цілей) має право володіти, користуватися і розпоряджатися коштами та іншим майном, яке відповідно до закону передане такому ГО його членами (учасниками) або державою, набуто як членські внески, пожертвоване громадянами,

підприємствами, установами та організаціями, набуте в результаті підприємницької діяльності такої організації, підприємницької діяльності створених нею юридичних осіб (товариств, підприємств), а також майном, придбаним за рахунок власних коштів, тимчасово наданим у користування (крім розпорядження) чи на інших підставах, не заборонених законом.

Право власності громадського об'єднання зі статусом юридичної особи реалізовує його вищий орган управління в порядку, передбаченому законом та статутом ГО. Окремі функції щодо управління майном за рішенням вищого органу управління громадського об'єднання можуть бути покладені на створені ним відповідно до статуту керівні органи, юридичні особи (товариства, підприємства), відокремлені підрозділи утворені ГО.

Майно і кошти ГО використовуються для статутної діяльності відповідно до законодавства України, з урахуванням обмежень щодо ГО зі статусом неприбуткових, визначених Податковим кодексом України [4]. Перш за все, неприбуткові ГО не мають права здійснювати комерційну діяльність з метою отримання прибутку. Вони можуть займатися тільки тими видами діяльності, які відповідають їхній меті та завданням, зазначеним у їх статуті. Тобто, якщо статутом ГО передбачено підтримку культури, то вона може здійснювати діяльність тільки у цій галузі. Крім того, неприбуткові ГО не можуть випускати акції, щоб залучати фінансові ресурси. Вони можуть залучати кошти тільки від учасників, державних та місцевих органів влади, благодійних фондів, пожертвувань та ін. Також неприбуткові ГО не можуть використовувати отримані кошти на особисті потреби своїх учасників або керівників.

На основі аналізу різних джерел і досліджень можна зробити наступний висновок щодо ключових ознак статусу ГО: юридична форма, незалежність, громадська спрямованість, добровільність, громадський контроль, фінансова транспарентність, демократичний принцип.

Отже, ГО є важливим елементом розвитку суспільства в Україні, які діють на засадах демократії, відкритості, незалежності та безприбутковості. Ці засади забезпечують ефективну діяльність ГО та підтримують їх важливу роль у розвитку громадянського суспільства.

Список використаних джерел:

1. Про громадські об'єднання: Закон України № 4572-VI редакція від 31.03.2023 р. Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 04.05.2023 р.).

2. Громадські організації у дискурсі демократизації суспільства: монографія / Мін-во освіти і науки, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова; за науковою ред. В.П. Беха ; редкол.: В.П. Бех (голова), Г.О. Нестеренко (заст. голови) та ін. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. 680 с.

3. Журенок Т.В. Правовий статус та види громадських об'єднань. *Форум права*. 2012. № 4. С. 356-361.

4. Соха С.І. Публічний статус громадських об'єднань в Україні: адміністративно-правовий аспект : автореф. дисертації на здобуття наук. ступ. канд. юрид. наук: 12.00.07. Львів, 2016. 22 с.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

К. В. Чепурна
kateryna.chepurna@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Т. М. Лозинська, д. держ. упр., проф.

В умовах ресурсно-демографічного дисбалансу завжди велике значення має вирішення питання про використання обмежених бюджетних коштів і знаходження додаткових джерел фінансування. Вибір пріоритетів стратегічного розвитку громади і вирішення питання про фінансування певних заходів – це різні сторони процесу розроблення стратегії розвитку будь-якого об'єкта. Але, перш, ніж вести мову про вибір пріоритетів розвитку, необхідно пояснити, що розуміється під терміном «розвиток». У загальному вигляді під розвитком розуміють незворотну, спрямовану, закономірну зміну матеріальних і ідеальних об'єктів [1]. У даному контексті звертаємо увагу на економічну та соціальну складові зміни стану об'єкта планування (громади). Звідси: розвиток громади – це незворотне зростання її економічної основи, що виражається у формуванні доданої вартості, збільшенні зайнятості, підвищенні життєвого рівня населення, а отже, зменшенні бідності, на основі партнерства між владою, бізнесом і громадянським суспільством.

Пріоритет у розвитку громади, як переважне, провідне значення чогонебудь, перевага над чимсь [там само], визначається, виходячи із економічного критерію (заробляння коштів) і соціальних критеріїв (безпеки, умов життя). Необхідність спрямовувати зусилля на поліпшення умов життя населення, як-то: налагодження сучасної системи надання адміністративних послуг, системи утилізації твердих побутових відходів, озеленення, модернізація закладів охорони здоров'я і освіти, створення комфортних громадських просторів, безпечних і цікавих для людей різного віку, тощо – вимагає постійного опікування питаннями отримання додаткових доходів. У цьому зв'язку має значення як використання внутрішніх можливостей (стимулювання підприємницької діяльності, проведення конкурсів бізнес-ідей, використання шкільних проєктів, налагодження публічно-приватного партнерства тощо), так і залучення зовнішніх інвестицій.

Слід розуміти, що для зовнішніх інвесторів важливе значення має ряд чинників, які врешті-решт визначають привабливість даного локального ринку [2]. До таких важливих чинників, на думку ряду дослідників, можна віднести:

- відстані та логістика;
- наявність вільних земельних ділянок, забезпечених інфраструктурою обслуговування (під'їзні дороги, електромережі, водні джерела);
- наявність трудових ресурсів з потрібною кваліфікацією;
- розмір локального ринку, що визначається чисельністю населення та його платоспроможністю;

- доступність більш віддалених ринків збуту;
- побутові умови для сімей інвесторів (харчування, комунальні послуги, школа або дитячий садок, робота для членів сім'ї, дозвілля).

Науковці зазначають, що «умови для розвитку громади забезпечуються великою кількістю складових: національною та місцевою владами, зрілістю громадянського суспільства, культурою та готовністю місцевих громад приймати на себе відповідальність за управління розвитком території, якістю життя сьогодні і у майбутньому тощо» [3], але у загальному підсумку успішність місцевої економіки визначається умовами, у яких перебуває бізнес. Розвиток реального сектору економіки обумовлює і забезпечує процес змін, але при цьому враховуються інтереси громад і знаходяться компроміси, також слід прагнути до підтримки балансу між інтересами бізнесу та завданнями охорони природи.

На сьогодні не існує єдиного способу визначення пріоритетів – цей процес здійснюється шляхом відбору тих критичних питань, вирішення яких підтримується більшістю населення громади, або наслідки втілення рішень щодо них матимуть стратегічно важливе значення у майбутньому. Для цього потрібен час, а великого обсягу зстатичтичного матеріалу та проведення обговорень, які дозволять урахувати інтереси різних груп громади. По суті, йдеться про формування місцевої економічної політики, спрямованої на створення сприятливого бізнес-середовища та розвиток інвестиційного потенціалу громади: підтримка партнерств; створення інвестиційних умов; розвиток сільськогосподарського виробництва та переробки; «цифровізацію» бізнесу; розвиток інфраструктури та послуг для бізнесу тощо [4].

На даному етапі децентралізації публічного управління і завершення процесу об'єднання територіальних громад, у сфері економічного розвитку громад виникають нові виклики, «...пов'язані із створенням складних міських громад, до яких увійшли прилеглі сільські громади» [5]. Це безумовно потребуватиме удосконалення підходів щодо визначення стратегічних пріоритетів розвитку громад з огляду на необхідність посилення їх економічної основи.

Список використаних джерел:

1. Словник української мови. Академічний тлумачний словник 1970-1980. URL: <http://sum.in.ua/s/rozvytok/> (дата звернення 07.05.2023).
2. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Валентюк І. В., Ткачук А. Ф. Стратегічне планування розвитку об'єднаної територіальної громади: навч. посіб. К.: 2017. 121 с.
3. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад: навч. посіб. для посадових осіб місцевого самоврядування. К.: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.
4. Кравченко О. І. Стратегічні напрями розвитку територіальних громад Луганської області. *Регіональне управління та місцеве самоврядування*. URL: <http://dSPACE.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9074/1/2021%203.pdf> (дата звернення 07.05.2023).
5. Лозинська Т. М., Аранчій Г. А. Напрями удосконалення співробітництва територіальних громад в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. №1. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua> (дата звернення 07.05.2023).

ОРГАНІЗАЦІЯ СТАТИСТИЧНИХ СПОСТЕРЕЖЕНЬ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

К. О. Киричок
kateryna.kyrychok@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
А. І. Рудич, к. е. н., доцент

Будь яке статистичне дослідження соціально-економічних явищ починається зі збору статистичних даних. Даний етап називається статистичним спостереженням.

Статистичне спостереження – це масове, планомірне, науково організоване спостереження за соціально-економічними явищами і процесами, що полягає в реєстрації необхідних ознак і одиниць досліджуваної сукупності за заздалегідь розробленою програмою. Наприклад, при перепису населення по кожному жителю країни реєструються відомості про стать, вік, сімейний стан, освіту та ін.

Завдання статистичного спостереження зумовлюється завданнями, які ставляться перед дослідженням певних процесів або явищ, і при цьому впливають з потреб управління. Суть їх полягає в тому, щоб одержати повну й вірогідну інформацію про досліджуваний факт у найкоротший строк. [2]

Статистичне спостереження складається з чотирьох елементів:

1) проектування спостереження – це розробка плану статистичного спостереження, який обов'язково охоплює програмно-методологічні та організаційні питання його проведення;

2) підготовка спостереження – це підготовка інструментарію спостереження (друкування бланків, перевірка реєстрів об'єктів, які повинні подавати дані, підготовка осіб, які здійснюватимуть спостереження, а також проведення пробного спостереження;)

3) проведення спостереження – це процес реєстрації фактів і явищ;

4) контроль одержаних даних.

Об'єктом статистичного спостереження називають сукупність явищ або процесів, які підлягають статистичному спостереженню. Найпростіший приклад, при вивченні сільського господарства об'єктом спостереження буде сукупність сільськогосподарських підприємств. [4]

Основна мета статистичного спостереження – збір інформації про соціально-економічні явища і процеси для одержання узагальнюючих характеристик. На сучасному етапі в статистиці існує три організаційних форми статистичного спостереження (рис. 1)

Існують три способи одержання статистичних даних:

1) безпосереднє спостереження;

2) документальний спосіб;

3) опитування.

Безпосереднє спостереження – це реєстрація окремих ознак і явищ шляхом їх безпосереднього обстеження (особистого переліку, вимірювання, зважування, підрахунку тощо). Цей спосіб у правовій статистиці застосовується рідко.

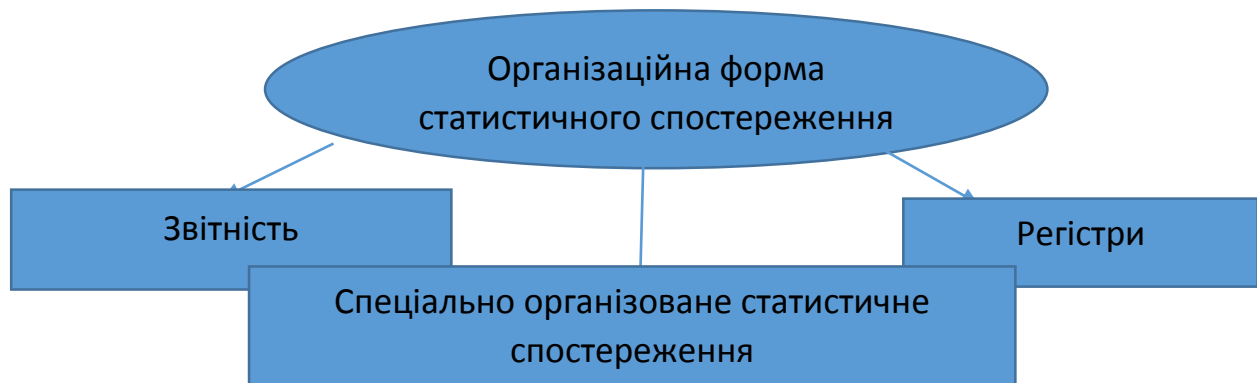


Рис. 1. Організаційні форми статистичного спостереження

Документальний спосіб спостереження – це одержання необхідних даних на підставі використання різних документів. Цей спосіб спостереження іноді називають звітним, тому що він передусім застосовується при заповненні статистичної звітності. Він забезпечує одержання найбільш достовірних даних. Наприклад, в кримінально-правовій статистиці такими документами є статистичні картки, журнали реєстрації, кримінальні справи, особиста справа засудженого і т. д. [3]

Іноді деякі факти і ознаки явищ, що вивчаються, неможливо встановити шляхом безпосереднього спостереження (наприклад, вчинення злочину), тому виникає потреба з проведенні опитування. При опитуванні статистичні дані одержують шляхом реєстрації відповіді осіб, які опитуються. Опитування може бути усним (експедиційним), самореєстрацією, кореспондентським та анкетним.

Отже, статистичне спостереження – це планомірне, систематичне, науково організоване збирання даних про явища суспільного життя шляхом реєстрації їх істотних ознак.

Список використаних джерел:

1. Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В., Рудич А. І. Статистика: навч. посібник. Полтава: РВВ ПДАУ. 2021. 300 с. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/items/26e22913-43ce-4d2e-b447-78b459b2aaf2>
2. Опря А. Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань). Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
3. Парфенцева Н. О., Кулинич Р. О. Статистичне вивчення соціально-економічного розвитку України : підручник. Київ : Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. 2011. 454 с.
4. Статистика: навч. посібник / В. О. Костюк, І. В. Мількін; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 166 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТАТИСТИЧНИХ СПОСТЕРЕЖЕНЬ: СУТНІСТЬ, ФОРМИ, ВИДИ

М. В. Тонконог
mykola.tonkonoh@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
А. І. Рудич, к. е. н., доц.

Статистичне спостереження – це збір науково організованих даних, що фіксують суттєві ознаки суспільних явищ. Усі дані, отримані в результаті статистичного спостереження, можуть суттєво вплинути на достовірність теоретичних і практичних висновків на наступних етапах статистичного дослідження.

Планування спостереження – це підготовка плану статистичного спостереження, який обов'язково охоплює програмні, методологічні та організаційні питання, пов'язані з його проведенням. Підготовка до спостереження означає підготовку інструментарію спостереження. Як правило, перед проведенням перепису в країні необхідно провести пробне спостереження, щоб перевірити надійність підготовлених матеріалів і програми перепису [4].

Спостереження – це процес безпосередньої реєстрації фактів і явищ. Обробка отриманих даних зводиться до перевірки достовірності даних, отриманих в результаті спостереження. При статистичному спостереженні реєструються окремі явища досліджуваної сукупності.

Існує дві форми організації статистичного спостереження: звітність і спеціально організоване статистичне спостереження.

Звітність – це форма статистичного спостереження, що характеризується системою взаємопов'язаних показників, які регулярно подаються до статистичних та контролюючих органів у вигляді передбачених законодавством звітних документів (статистичних звітів), що містять дані про діяльність підприємств, установ та організацій за звітний період і підписуються особами, відповідальними за своєчасність та достовірність даних.

Крім організаційних форм, існують також різні типи статистичних спостережень. Залежно від часу проведення та реєстрації статистичні спостереження поділяються на суцільні та несучільні.

Суцільне (безперервне) спостереження – це безперервна реєстрація фактів у міру їх виникнення. При безперервному спостереженні факти фіксуються безперервно. Зрозуміло, що злочин можна виявити лише за допомогою поточного (безперервного) спостереження.

Суцільне спостереження відображає рівень правових явищ на певну дату або момент. Воно завжди здійснюється з метою отримання даних, які неможливо отримати в інший спосіб. У разі суцільного спостереження факти регулярно фіксуються через певні проміжки часу або тоді, коли необхідно отримати певні дані. Використання того чи іншого виду статистичного спостереження залежить від характеру досліджуваного соціального явища та цілей дослідження. Регулярні спостереження забезпечують системність і дають змогу порівнювати

отримані результати, що дуже важливо при вивченні тенденцій зміни чисельності населення країни [1].

У правовій статистиці використовуються всі види статистичних спостережень. Залежно від охоплення одиниці сукупності розрізняють суцільні та несучільні спостереження.

При суцільному спостереженні реєстрації підлягають усі без винятку одиниці сукупності (наприклад, при переписі населення всі респонденти є громадянами України, в тому числі ті, що перебувають за її межами на дату проведення перепису, а також іноземці та особи без громадянства, що перебувають на території України на дату проведення перепису). Суцільне спостереження найбільш чітко характеризує структуру, рівень, динаміку та взаємозв'язки явищ. Суцільне спостереження завжди ґрунтується на принципі безперервного моніторингу, оскільки має охоплювати всі одиниці сукупності [3].

Несучільні спостереження застосовуються з низки причин (через неможливість проведення суцільних спостережень, а також для економії часу, зусиль і коштів). У статистиці такі спостереження використовуються значно ширше, оскільки результати статистичних обстежень можна отримати швидше, заощаджуючи значні трудові та фінансові ресурси. Як правило, вони проводяться для отримання даних, відсутніх в офіційних звітах, які було б дорого, довго, складно і практично неможливо отримати на суцільній основі.

Моніторинг генеральної сукупності охоплює більшість елементів сукупності. При цьому з спостереження виключаються частини одиниць сукупності, про які заздалегідь відомо, що вони не мають істотного впливу на загальні характеристики досліджуваного явища. Раніше такі спостереження часто використовувалися для вивчення ринкових цін.

Монографічне спостереження – це поглиблене вивчення окремих типових елементів сукупності. Воно може використовуватися для більш повного вивчення питань, які не можуть бути з'ясовані за допомогою серійного спостереження. Цей метод допустимий лише тоді, коли існує типовість (або нетиповість) об'єктів і може бути вивчений з метою виявлення причин, що зумовлюють особливості цих об'єктів.

Вибіркове спостереження – це несучільний метод спостереження, при якому реєструється певна частина випадково відібраної одиниці сукупності. Вибіркові обстеження ґрунтуються на знаннях математичної статистики та теорії ймовірностей. Це дозволяє досліджувати характеристики осіб, які вчинили злочин, рівень знань студентів, рахунки домогосподарств тощо.

Моніторинг – це спеціально організоване і систематичне спостереження за станом навколишнього середовища. Моніторингу підлягають бюджети певних соціальних груп (наприклад, фермерів, пенсіонерів, студентів).

Повторні спостереження – це спостереження, які проводяться з метою підтвердження матеріалу вже проведених спостережень. На основі отриманих результатів вносяться відповідні зміни в матеріал спостереження і переглядаються загальні результати.

Контрольні спостереження можуть бути як суцільними, так і переривчастими (вибірковими). Як правило, вони є обов'язковими після перепису населення для перевірки точності обліку населення.

Пробні спостереження – це статистичні спостереження, що проводяться з метою уточнення та вирішення програмних, методологічних та організаційних питань при підготовці до основного спостереження. Як правило, цей вид спостереження використовується при підготовці обстежень населення [2].

Список використаних джерел:

1. Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В., Рудич А. І. Статистика: навч. посібник. Полтава: РВВ ПДАУ. 2021. 300 с. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/items/26e22913-43ce-4d2e-b447-78b459b2aaf2>

2. Кондратьев А. Ю. Суб'єкти регулювання державної статистики в Україні. Право і суспільство. 2014. № 1. С. 118-123. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pis_2014_1_25.pdf

3. Парфенцева Н. О., Кулинич Р. О. Статистичне вивчення соціально-економічного розвитку України : підручник. Київ : Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. 2011. 454 с.

4. Про державну статистику: Закон України від 17.09.1992 р. № 2614-XII Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2614-12> (дата звернення: 05.05.2023).

УДК: 330.34:316

ОСОБЛИВОСТІ ІНДЕКСУ ЩАСТЯ

В. Д. Чуйко

valeriia.chuiko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:

А. І. Рудич, к. е. н., доц.

Індекс щастя (НІ) - це міжнародний індекс, який показує рівень щастя людей у різних країнах. У традиційній економіці для порівняння рівня життя різних країн використовується валовий внутрішній продукт (ВВП). НІ має на меті з'ясувати справжній індекс щастя кожної країни.

Керуючись припущенням, що більшість людей хочуть жити довго і повноцінно, а країни повинні якомога більше забезпечувати добробут громадян без шкоди для навколишнього середовища, автор індексу Нік Маркс пропонує інший соціальний індекс – економічного розвитку. Загальна формула НІ виглядає наступним чином: $НІ = \text{очікувана тривалість життя} \times \text{нерівність результатів у добробуті} / \text{екологічний слід}$ [1].

Для визначення добробуту громадян використовуються дані соціологічних опитувань Інституту Геллапа та World Values Survey Science Association. Соціологічне опитування базується на питанні: «Який рівень Вашого добробуту за десятибальною шкалою?» і бере участь 1000 респондентів віком від 15 років у кожній із понад 150 країн світу [2].

Україна у 2018 році зайняла 138 місце зі 156 країн за Міжнародним індексом щастя, який базується на добробуті людей, екологічному стані та багатьох інших показниках. [3]

У 2019 році Фінляндію визнали найщасливішою країною світу, а Україна посіла 133 місце в списку. В середньому жінки щасливіші за чоловіків – 6,6 бала проти 6,1 бала. В 25-44 роки – найщасливіший вік життя українців, рейтинг задоволеності в цьому віці становить 6,6 бала. Найменш задоволені українці віком від 55 років – 5,7 бала. В Україні найщасливішими жителі півдня – 6,7 бала, а найбільше незадоволені жителі сходу – 5,7 бала. Останнім часом респонденти відчували наступне: втома (39,8%), напруга (33,2%), надія (22,4%). Понад 70% опитаних відчують втому кілька разів на тиждень або щодня. Виявили що 52% респондентів планують лише глобальні події свого життя без прив'язки до часу або планують окремі завдання та події.

Українці позитивно дивляться в майбутнє. Оптимізм (40%) і цікавість (33%) – дві найпоширеніші емоції, які відчують респонденти, коли думають про своє майбутнє. На третьому місці страх (31%), потім впевненість (17%) і радість (12%) [2].

Більшість респондентів вважають основні цінності необхідними для благополуччя. Здоров'я собі та близьким (93,8%), матеріальна забезпеченість (70,2%), безпечне і спокійне життя (59,6%). Цінність самоактуалізації (така як цікава робота (33,5%), творча самореалізація (23%), подорожі (20%) і професійний успіх (11,4%)) є другою за важливістю для більшості респондентів [2].

У 2020 році Україна увійшла до п'ятірки нещасливих країн світу. «Індекс щастя» за рік впав більш ніж вдвічі. Згідно з результатами опитування, 49% українців заявили, що вважають себе щасливими, 14% вважають себе ні щасливими, ні нещасливими, ще 35% відповіли, що не щасливі. В українському опитуванні взяли участь 1004 респонденти. Водночас 37% українців вважають, що 2021 рік буде кращим за попередній, а 51% вважають, що наступний рік буде важким для економіки.

У 2020 році загальний «індекс щастя» українців становить 14%. У 2019 році цей показник зріс майже вдвічі до 33% порівняно з лише 8% у 2018 році. Загалом цей показник в Україні дещо нижчий, ніж у світі (нижчий за так званий світовий індекс щастя) [4].

Окрім України, до країн із найнижчими показниками індексу щастя належать Північна Македонія (-3%), Гана (0%), Гонконг (7%) та Вірменія (12%). Зауважте, що цей показник може варіюватися від 100% до 100%. Водночас «найщасливішими країнами» світу у 2020 році є Киргизстан (85%), Казахстан (78%), Еквадор (77%), Колумбія (77%) та Азербайджан (76%). Загалом за період дослідження опитано 38 709 осіб по всьому світу. У період з жовтня по грудень 2020 року репрезентативну вибірку з 1000 чоловіків і жінок з кожної країни було опитано особисто, телефоном або онлайн [4].

Отже, на індекс щастя впливають різноманітні події, які не прописуються у результатах опитування. Одним з таких факторів виступила пандемія, яка внесла свої корективи у рівень щастя до всіх країн світу. Оскільки люди все частіше страждають від негативних емоцій. До щастя відносять більш емоційні

почуття, у той час, коли задоволення життям пов'язують з вигідним. Незважаючи на всі перепони, людство продовжує визначати найщасливіші країни світу аби покращувати рівень життя.

Список використаних джерел:

1. «Всесвітній індекс щастя». URL:
https://uk.wikipedia.org/wiki/Всесвітній_індекс_щастя
 2. Дослідження від GRADUS «(Не)щаслива нація: рівень щастя серед українців». URL: https://gradus.app/documents/12/Happiness_GradusReport_13.01.2020.pdf
 3. «Індекс щастя»: українці – одні з найбільш згорьованих у світі. URL:
<https://zbruc.eu/node/77730>
- Україна ввійшла до п'ятірки найбільш нещасливих країн світу. URL:
<https://hromadske.ua/posts/ukrayina-uvijshla-do-pyatirki-najbilsh-nesha-sli-vih-krayin-svitu-za-rik-indeks-shasty-a-vpav-majzhe-vdvichi-opituvannya?tag=indeks-shasty-a>

УДК 004.94

МОДЕЛЮВАННЯ ГОТОВНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ВЕБРЕСУРСУ

Д. О. Яловега, А. В. Гладка
denys.yaloveha@st.pdaa.edu.ua

*Науковий керівник:
Ю. Л. Поночовний, д. т. н., проф.*

Сучасні інформаційні ресурси - це вебсайти, мобільні додатки, онлайн-сервіси та інші цифрові платформи, які надають користувачам доступ до інформації, розваг, комунікації та інших різноманітних функцій.

Основна задача сучасних інформаційних ресурсів - це забезпечити користувачам швидкий та зручний доступ до необхідної інформації. Це може бути будь-яка інформація - від новин та погоди до курсів валют та інформації про подорожі. Для забезпечення такого доступу інформаційні ресурси зазвичай використовують пошукові системи, бази даних та інші інструменти.

Крім того, інформаційні ресурси надають користувачам можливість комунікувати між собою та з іншими користувачами з усього світу. Для цього вони надають можливості для спілкування в чатах, форумах, соціальних мережах та інших платформах.

Однією з ключових особливостей інформаційного ресурсу є його розподілена архітектура. Це означає, що компоненти вебсайту розташовані на різних серверах та з'єднані мережею. Це дозволяє зменшити навантаження на кожен окремий сервер, підвищує надійність та швидкість вебсайту.

На сьогодні широке розповсюдження серед хостинг-провайдерів отримав Linux-хостинг. Так як більшість операційних систем, побудованих на UNIX і Linux, є безкоштовними, тому вартість подібного хостингу для кінцевих клієнтів є трохи дешевше, так як провайдерам не потрібно відраховувати комісію за ліцензію за користування операційною системою. Основні технології, що підтримує UNIX / Linux-хостинг [1]:

- вебсервер Apache і / або Nginx;
- FastCGI / CGI;
- PHP;
- Сервер баз даних MySQL та / або PostgreSQL;
- Perl;
- Server Side Includes (SSI);
- Доступ по протоколу SSH;
- Управління веб-сервером через файл .htaccess (для Apache).

Найпоширеніший вебсервер у світі – це Apache. Apache являється кроссплатформеним програмним забезпеченням (ПЗ), підтримує операційні системи Linux, BSD, Mac OS, Microsoft Windows, Novell NetWare, BeOS [2]. Основними перевагами Apache вважають надійність і гнучкість конфігурації. Він дозволяє підключати зовнішні модулі для надання даних, використати СУБД для аутентифікації користувачів, модифікувати повідомлення про помилки і т. д. Підтримує IPv6.

Сервер був написаний на початку 1995 року. На даний момент остання версія гілки 2.4 – 2.4.57 (17 травня 2023), 2.2 – 2.2.27 (26 травня 2023), для першої версії це 1.3.42.

Вебсервер Apache розробляється і підтримується відкритим співтовариством розробників під егідою Apache Software Foundation і включений у багато програмних продуктів, серед яких СУБД Oracle і IBM WebSphere. З квітня 1996 і до теперішнього часу разом з сервером nginx є найпопулярнішим HTTP-сервером в Інтернеті. Статистика Netcraft показує наступні дані про використання Apache [3]:

- у серпні 2017 року він працював на 20% усіх вебсерверів;
- у травні 2019 року – на 29%;
- у січні 2022 року – на 24 %, тобто більш ніж на 231 млн сайтів.

Було прийнято рішення обмежитися на початковому етапі двохелементною структурною схемою готовності (надійності) вебсервісу, яка описує взаємодію основних компонент архітектури: служби nginx для обробки http та служби Apache для балансування запитів. Таке рішення обумовлене тим, що згідно класифікаторам CVE можна виділити підмножини вразливостей зазначених служб.

Непрацездатність будь-якої з перерахованих служб спричинить відмову в обслуговуванні клієнта. На підставі цього, вебархітектура буде включати два послідовних елементи, кожен з яких характеризує справність перерахованих служб. Граф станів і переходів з урахуванням вебархітектури включатиме один справний стан і три непрацездатних. У подальшому цей граф розглядається як структурний фрагмент моделей з урахуванням дефектів вебсервісу.

Список використаних джерел:

1. Якісний UNIX Хостінг. URL: <https://freehost.com.ua/ukr/unix/>
2. The Number One HTTP Server On The Internet. URL: <https://httpd.apache.org/>
3. April 2023 Web Server Survey. URL:

<https://news.netcraft.com/archives/category/web-server-survey/>

АНАЛІЗ ВІДМОВОСТІЙКИХ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

I. P. Кулінченко
irinakulinchenko@icloud.com

Науковий керівник:
О. Б. Одарущенко, к. т. н., доц.

Розвиток суспільства призвів до ускладнення механізмів і засобів, що використовуються в різних сферах життєдіяльності, та взаємодії між ними. Збільшення зв'язків між компонентами складних комплексів породжує питання щодо надійності та стабільності всієї системи в цілому. В деяких галузях, таких як ядерна енергетика, авіація, військова справа, надійність є одним з першочергових питань, адже збої можуть призвести до великих людських та економічних втрат.

Для систем такого роду використовують спеціалізовані відмовостійкі комп'ютерні системи або ВКС. Вони дозволяють реалізувати стійкі до збоїв комплекси тривалого використання.

Відмовостійкість – це властивість системи, що дозволяє їй продовжувати правильно діяти у випадку помилки або декількох помилок в деяких її частинах [1].

Завдання забезпечення тривалого функціонування ВКС розглядається в аспекті трьох складових: надійності, готовності і зручності обслуговування. Всі ці складові припускають, в першу чергу, боротьбу з несправностями системи, породжуваними відмовами і збоями в її роботі. Підвищення надійності ґрунтується на принципі запобігання несправностей шляхом зниження інтенсивності відмов і збоїв за рахунок застосування електронних схем і компонентів з високим і надвисоким ступенем інтеграції, зниження рівня перешкод, а також за рахунок удосконалення методів збирання апаратури.

Основні експлуатаційні характеристики системи істотно залежать від зручності її обслуговування, зокрема від ремонтпридатності, придатності до контролю і т.д. Відповідно, однією з важливих характеристик ВКС є показник надійності (ПН), який повинен охоплювати перераховані властивості системи.

Надійність – це властивість об'єкта виконувати задані функції, зберігаючи в часі значення встановлених експлуатаційних показників у заданих межах, що відповідають заданим режимам та умовам використання, технічного обслуговування, ремонтів, зберігання і транспортування.

Показники надійності є мірою, за допомогою якої проводиться кількісна оцінка одного чи декількох властивостей, що складають надійність об'єкта. В свою чергу, для кількісної оцінки надійності існує цілий ряд показників, кожен з яких характеризує одну чи декілька сторін надійності.

Показники надійності кількісно характеризують, в якій степені конкретному об'єкту належать визначені властивості, що обумовлюють його надійність.

Показники надійності можна розділити на дві групи: одиничні та комплексні.

До одиничних показників надійності відносяться:

- показники безвідмовності;
- показники ремонтопридатності;
- показники збереженості;
- показники довговічності.

До комплексних показників надійності відносяться:

- коефіцієнт готовності;
- коефіцієнт технічного використання;
- ймовірність нормального функціонування.

В останні роки в літературі з обчислювальної техніки все частіше вживається термін «системи високої готовності» (High Availability System). Головними характеристиками систем високої готовності в порівнянні зі стандартними є знижена частота відмов і більш швидкий перехід до нормального режиму функціонування після виникнення несправності за допомогою швидкого відновлення програм і мережевих сесій до того стану, в якому вони перебували в момент відмови системи. Слід зазначити, що методи підвищення надійності сучасних апаратних засобів ВКС дозволяють забезпечити напрацювання до відмови близько $n \times 10^5$ годин без застосування резервування. Для ПЗ середнє напрацювання до відмови становить $n \times 10^3$ годин. Однак при цьому середня тривалість відновлення АЗ становить кілька десятків годин, а середня тривалість відновлення ПЗ (методом перезапуску) – від декількох хвилин до декількох годин. Слід зазначити, що в багатьох випадках користувачів цілком може влаштувати навіть невеликий час простою в обмін на меншу вартість системи високої готовності в порівнянні із значно вищою вартістю забезпечення режиму неперервної готовності [2].

Час простою при перемиканні системи на резервну для ВКС може змінюватися в діапазоні від кількох секунд до 20 і більше хвилин. Процедура переключення на резерв включає в себе наступні етапи: резервна машина виявляє відмову основної і потім слідує приписами керуючої програми (скрипта), яка найімовірніше включає перезапуск системи, передачу адрес користувачів, отримання і запуск необхідних програм, а також виконання певних кроків із забезпечення коректного стану даних. Час відновлення залежить головним чином від того, наскільки швидко друга машина зможе отримати і запуснути програми, а також від того, наскільки швидко операційна система і додатки, такі як бази даних або монітори транзакцій, зможуть отримати приведені в порядок дані. У загальному випадку апаратне переключення на резерв займає по порядку величини одну – дві хвилини, а система перезавантажується за наступні одну - дві хвилини. У більшості випадків від 5 до 20 хвилин потрібно на те, щоб отримати і запуснути програму з повністю відновленими даними.

За зазначених тимчасових характеристик відмов та відновлення АЗ та ПЗ ВКС, значення коефіцієнта готовності буде наближатися до одиниці. Прийнято виділяти класи чи рівні готовності системи, як показано в табл. 1.

Таблиця 1. Вимоги до надійності ВКС.

№ п/п	Значення K_T	$T_{пр}$ 1/год	Характеристика системи
1	0,9	876 год	Не обслуговується, некерована (unmanaged)
2	0,99	87 год 36 хвилин	Обслуговується, керована (managed)
3	0,999	8 год 46 хвилин	Добре обслуговується, добре керована (well-managed)
4	0,9999	52 хвилин 33 секунд	Стійка до відмов (fault-tolerant)
5	0,99999	5 хвилин 15 секунд	З високою готовністю (high-availability)
6	0,999999	31,54 секунд	З дуже високою готовністю (very-high-availability)
7	0,9999999	3,15 секунд	З ультрависокою готовністю (ultra-availability)

Високі вимоги, висунуті до показників готовності сучасних ВКС, в свою чергу обумовлюють вимоги до точності моделювання цих систем на етапах проектування, виробництва і приробітку. Так, при визначенні коефіцієнту готовності для ВКС п'ятого рівня (0,99999), точність результатів моделювання системи повинна бути близько 10^{-6} [3].

В наш час на ринку забезпечення високої надійності обчислювальних систем існує два напрямки. Це використання серверів з високим рівнем апаратної і програмної надмірності та напрям на основі обчислювальних кластерів. При цьому під кластеризації розуміють об'єднання ЕОМ, що представляє єдине ціле для операційної системи, системного програмного забезпечення, прикладних програм і користувачів. На ринку відмово стійких обчислювальних схем найбільш відомі наступні виробники: Hewlett-Packard, IBM, Oracle Sun Microsystem.

Отже відмінними перевагами відмовостійких комп'ютерних систем являються: їх висока безвідмовність, безперебійність роботи системи при наявності відмов і більш тривалий життєвий цикл експлуатації. Відмовостійкі системи крім переваг мають ряд специфічних характеристик, а саме: складність дизайну і висока вартість розгортання, підвищене енергоспоживання, ускладнення системи.

Список використаних джерел:

1. Wikipedia [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://surl.li/gulnu>
2. Комп'ютерна техніка та організація обчислювальних робіт. : К63 Конспект лекцій / Уклад.: Л.Г. Соболевська. К.: КНУБА, 2016. 146 с.
3. Одарущенко О. Н., Одарущенко Е. Б., Медведь Ю.Г. Методика разработки многофрагментных марковских моделей оценки надежности отказоустойчивых компьютерных систем // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. 2007. № 1 (8). 63с.

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ СЕРЕДОВИЩА В ТЕСТУВАННІ НА ПРОНИКНЕННЯ

Є. І. Павленко
yevhenii.pavlenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. Л. Поночовний, д.т.н., проф.

Тестування на проникнення (penetration testing) — це справа безпеки, під час якої експерт із кібербезпеки намагається знайти та використати вразливі місця в комп'ютерній системі. Метою цієї імітованої атаки є виявлення будь-яких слабких місць у захисті системи, якими можуть скористатися зловмисники[1].

Тестування на проникнення є критично важливим компонентом кібербезпеки, що дає організаціям цінну інформацію про безпеку їхніх систем і мереж. Щоб бути ефективним, тестування на проникнення має бути точним і реалістичним, імітуючи сценарії атак у реальному світі та виявляючи потенційні вразливості, якими можуть скористатися зловмисники. Технологія віртуалізації стає все більш популярною в останні роки, пропонуючи багато переваг для тестування на проникнення. Однак віртуалізація також має обмеження, які можуть вплинути на точність і реалістичність тестування. Щоб розуміти переваги та обмеження важливо зазначити існуючі типи віртуалізації середовищ такі як гіпервізор типу 1 та гіпервізор типу 2, та контейнеризація.

Гіпервізор типу 2 працює поверх існуючої операційної системи, наприклад Windows або Linux[2]. Вони часто використовуються окремими тестувальниками або невеликими командами, яким потрібно швидко розгорнути кілька віртуальних машин для тестування різноманітних операційних систем і конфігурацій. Гіпервізори типу 2 також можуть бути корисними для тестування зловмисного програмного забезпечення або іншого шкідливого коду в контрольованому середовищі, оскільки вони можуть забезпечити безпечне та ізольоване місце для такого типу тестування.

На відміну від цього, гіпервізор типу 1 — це окреме програмне забезпечення віртуалізації, яке безпосередньо взаємодіє з фізичним обладнанням комп'ютера. Він працює на «bare metal» і надає послуги віртуалізації для гостьових операційних систем, не покладаючись на базову операційну систему хоста[2]. Їх можна використовувати для створення та керування великими віртуалізованими середовищами для тестування складних мережевих конфігурацій, розподілених систем або хмарних середовищ. Гіпервізори типу 1 часто використовуються тестувальниками корпоративного рівня або командами безпеки, яким потрібно симулювати реальні сценарії в контрольованому середовищі.

Щодо контейнеризації, то Docker не використовує традиційний гіпервізор для віртуалізації операційних систем. Замість цього він використовує технологію контейнеризації, яка віртуалізує операційну систему на рівні додатків,

дозволяючи кільком ізольованим програмам запускатися на одній хост-машині без накладних витрат на повну віртуальну машину. Docker використовує полегшене середовище виконання під назвою Docker Engine, яке включає механізм контейнеризації та набір інструментів для створення, запуску та керування контейнерами[3]. Контейнери спільно використовують ядро операційної системи хост-машини, що дозволяє їм бути набагато ефективнішими та легкими, ніж традиційні віртуальні машини.

Знаючи це, розглянемо переваги та недоліки використання віртуальних середовищ. В першу чергу, серед переваг віртуалізації в тестуванні на проникнення, це економія на розгортанні середовища. Віртуалізація дозволяє організаціям створювати та керувати декількома середовищами тестування на одній фізичній машині, що може заощадити гроші на апаратному забезпеченні та витратах на інфраструктуру. Це досягається за рахунок легкого масштабування середовища тестування вгору або вниз за потреби, дозволяючи організаціям швидко адаптуватися до мінливих вимог тестування, та швидкого налаштування та демонтажу тестових середовищ, скорочуючи час, необхідний для підготовки та проведення тестів.

Не менш важливим фактором є безпека, а саме створення безпечного та ізольованого середовища тестування, яке мінімізує ризик пошкодження фізичних систем. Також за допомогою віртуалізації, тестувальникам легко створювати та тестувати різні сценарії та конфігурації, підвищуючи точність і ефективність тестування.

В певних сценаріях виникає складність для налаштування та керування, особливо для організацій з обмеженими ІТ-ресурсами. З одного боку використання віртуалізації дозволяє зекономити ресурси, з іншого боку при великому навантаженні або помірному навантаженні слабкої машини, вона піддається впливу на продуктивність, особливо коли йдеться про ЦП, пам'ять і мережеві ресурси.

Важливим викликом є симуляція реальної ситуації фізичного пристрою на віртуальний. Неточне відтворення поведінки живих систем, особливо в складних і динамічних середовищах. Технологія віртуалізації покладається на спільні апаратні ресурси, що може обмежити точність тестування в середовищах із високими вимогами до ЦП, пам'яті або мережі. Віртуалізація може не точно відтворювати поведінку складних середовищ, таких як розподілені системи або системи з кількома взаємопов'язаними компонентами.

Використовуючи віртуалізацію можна стикнутися з неточним симулюванням поведінки користувачів і зловмисників, особливо в умовах соціальної інженерії та інших нетехнічних сценаріях атак. Технологія віртуалізації може бути не в змозі імітувати всі типи атак у реальному світі, наприклад атаки соціальної інженерії або фізичного доступу.

Також в деяких випадках виникають проблеми з сумісністю. Деякі застарілі програми та системи можуть бути несумісними з технологією віртуалізації, що обмежує обсяг тестування.

Для того щоб подолати певні недоліки, або використати їх на свою користь важливо використовувати передові методи віртуалізації, такі як контейнеризація або вкладена віртуалізація, що може підвищити ефективність і гнучкість віртуальних середовищ тестування. Наприклад, контейнеризація може допомогти фахівцям із безпеки створювати легкі, ізольовані середовища тестування, які можна швидко розгортати та розривати за потреби, тоді як вкладена віртуалізація дозволяє створювати віртуальні машини у віртуальних машинах, що дозволяє тестувати складні сценарії.

Віртуалізація з апаратним забезпеченням, наприклад Intel VT-x або AMD-V, може підвищити продуктивність і точність віртуальних середовищ тестування, дозволяючи прямий доступ до апаратних ресурсів, таких як ЦП і пам'ять. Це може допомогти зменшити накладні витрати, пов'язані з віртуалізацією, і підвищити точність тестування.

Гібридні підходи до тестування, які поєднують віртуальні та фізичні середовища тестування, можуть надати організаціям більш повний і реалістичний досвід тестування. Поєднуючи віртуальні та фізичні компоненти, фахівці з безпеки можуть симулювати складні сценарії реального світу, які неможливо повністю відтворити у віртуальному середовищі, наприклад соціальну інженерію або тестування фізичного доступу.

Беручи до уваги ці тези, спеціалісти з безпеки можуть подолати обмеження віртуалізації в тестуванні на проникнення та підвищити точність і ефективність своїх програм тестування.

Список використаних джерел:

1. What is penetration testing? | What is pen testing ? | Cloudflare. URL: <https://www.cloudflare.com/learning/security/glossary/what-is-penetration-testing/>

2. What is Hypervisor? | VMWare Glossary. URL: <https://www.vmware.com/topics/glossary/content/hypervisor.html>

3. Docker overview | Docker Documentation. URL: <https://docs.docker.com/get-started/overview/>

УДК 004.72

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ЛОКАЛЬНИХ МЕРЕЖ

А. І. Рашин
artem.rashyn@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. Л. Поночовний, д. т. н., проф.

Локальна мережа підприємства - це мережа комп'ютерів та інших пристроїв, що знаходяться в межах підприємства або офісу і пов'язані між собою для обміну даними, ресурсами та інформацією.

Така мережа зазвичай використовується для спільної роботи з документами, електронною поштою, доступу до спільних баз даних та інших інструментів, що необхідні для підтримки бізнесу.

Використання локальної мережі дозволяє прискорити роботу та полегшити співпрацю між працівниками, зменшити час на пошук та обмін даними, а також забезпечити збереження інформації та забезпечення безпеки мережевих з'єднань.

Існує кілька різновидів локальних мереж (Local Area Networks, LANs) для підприємств, залежно від їхньої топології та технологій, що використовуються. Ось кілька найпоширеніших різновидів локальних мереж підприємства:

Етернет (Ethernet): Етернет є найпоширенішою технологією LAN. Вона використовує дротове підключення, яке зазвичай забезпечується за допомогою витої пари кабелю. Етернет може мати різні швидкості передачі даних, такі як 10/100/1000 Мбіт/с і навіть більше. Він підтримує різні топології, такі як зірка, шина або кільце.

Бездротова мережа (Wi-Fi): Бездротові мережі стають все більш поширеними в офісних середовищах. Вони використовують стандарт Wi-Fi для передачі даних між пристроями. Завдяки Wi-Fi пристрої можуть підключатися до мережі бездротово, що надає більшу гнучкість та мобільність працівникам, також є можливість зробити безшовну мережу, за допомогою чого працівникам навіть не доведеться перепідключатись до нової точки доступу.

Віртуальна локальна мережа: VLAN - це метод логічного розділення мережі на сегменти, які логічно об'єднані, незалежно від їх фізичного розташування. Вона дозволяє групувати пристрої в мережі, незалежно від їхнього фізичного підключення, що забезпечує більшу безпеку, масштабованість та управління мережею.

Мережа з декількома підмережами (Subnetted Network): Це використання адресації IP для розділення мережі на декілька підмереж. Кожна підмережа може мати свою адресацію IP.

Для розробки локальної мережі підприємства варто виконати кілька кроків. Розпочати можна за допомогою таких кроків:

Визначити вимоги: Розібратись, які потреби має підприємство. Розглянути кількість працівників, типи пристроїв, які будуть підключені до мережі, необхідність бездротового доступу, потребу у відеоспостереженні або інших специфічних вимогах.

Планування мережі: потрібно вирішити, яку топологію мережі будуть використовувати (наприклад, зірка, шина, кільце) та яку технологію передачі даних (Ethernet, Wi-Fi). Потрібно поміркувати які пристрої будуть використовуватись, які мережеві пристрої (сервери, комутатори, маршрутизатори) будуть потрібні для задоволення потреб підприємства.

Вибір обладнання: Засновуючись на вимогах та плануванні, потрібно обрати обладнання, яке найкраще відповідає потребам підприємства. Потрібно врахувати фактори, такі як швидкість передачі даних, кількість портів, підтримка бездротового зв'язку, безпека та масштабованість.

Прокладання кабелів або налаштування бездротової мережі: Якщо на підприємстві буде використовуватись дротова мережа, потрібно планувати прокладання кабелів так, щоб забезпечити оптимальну фізичну інфраструктуру.

Якщо підприємство використовує бездротову мережу, потрібно налаштувати точки доступу та забезпечити достатнє покриття всієї площі.

Забезпечення безпеки локальної мережі є критично важливим аспектом розробки мережевої інфраструктури. Є декілька ключових аспектів, які можна використовувати для забезпечення безпеки локальної мережі підприємства:

Firewall: Встановлення фізичного або програмного Firewall допоможе контролювати трафік, що входить і виходить з мережі. Firewall може блокувати небажаний трафік та застерігати від можливих загроз зовнішнього середовища.

Аутифікація та авторизація: потрібно використовувати механізми аутифікації, такі як: паролі, біометричні дані або токени доступу, для перевірки ідентифікації користувачів, що мають доступ до мережі. Крім того, можна обмежити права доступу до різних ресурсів за допомогою механізмів авторизації.

Віртуальні приватні мережі: VPN для захисту комунікації між віддаленими робочими місцями та підприємством. VPN забезпечує шифрування даних та створює безпечний тунель для передачі інформації через незахищені мережі, такі як Інтернет.

Антивірусне програмне забезпечення та мережева безпека: Встановлення антивірусного програмного забезпечення на всі пристрої в мережі, включаючи сервери та робочі станції, є важливим заходом для запобігання вірусам, шкідливому програмному забезпеченню та іншим загрозам.

Список використаних джерел:

1. Інформаційна безпека URL: <https://sites.google.com/site/bezpekainformacie/>
2. Комп'ютерні мережі, Микитишин А.Г., Митник М.М., Стухляк П.Д. 256 с, 2021 р
3. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2010. 222 с.

УДК 004.94

ІМІТАЦІЙНА МОДЕЛЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕБСЕРВІСУ

Н. М. Ростовський, Ю. І. Бражник
nazar.rostovskyi@st.pdaa.edu.ua

*Науковий керівник:
Ю. Л. Поночовний, д. т. н., проф.*

У загальному випадку порушення працездатного стану вебсервісу обумовлено проявом множини видів несправностей (faults), що мають різну природу [1]. Цю множину можна розбити на підмножини по ряду ознак, наприклад, за стадією прояву розрізняють конструктивні і експлуатаційні несправності. Верхній рівень ознак класифікації займає ділення видів несправностей на три групи. Перша група несправностей обумовлена наявністю фізичних дефектів. Ці дефекти викликають появу несправностей (physical faults), які призводять до стійких відмов або короткочасних збоїв апаратних засобів

вебсервісу. До другої групи відносяться несправності, викликані дефектами проектування і виробництва, які є наслідком помилкових дій, допущених при створенні системи. Ці дефекти проявляються за певних умов в процесі застосування системи за призначенням і призводять до появи конструкційних несправностей (design faults) як апаратних, так і програмних засобів. До третьої групи відносять несправності (interaction faults), викликані дефектами взаємодії, які є наслідком впливу зовнішніх чинників на апаратні та програмні засоби системи. Для визначення видів несправностей, які необхідно враховувати при комплексній оцінці готовності вебсервісу, використовують накопичені статистичні дані, отримані в ході експлуатації систем досліджуваного класу, і експертну оцінку провідних фахівців галузі.

Необхідність імітаційного моделювання для дослідження вебсервісу як відновлюваної системи, що функціонує в умовах прояву дефектів апаратних і програмних засобів, проведення оновлень обумовлена наступним [2]:

- необхідністю перевірки достовірності результатів, отриманих в ході аналітичного моделювання;
- необхідністю розробки підходу до побудови імітаційних моделей функціонування розглянутих систем з метою зняття накладених в ході аналітичного моделювання обмежень.

Мета моделювання - визначення зміни значень коефіцієнта готовності вебсервісу в процесі експлуатації системи для випадків проведення оновлень програмної компоненти.

Аналіз завдання імітаційного моделювання показав, що з точки зору формалізації розглянутий процес підпадає під клас математичних схем систем масового обслуговування (так званих Q-схем). Однак, використання принципів формалізації Q-схем при побудові алгоритму і подальша його реалізація із застосуванням спеціалізованих мов імітаційного моделювання (GPSS, SLAM, GASP, SIMSCRIPT і ін.), або модулів імітаційного моделювання математичних програмних пакетів (наприклад, пакету візуально-орієнтованого програмування SIMULINK, що входить складовою частиною в систему MATLAB), є досить трудомістким в силу специфіки зміни інтенсивності прояву дефектів і функціонального представлення очікуваного результату. Тому, при побудові імітаційного алгоритму доцільно використовувати метод безпосереднього моделювання (без прив'язки до типових математичних схем) з використанням однієї з мов програмування високого рівня. При цьому функціональну залежність коефіцієнта готовності від часу функціонування системи $A(t)$ можна отримати при поєднанні декількох значень коефіцієнта готовності для різних часових моментів t_i .

В силу специфіки проведення статистичних випробувань, в якості вхідних параметрів імітаційної моделі двоканального вебсервісу виступають:

- α - достовірність (довірча ймовірність) оцінки коефіцієнта готовності за допомогою статистичного моделювання;
- ε - похибка (абсолютна точність) визначення коефіцієнта готовності за допомогою статистичного моделювання.

Моделюючий алгоритм процесу функціонування вебсервісу розроблений на основі «принципу dz» (принципу особливих станів) [2]. При моделюванні події, що зумовлюють зміну станів системи, обробляються послідовно і системний час зміщується кожен раз до початку наступної події. Таким чином, моменти часу зміни станів системи є випадковими і визначаються моментами відмов, відновлень апаратних та програмних засобів, моментами оновлень програмної компоненти вебсервісу.

В рамках даного дослідження на базі алгоритму імітаційного моделювання були побудовані наступні статистичні моделі вебсервісу:

- з урахуванням відмов і відновлень усіх трьох його компонент;
- з урахуванням атак на компоненту http-сервера з подальшим його перезапуском;
- з урахуванням атак на компоненти вебсервісу подальшим їх перезапуском;
- з урахуванням атак на компоненту http-сервера з подальшим усуненням несправностей конфігурації.

Список використаних джерел:

1. Поночовний Ю.Л., Харченко В.С. Методологія забезпечення гарантоздатності інформаційно-керуючих систем з використанням багатоцільових стратегій обслуговування, *Радіоелектронні і комп'ютерні системи*, № 3, с. 43-58, 2020. doi: 10.32620/reks.2020.3.05.

2. Іглін С.П. Теорія ймовірностей та математична статистика на базі MATLAB: Навч. посіб., Харків, Україна: НТУ "ХПІ", 2006.

УДК 305:32(477)

ГЕНДЕР В ДОСЛІДЖЕННЯХ ВІТЧИЗНЯНИХ НАУКОВЦІВ

А. О. Дробязко
alina.drobiazko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
С. В. Макарець, к. іст. н., доц.

Проблема гендеру в українському науковому просторі останнім часом набуває все більшої популярності, привертаючи увагу вчених різних наукових напрямків. Результатами їхніх досліджень стають наукові розвідки, що стосуються різних аспектів даного питання: гендерних стереотипів, впливу гендеру на здоров'я, жіночу працю, гендерної нерівності в політичному житті тощо.

Гендер – це соціальна та культурна конструкція, яка визначає роль та статус чоловіків і жінок у суспільстві. Через те, що гендерні ролі були чітко розподілені в залежності від статі, що склалося історично, сформувалися стереотипи, які були закріплені в культурі, релігії та літературі. Вони визначали і зараз продовжують визначати уявлення соціуму про роль кожної статі в суспільстві. Це, своєю чергою, має негативний вплив на соціальне життя через обмеження можливостей людей, які не відповідають існуючим стереотипам.

Наприклад, жінкам часто ставляться високі вимоги щодо зовнішності й поведінки, що може призводити до перешкод у кар'єрному зростанні, а також до

психологічного стресу й низької самооцінки. Крім того, стереотипи можуть стати підставою для дискримінації на роботі, у навчальних закладах та інших сферах.

Гендерні стереотипи можуть впливати і на взаємодію між людьми в особистих стосунках, зокрема в стосунках між чоловіками та жінками. Наприклад, стереотип про те, що чоловіки повинні бути сильними та незалежними, може призводити до того, що вони не відчують можливості поділитися своїми почуттями та емоціями з партнерами.

Тож цілком закономірно, що проблема гендерних стереотипів та їх впливу на різні сфери життя стала однією з найактуальніших тем наукових досліджень останніх десятиліть.

У статті «Гендерні стереотипи в діловій сфері» розглянуто проблему стереотипів, що існують у діловому середовищі й мають вплив на кар'єрний розвиток жінок. Автори (А. Савчук, М. Прищак) зазначають, що гендерні стереотипи про жінок і чоловіків існують в усіх сферах життя і є перешкодою для досягнення рівності між ними в діловій сфері. Проводиться аналіз таких стереотипів, як «жінки не можуть успішно поєднувати роботу та сім'ю», «жінки менш емоційно стабільні», «чоловіки краще вміють керувати підлеглими» тощо [1]. Стереотипні уявлення про стать можуть стати причиною обмеження для кар'єрного росту жінок. Це стосується зіткнення з проблемою дискримінації на ринку праці, що відбивається на рівні зайнятості, розмірі заробітної плати, рівні доступу до різних видів професійної діяльності та нерівності у кар'єрному рості.

Для жінок у бізнесі поєднання кар'єри та сімейних обов'язків часто є складним завданням, оскільки наявність сім'ї та дітей може заважати професійному розвитку, залишаючи менше часу для зосередження на роботі та ускладнюючи розвиток навичок і просування по кар'єрних сходах. Чоловіки також можуть стикатися з дискримінацією на основі стереотипів, особливо чоловіки, які працюють у «жіночих» професіях, таких як медсестри, вихователі дитячих садків, вчителі початкової школи, викладачі гуманітарних дисциплін тощо, зіткнулися зі стереотипним уявленням, що чоловік, який працює з дітьми, неспроможний розуміти їхні потреби та проблеми [2].

У колективній монографії «Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві», серед інших автори звернули увагу на проблему гендерного рівноправ'я в політичному житті України. Йдеться про те, що через існуючі гендерні стереотипи чоловіки мають перевагу в політиці. У нашій країні лідерство сприймається як приналежність до чоловічої категорії, тому чоловіки мають певну перевагу у виборчій діяльності. Коли жінки прагнуть увійти в політику, то їм доводиться більше працювати щоб довести свою здатність займати певні посади [3]. Отже, створення умов для гендерної рівності в політичних партіях та забезпечення гендерної рівності в політиці має стати пріоритетом розвитку сучасного українського суспільства.

Відображення гендерних стереотипів у мас-медіа знаходимо у статті «Гендерні стереотипи в українських ЗМІ та засоби медіаосвіти для їх стримування». Автори досліджують, як гендерні стереотипи впливають на створення іміджу жінок та чоловіків у мас-медіа. Розглядаються різні форми вираження гендерних стереотипів у ЗМІ, такі як сексуалізація жінок,

використання стереотипних образів які асоціюють жінок з мораллю, домашнім побутом, доглядом за дітьми та сім'єю, а чоловіків – із бізнесом, політикою, технологіями та наукою [4]. Серед шляхів подолання гендерних стереотипів, на думку авторів, – необхідність створення медіа-освітніх програм, які б допомагали підвищувати гендерну освіченість українських журналістів, та свідоме ставлення до проблеми гендерної нерівності кожного медіа-працівника. Такі інструменти можуть допомогти змінити уявлення про статеві ролі в суспільстві.

У роботі «Механізм забезпечення принципу гендерної рівності: теорія та практика» І. Грицай розглядає теоретичні та практичні аспекти забезпечення гендерної рівності. Автор наголошує на тому, що реалізація гендерної рівності потребує не тільки законодавчої бази, але й практичної реалізації з цілісним підходом до цього питання [5, с. 209]. Вказується на необхідність впровадження гендерних аспектів у навчальні програми та підвищення рівня гендерної грамотності населення загалом. У цілому праця показує важливість розуміння гендерних питань та їх застосування для підвищення рівня соціальної компетентності і покращення якості життя людей.

Аналіз вітчизняних наукових розвідок, присвячених темі гендеру, засвідчує, що в Україні існує значна кількість проблем, пов'язаних з гендером, таких як дискримінація, стереотипні уявлення про ролі чоловіків та жінок, низька представленість жінок у політиці та вищому менеджменті, нерівність у заробітній платі тощо. Необхідно продовжувати проведення відповідних досліджень для виявлення нових проблем та розробки ефективних методів їх вирішення. Дослідження гендеру є важливим для визначення потреб та інтересів різних груп населення, а також є значущим для забезпечення рівності та справедливості у суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Савчук А. Ю., Прищак М. Д. Гендерні стереотипи в діловій сфері. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2017/paper/download/1982/1543> (дата звернення: 07.05.2023).

2. «Суто чоловічі» та «жіночі» професії: як боротися зі стереотипами. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/suto-cholovichi-ta-zhinochi-profesii/29914535.html> (дата звернення: 07.05.2023).

3. Про гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві. Київ, 2007. 144 с. URL: https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/gender_stereotypes.pdf (дата звернення: 07.05.2023).

4. Супрун В., Воловенко І., Радіонова Т., Муратова О., Лахач Т., Мельникова-Курганова О. Гендерні стереотипи в українських ЗМІ та засоби медіаосвіти для їх стримування. Постмодерні відкриття. 2022. №13 (1). С. 372–387. URL: <https://lumenpublishing.com/journals/index.php/po/article/view/4306> (дата звернення: 07.05.2023).

5. Грицай І. О. Механізм забезпечення принципу гендерної рівності: теорія та практика : монографія. Київ : «Хай-Тек Прес», 2018. 560 с.

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

В. В. Коваленко
**iruna.zagrebelna@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
І. Л. Загребельна, к. е. н., доц.*

Міжнародна торгівля являє собою одну з форм міжнародних економічних відносин. Вона займає важливе місце в системі світових економічних відносин. Міжнародний обмін товарами та послугами водночас є як передумовою, так і наслідком міжнародного поділу праці, виступає важливим фактором формування та функціонування світового господарства. У своїй історичній еволюції міжнародний товарний обмін пройшов шлях від одиничних зовнішньоторговельних операцій до довгострокового великомасштабного торгово-економічного співробітництва [1, с. 119].

Еволюцію міжнародної торгівлі умовно можна поділити на п'ять етапів, які представлено на рис. 1.

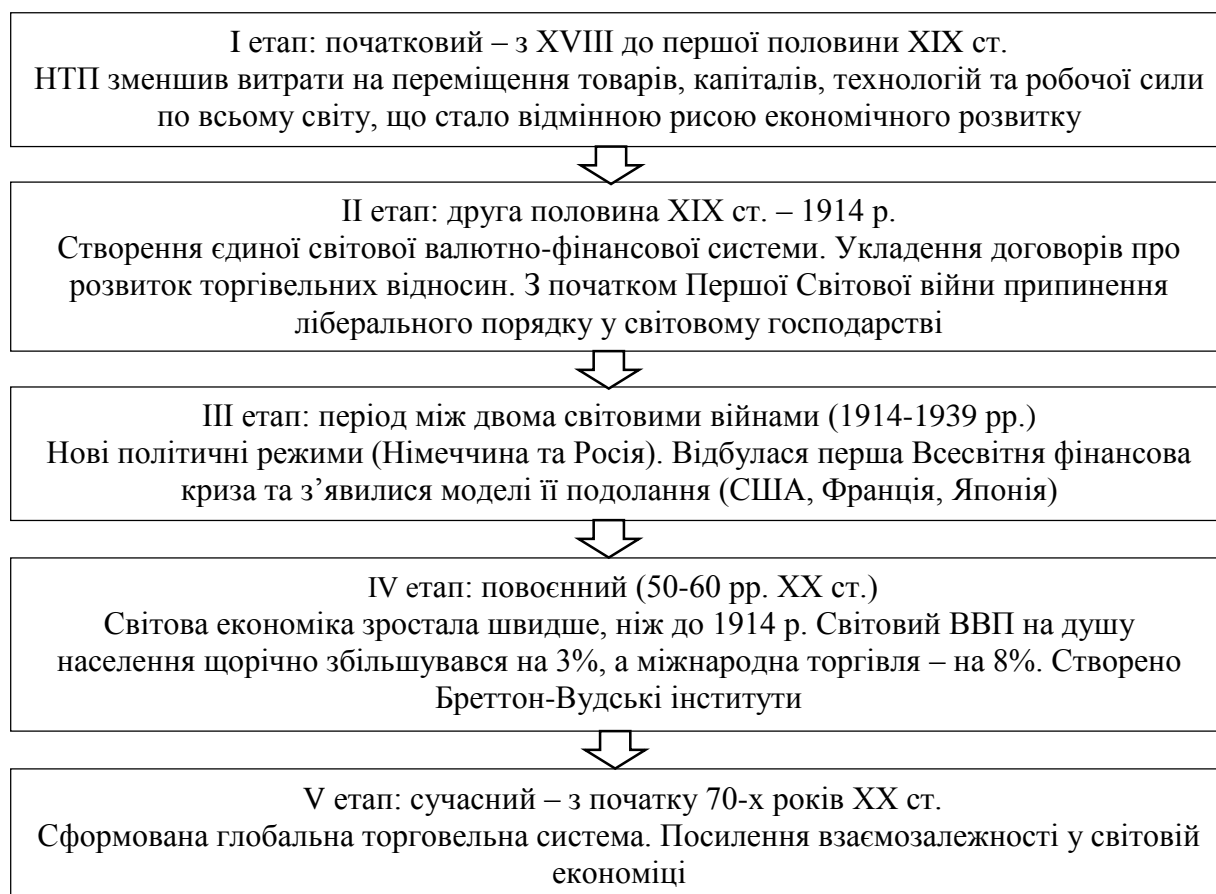


Рис. 1. Етапи розвитку міжнародної торгівлі

*складено на основі [2, с. 20]

В умовах глобалізації світової економіки рівень соціально-економічного розвитку деяких країн значно залежить від зовнішньоекономічного сектору. Зростають міжнародні обороти товарів та послуг, прискорюється рух капіталу та фінансових ресурсів [3, с. 39].

Передумовами виникнення міжнародної торгівлі є ряд факторів:

- природно-кліматичні умови;
- рівень розвитку науки та технологій;
- досвід та традиції у виробництві продукції.

Всі ці особливості призводять до того, що витрати виробництва товарів у різних країнах відрізняються. Різниця у витратах дозволяє отримувати вигоду у торгівлі. Це і є головною причиною міжнародної торгівлі.

На сучасному етапі спостерігаються певні тенденції розвитку міжнародної торгівлі, а саме: зміни структури виробництва та споживання, використання та впровадження технологічних інновацій, поширення глобалізації і торговельної політики. Всі ці чинники мають певний вплив на міжнародну торгівлю, як позитивний, так і негативний, а саме: лібералізація торговельних відносин між країнами, нарощування експортно-імпортних стосунків, активізація процесів глобального виробництва в рамках однієї мережі постачання та випадки всесвітніх економічних криз.

В цілому, міжнародна торгівля має позитивний вплив на економічну перебудову, підтвердженням чого є міжнародний досвід останніх десяти років, який показує, що країни, в яких більшою мірою наявні добре розвинені ринкові інститути, налагоджений механізм регулювання зовнішньої торгівлі, а також сформована відкрита політика у сфері зовнішньої торгівлі й інвестицій, зазвичай, мають успіх. І навпаки, країни, діяльність яких у більшості орієнтована на внутрішню торгівлю в поєднанні зі значною державною регуляцією економічних процесів, показують слабкі та повільні темпи зростання. Тому, міжнародна торгівля як фактор економічного розвитку відіграла та відіграє важливу роль у становленні та розвитку світової економіки та в сучасних умовах є невід'ємною складовою міжнародних відносин і світового економічного розвитку, а її економічна, соціальна та політична значимість весь час зростає.

Список використаних джерел:

1. Пахуча Е.В. Місце і розвиток міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин. *Економіка і суспільство*. 2017. №13. С. 118-123.
2. Міжнародна торговельна діяльність: підручник / В.В. Рокоча та ін. К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2018. 698 с.
3. Єріна І.В. Міжнародна торгівля послугами: тенденції розвитку і структура українського ринку. *Статистика та економіка, аналіз*. 2012. № 4. С. 39–44.

УДК 94(477.6)

ГЕНОЦИД УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ: РЕАЛІЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

В. А. Лелюх
vadym.leliukh@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. В. Помаз, к. і. н., доц.

На очах усього світу відбувається геноцид українського народу, організований та реалізовуваний російською федерацією під час вторгнення в

Україну. З юридичної точки зору ми маємо справу саме з геноцидом, тобто знищенням української нації [1]. Він розпочався 24 лютого 2022 р. і продовжується, адже війна наразі ще триває. Рашисти постійно здійснюють ракетні обстріли цивільних об'єктів та житлових будинків. Кількість загиблих та закатованих українців збільшується кожного дня. Українські сім'ї втрачають своїх дітей, рідних та знайомих.

Головною метою російської влади є знищення української ідентичності, свідомості, майбутнього, а головне української нації. Тобто, це прагнення стерти з політичної карти світу незалежну Україну, нівелювати та знищити українську співучу мову, її історичну, культурну й архітектурну спадщину.

Не має жодних сумнівів із приводу того, що росія здійснює геноцид по відношенню до українців. Згідно з Конвенцією про попередження про злочин геноциду та покарання за нього, прийнятою ООН у 1948 р., визначення геноциду спирається на такі елементи, як наміри та дії. Доказів намірів росії чимало. За словами Путіна, української нації чи української держави не існує і не може існувати. Як факт, це і є мова геноциду і прихований намір про його застосування. Майже жодна телевізійна дискусія не відбувається без пропозицій та погроз російських політиків чи журналістів знищити Україну та український народ в цілому. Всі їхні наміри підтверджені злочинними діями проти українців. Зокрема, 4 квітня 2022 р. на сайті російського державного інформаційного агентства «РИА Новости» розміщена стаття «Что Россия должна сделать с Украиной?» з поясненнями про геноцид українців, а саме заклики до здійснення репресій, деукраїнізації, деєвропеїзації, та до геноциду й етноциду українського народу [2].

До фактів геноциду належать:

- масові звірства та вбивства цивільних громадян. Лише під Києвом у м. Бучі загинуло не менше ніж 461 людина, а по Бучанському району вбито 1137 осіб [3];

- депортація мирного населення, депортація дітей. Це насильницьке переміщення людей за межі України без їхньої згоди із застосуванням насильницьких методів. На сьогодні відомо, що 19500 дітей депортовано до Росії окупантами, проте це не остаточна цифра, адже не відомо скільки дітей перебуває на окупованих територія [4];

- застосування заборонених боєприпасів. Росія постійно використовує заборонену Женевською конвенцією зброю – фосфорні та касетні бомби, які спричиняють велику кількість жертв серед громадян. Усвідомлено завдаються удари по пологовим будинкам, дитсадкам, навчальним закладам та житловим будинкам. Під час бомбардування п'ятиповерхової будівлі у Часовому Яру було вбито 48 людей, Маріупольського драмтеатру – близько 300 людей, атаки на ТЦ у Кременчуку – 21 людину, обстрілах вокзалу у Краматорську – 61 людину, Харківської ОДА – 24 людини [5].

Воєнні злочини, а саме, масові тортури та знущання, вбивства та каліцтва, депортації українського населення, насильницькі дії щодо українських дітей та вивезення їх на територію росії – все це є шляхи здійснення геноциду по відношенню до української нації. І це далеко не весь список жахливих злочинів. Росія намагається знищити якнайбільше об'єктів критичної інфраструктури, тим самим залишити Україну без світла, газу та води. Також їхніми цілями є лікарні,

склади з продуктами харчування та медикаментами. Станом на лютий 2023 р. загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України через повномасштабне вторгнення росії становить \$143.8 млрд (за вартістю заміщення) [6].

Доказів того, що росія проводить політику геноциду до українських громадян безліч і всі вони вражають своїм садизмом. Тому не можна допустити, щоб їх дії залишилися не покараними. Світ має використати всі інструменти для запобігання і покарання агресора за ці злочини згідно з міжнародним правом та Конвенцією про геноцид. В свою чергу Асоціація правників України вже направила звернення до міжнародної спільноти, щоб та задіяла інструменти для припинення російського геноциду українського народу та притягла до відповідальності винних.

Наслідком бездіяльності минулих поколінь є те, що російський режим знову використовує такі ж методи геноциду проти українського народу, як і в СРСР. Проте, якщо тоді вони залишилися непокараними, то наразі час розплати за скоєні злочини настав. Сучасний цивілізований світ має відреагувати належним чином й всі винні повинні бути притягнуті до відповідальності. Злочинам проти людства і людяності немає виправдання.

Список використаних джерел:

1. Зеленський. «Що Росія повинна зробити з Україною». URL: suspilne.media/225218-zelenskij-statta-so-rosia-povinna-zrobiti-z-ukrainou-e-dokazom-genocidu-dla-tribunalu/ (дата звернення: 04.05.2023)

2. У Нацполіції назвали точну цифру вбитих російськими окупантами в Бучі та околицях. URL: www.slovoidilo.ua/2022/06/08/novyna/suspilstvo/naczpolicziyi-nazvaly-tochnu-cyfru-vbytyx-rosijskymy-okupantamy-buchi-ta-okolycyax (дата звернення: 04.05.2023)

3. Цькування і побиття: Герасимчук розповіла, що відбувається з депортованими в РФ дітьми і скільки їх. URL: www.unian.ua/war/deportaciya-ditey-z-ukrajini-skilki-vikrala-rosiya-i-shcho-vidbuvayetsya-z-malyukami-12199098.html (дата звернення: 04.05.2023)

4. Наймасштабніші удари Росії по цивільних об'єктах в Україні, які вбили сотні людей. URL: www.bbc.com/ukrainian/news-62150693 (дата звернення: 04.05.2023)

5. Росія завдала збитків інфраструктурі України на майже \$144 млрд. URL: texty.org.ua/fragments/109260/rosiya-zavdala-zbytkiv-infrastrukturi-ukrayiny-na-majzhe-144-mlrd-kse/ (дата звернення: 04.05.2023)

УДК 658.586

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

А. М. Подольна
**liudmyla.berezina@pdaa.edu.ua*

Науковий керівник:
Л. М. Березіна, д. е. н., проф.*

У ринковій економіці виробничі одиниці, що існують в різних організаційно-правових формах, володіють повною економічною самостійністю

і здійснюють свою виробничу діяльність в умовах невизначеності і непередбачуваності. Крім того, на розвиток підприємництва впливають і такі чинники, як нестабільна політична та соціально-економічна ситуація в країні, міжнаціональні, регіональні, територіальні конфлікти, недосконалість комерційного законодавства, криміналізація суспільства, шахрайство, корупція та ін. Підприємства самі визначають свою економічну політику, формують портфель замовлень, організують виробництво і збут продукції, повністю відповідають за результати господарської діяльності. Все це актуалізує проблему забезпечення економічної безпеки бізнесу.

У науковій літературі є різні тлумачення економічної безпеки підприємницької діяльності – від «впливу зовнішніх та внутрішніх загроз» та «погіршення стану ефективного використання корпоративних ресурсів» до «захисту проти різного роду економічних злочинів», але немає єдиного погляду на визначення сутності економічної безпеки підприємства та її економічного змісту. Тлумачення різних авторів щодо визначення «економічна безпека підприємства» подані в табл. 1.

Таблиця 1. Тлумачення сутності економічної безпеки в різних літературних наукових джерелах

Автори	Сутність поняття	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Кириєнко О. А. [4, с. 77]	Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом: вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів управління персоналом.	Враховано захист персоналу від можливих загроз зовнішнього та внутрішнього середовища	Не розглядається поняття безпеки щодо економічної діяльності підприємства. Визначення охоплює не всі види безпеки
Н. І. Швець [6, с. 179]	Процес запобігання негативним впливам на підприємство через ризики і загрози, пов'язані з інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом	Враховано запобігання негативним загрозам, пов'язаним із негативними якостями персоналу	Визначення не є комплексним, адже не розглядається вплив економічної функції на інші види безпеки
Г. В. Козаченко, О. М. Ляшенко [5, с. 12]	Ступінь надійності всієї системи збереження інформації, яка визначається рівнем найслабшої її ланки, якою вважається кадровий потенціал підприємства	Захист від небезпеки, пов'язаної із негативними діями персоналу і відсутністю інформації	Не розглядається розуміння безпеки щодо економічної діяльності підприємства, не враховується вплив техніко-технологічного чинника

Кожен вид економічної безпеки характеризує ту чи іншу сторону життєдіяльності людей в суспільстві та бізнесу. Економічна безпека є найбільш важливою, оскільки матеріальне виробництво складає основу життя людей в суспільстві. Воно надає людям необхідні продукти для задоволення їх матеріальних та духовних потреб. Досягнення економічної безпеки підприємства звичайно поліпшує фінансовий стан організації і зміцнює його матеріально-технічне та соціальне становище, кадрове забезпечення та інше [7, с. 10].

Найчастіше забезпечення економічної безпеки бізнесу зводять до протистояння, захисту від різноманітних економічних злочинів (пограбування, шахрайство, фальсифікація, підпали, недобросовісна конкуренція, промислове та комерційне шпигунство, інформаційна безпека тощо). Але поняття економічної безпеки підприємства має більш широке значення [3, с.17].

Забезпечення економічної безпеки на підприємствах агропромислового комплексу потребує її належної організації, яка має поєднувати одночасне або послідовне виконання таких заходів:

- формування достатньої кількості ресурсів, необхідних підприємству для здійснення його діяльності;
- планування та прогнозування економічної безпеки за її функціональними складовими;
- стратегічне планування господарської діяльності підприємства;
- формування механізмів управління господарською діяльністю підприємства;
- аналіз економічних процесів і явищ щодо господарської діяльності підприємства;
- ведення обліку ресурсів і витрат;
- оцінка рівня економічної безпеки [1, с. 40].

Подальше функціонування підприємств агропромислового комплексу та розвиток між ними організаційно-економічних відносин потребує формування надійної економічної безпеки. Рівень економічної безпеки суб'єктів АПК залежить від того, наскільки їх власники чи система менеджменту здатні уникнути можливих загроз зовнішнього середовища та ліквідувати наслідки шкідливих проявів окремих його складових [1, с. 42].

Моніторинг економічної безпеки підприємства має бути результатом синергії між усіма відповідними відділами та службами підприємства. Під час здійснення моніторингу доцільно застосовувати принцип безперервності спостереження за станом об'єкта моніторингу з урахуванням фактичного стану і тенденцій розвитку його потенціалу, а також рівня загального розвитку економіки, політичної ситуації та дії інших загальносистемних елементів. Результати систематичного моніторингу дадуть змогу отримати інформацію про загрози економічній безпеці підприємства, стан оточуючого середовища, провести моделювання впливу можливих загроз на операційну діяльність підприємства, спрогнозувати наслідки і визначити можливі варіанти попередження чи протидії [2].

Наразі аграрні підприємства України опинилися в умовах, коли необхідно самостійно забезпечувати виробничу діяльність і стійкий розвиток. За таких обставин важливою умовою підвищення ефективності та стійкого розвитку аграрних підприємств в умовах ринкових відносин є формування системи управління економічною безпекою таких підприємств. За допомогою стратегії формування системи економічної безпеки підприємства відбувається застосування певних процедур і виконання конкретних дій [2].

З огляду на значну кількість точок зору науковців та дослідників стосовно поняття «економічної безпеки підприємства», пропонуємо визначати «економічну безпеку підприємства», як стан його виробничо-господарських ресурсів, завдяки якому підприємство здатне успішно та вчасно протистояти можливим ризикам та загрозам, досягати поставлених цілей та завдань, виходячи з обраної ним концепції та стратегії розвитку, в контексті чого воно спроможне ефективно використовувати трудові та матеріальні ресурси на основі досягнення науки і техніки з метою виробництва товарної продукції, яка користується надійним попитом, та одержувати значні прибутки від реалізації продукції з метою розширеного відтворення.

Список використаних джерел:

1. Березіна Л. М. Економічна безпека та проблеми вдосконалення відносин суб'єктів АПК. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2011. № 1 (4). С. 39-43. URL: <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2011/6.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).
2. Березіна Л. М., Братанов Б. В. Формування системи управління економічною безпекою аграрного підприємства. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b404a8fc-7056-4577-bbda-8a2ce312f0fa/content> (дата звернення: 02.05.2023).
3. Іванюта Т. М., Заїчковський А. О. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.
4. Кирієнко А. В. Механізм досягнення та підтримки економічної безпеки підприємства : дис. канд. екон. наук : 08.06.01. К., 2000. 186 с.
5. Козаченко Г. В., Пономарев В. П., Ляшенко А. Н. Экономическая безопасность предприятия : сущность и механизм обеспечения : монографія. К. : Либра, 2003. 280 с.
6. Швець Н. І. Економічна безпека в управлінні персоналом. *Наукові праці ДонНТУ*. Серія : економічна. Випуск 36 (1). Донецьк, 2009. С. 179–184.
7. Шкарлет С. М. Еволюція категорії «безпека» в науковому та економічному середовищі. *Формування ринкових відносин*. 2007. № 6. С. 7–12.

**БОРОТЬБА УКРАЇНЦІВ ЗА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ ТА
СУВЕРЕНІТЕТ У 1917-1921 РОКАХ**

В. В. Горда
vitalina.horda@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. В. Помаз, к. і. н., доц.

В історії багатьох країн існують періоди, які вирізнялися підвищеними труднощами і нестабільністю. Україна в 1917-1921 роках не стала винятком із цього правила. У цей час у країні відбулися глибокі соціально-політичні зміни, які призвели до революційних потрясінь, громадянської війни, голоду та епідемій. Усе це сильно позначилося на житті людей і на майбутньому розвитку держави.

Сам процес формування нового державного ладу в Україні був дуже складним. Перехід від імперії до самостійної держави був пов'язаний із численними труднощами, включно з політичними розбіжностями, економічною кризою, соціальними протестами і міжнародними конфліктами. У результаті виникли численні проблеми, які суттєво ускладнили життя українського народу.

Революція 1917 року в Росії мала величезний вплив на Україну, яка на той час перебувала у складі Російської імперії. Внаслідок революції, в Україні почалося формування української національної ідентичності та пробудження національної самосвідомості. У січні 1918 року було проголошено Українську Народну Республіку [1]. Вона стала символом національної єдності українців і представляла інтереси народу в період національно-визвольних змагань. Але вже за кілька місяців після її утворення, вона зіткнулася з проблемами, пов'язаними з національним та економічним розвитком, а також із громадянською війною та інтервенцією з боку іноземних держав.

Також в Україні існувала низка національно-визвольних організацій, що були створені на основі релігійних або культурних засад. Наприклад, була створена Українська Греко-Католицька Церква, яка виступала за українську культуру та мову, а також за забезпечення православ'я в Україні.

Уряд УНР запровадив ряд реформ, спрямованих на поліпшення економічної та соціальної ситуації в країні. Зокрема, було здійснено ліквідацію феодальних відносин, проведено розподіл землі серед селян [2], запроваджено податкову реформу, розвивалися промисловість та транспортна інфраструктура. Дипломатичні зусилля були спрямовані на міжнародне визнання Української Народної Республіки. Уряд підписав декларації про незалежність з Австро-Угорщиною, Німеччиною та Росією. Однак, дипломатичні зусилля не допомогли отримати повне міжнародне визнання [3].

Україна переживала військові конфлікти, зокрема з Росією та Польщею, що призвело до знищення багатьох міст та сіл. Уряд докладав чимало зусиль для створення власної армії та залучення добровольців. Однак, Українська Народна Республіка врешті-решт була окупована Польщею та Росією.

У 1919 році захоплення більшовиками Києва сприяло встановленню більшовицької влади в Україні. Була створена Українська Радянська Соціалістична Республіка (УРСР), яка 1922 року стала частиною СРСР. Однак, встановлення більшовицької влади в Україні не пройшло без боротьби. Територія України була охоплена громадянською війною, яка тривала до 1922 року і забрала безліч життів. Також було проведено колективізацію та індустріалізацію, які сильно вплинули на економіку України та на її народне господарство.

Період 1917-1921 років в Україні був визначеним багатьма важливими історичними подіями, які сильно вплинули на розвиток країни в майбутньому. У цей період відбувалися такі події, як Перша світова війна, Революція 1917 року, утворення Української Народної Республіки, Визвольна війна 1917-1921 років, а також заснування СРСР [4].

Революція 1917 року і утворення УНР спричинили значні зміни в українському суспільстві, зокрема встановлення демократичних цінностей. У той же час, Визвольна війна стала важливим етапом в боротьбі за незалежність України, проте не зуміла забезпечити повного визволення країни від іноземних окупантів. Період супроводжувався серйозними проблемами й більшовицькими злочинами, зокрема, економічною кризою й голодом.

У майбутньому саме вказаний період значно вплинув на розвиток країни. Українська державність, яка була сформована в цей період, мала великий вплив на формування української нації, культури, економіки та політики. Водночас, воєнні події та голод стали перешкодою для розвитку країни, і наслідки цих подій відчуваються досі. Отже, період 1917-1921 років в Україні був важливим етапом в історії країни, який визначив її долю на багато десятиліть вперед.

Список використаних джерел:

1. Українська Народна Республіка URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_Народна_Республіка (дата звернення: 03.05.2023)

2. Земельне законодавство Української Народної Республіки 1917–1918 URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Земельне_законодавство_Української_Народної_Республіки_1917–1918 (дата звернення: 03.05.2023)

3. Дипломатичні представництва УНР у країнах Західної Європи (1918-1921 рр.) URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Ostashko_Tetiana/Dyplomatychni_predstavnytstva_UNR_u_krainakh_Zakhidnoi_Yevropy_1918_1921_r.pdf? (дата звернення: 03.05.2023)

4. Українська революція 1917-1921 років URL: <https://uinp.gov.ua/aktualni-temy/ukrayinska-revolyuciya-1917-1921-rokiv> (дата звернення: 03.05.2023)



**СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ
ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ**

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ

*О. М. Пикало
oleksandrpikalo@gmail.com*

*Науковий керівник:
С. М. Приходько, к. політ. н., доц.*

Актуальність: Після 24 лютого багато українців зітнулися з різними проблемами, хтось взяв зброю до рук, хтось став біженцем, хтось волонтером, але є річ яка об'єднує нас усіх – росіяни щодня на нас спрямовують різні фейки та маніпуляції і наш обов'язок протидіяти їм.

Мета роботи: Провести порівняльну характеристику рівня медіаграмотності українського суспільства до початку повномасштабного вторгнення та після. Виділити сильні та слабкі сторони медіабезпекової ситуації в Україні, висловити свої рекомендації щодо їх покращення.

Виклад основного матеріалу: Протягом останніх двох років (з 2020 по 2022 рік), рівень загальної медіаграмотності української аудиторії зазнав значних змін. Відсоток людей з вищим за середній рівень медіаграмотності збільшився з 55% до 81%. Середнє значення показника також збільшилося з 4,8 балів в 2020 році до 5,9 балів в 2022 році.

Зростання відбулося в тих категоріях, де відсоток аудиторії з високим рівнем компетентності зросла вдвічі: розуміння ролі ЗМІ у суспільстві (з 45% до 72%), цифрова компетентність (з 49% до 64%) та чутливість до спотвореного контенту (з 56% до 66%).

Незалежно від того, що високий рівень медіаграмотності характерний для молодих людей віком від 18 до 25 років, де особливо розвинені цифрові компетенції, серед старшої вікової групи віком від 56 до 65 років, він залишається низьким.

Рівень медіаграмотності впливає на наявність вищої освіти, так 33% людей з загальною середньою освітою мають нижчий за середній рівень медіаграмотності, тоді як серед людей з вищою освітою ця частка становить 10%.

Також матеріальний статус впливає на рівень медіаграмотності. Наприклад, 27% людей з низьким рівнем добробуту (тих, кому вистачає грошей лише на їжу) мають нижчий рівень медіаграмотності, тоді як серед людей з вищим рівнем добробуту, ця частка становить лише 12%.

Пропаганда рф на території України відіграла роль каталізатора розвитку медіаграмотності в українському суспільстві. Зокрема, кількість українців, які вміють відрізнити фейкову інформацію, зростає. Порівняно з 2020 роком, менше людей роблять відповіді на інтуїтивному рівні, знижується з 32% до 18%. Більше людей шукають джерело інформації (39% порівняно з 28% в 2020 р.), перевіряють фото/відеопідтвердження (32% порівняно з 26% в 2020 р.) і беруть до уваги різні точки зору на подію (31% порівняно з 26% в 2020 р.).

Крім того, кількість українців, які перевіряють інформацію на достовірність, зросла майже вдвічі, з 24% до 47%. 20% людей не перевіряють,

але шукають більше деталей та повнішу інформацію, а менше третини аудиторії (31%) не перевіряють медіаконтент взагалі.

Важливу роль у розвитку медіабезпеки в Україні відіграв і телемарафон «Єдині новини» він об'єднав національний канал «Рада», суспільне мовлення та великі комерційні канали – ICTV/СТБ, 1+1, Інтер та «Україна 24» (згодом замінений новим каналом «Ми-Україна»).

Важливу роль у протидії дезінформації відіграли також: Центр стратегічних комунікацій інформаційної безпеки (ЦСКІБ) при Міністерстві культури та інформаційної політики та Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони відіграли важливу роль у протидії російській пропаганді та маніпуляціям.

Завдяки їхній праці було створено єдиний канал перевіреної інформації, який став надійним джерелом протистояння російській дезінформації та фейків. З часом це дозволило збудувати своєрідну інформаційну стіну, що захищала українське суспільство від нових хвиль російської пропаганди.

Висновки: Україна продемонструвала свою готовність діяти не лише на полі бою, але й на інформаційному фронті. Навіть при великій кількості російської пропаганди та маніпуляцій, Україні вдалося побудувати бар'єр від цього та створити єдине джерело правдивих новин.

Проте залежність великих медіа від державного фінансування може призвести до втручання держави в редакційну політику цих медіа, зменшення свободи преси та обмеження свободи слова.

Також чималу роль відграє те, що рівень медіаграмотності серед людей похилого віку майже не змінюється, що робить дуже вразливими до російської пропаганди.

Список використаних джерел:

1. Антонченко М.О. Медіаосвіта в професійній підготовці вчителя / упор. М.О. Антонченко. Суми: НВВ КЗ СОІППО, 2017. 84 с.

2. Бакка Т. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощاپова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. Київ : ЦВП, АУП, 2017. 197 с.

3. Баришполець О.Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : Монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 648 с.

4. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О.Мокрогуза. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.

5. Медіа-маніпуляція URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 26.12.2017) – Назва з екрана.

6. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594> (дата звернення: 10.02.2023).

ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМУВАННЯ

С. В. Пікуль
svitlana.pikul@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник
М. О. Палій, асистент

Пріоритетними цілями на шляху сталого економічного розвитку України є вступ до ЄС, НАТО. Проте реалізація даної мети напряму залежить від успішності реформації Податкової системи, елементом якої є інтеграція нашого законодавства до Європейського та запровадження податків, які діють у провідних країнах світу. Відомо, що саме податки більше, ніж на половину формують бюджет будь-якої країни (наприклад, податок на доходи фізичних осіб, на прибуток підприємств та податок на додану вартість). Податкова система, виконуючи свої функції (фіскальну, стимулюючу та регулюючу), може впливати на економічну політику країни. Зараз в Україні триває повномасштабна війна, відбувається багато негативних процесів в економіці країни та суспільному житті громадян. Доречно вважати, що податкова реформа зараз не на часі. Значна частина працездатного населення втратила робочі місця та вимушено виїхали за кордон, підприємства втратили значну кількість активів, або ж взагалі ліквідувались. Потрібно поступово напрацьовувати зміни в податковому законодавстві вже зараз, але впровадити їх після війни (коли економічна та політична ситуація буде більш стабільною), що дасть змогу платникам податків легко адаптуватись до нових умов.

Заробітна плата – це винагорода від роботодавця працівнику за виконану роботу, один з видів доходу громадян. Податки із доходів – це те, з чим стикається кожна економічно активна, працевлаштована людина. Працівники та роботодавці сплачують податки, щоб в майбутньому отримувати певні соціальні гарантії від держави, на території якої проживають та громадянами якої вони є (наприклад, безкоштовна медицина, освіта та інше). Так як економіка кожної країни є особливою, то, відповідно, особливим є податкове законодавство. А з тим і порядок нарахування, сплати та розміри податків. [1].

Утримання із заробітної плати – це та сума коштів, на яку зменшується сума заробітної плати при її виплаті. Утримання із заробітної плати в Україні станом на 2023 рік сумарно становлять 19,5 %. Сюди входить податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) – 18 % та військовий збір (ВЗ) – 1,5%. При кожній виплаті зарплати роботодавець повинен відраховувати по кожному працівнику утримання у встановленому відсотковою ставкою розмірі. У 2023 році розмір мінімальної заробітної плати складає 6700 грн. Отже, якщо сума нарахованої заробітної плати становить 6700 грн, то, за вирахування податків (ПДФО – 1206 грн, ВЗ – 100,5 грн), працівник отримає 5393,5 грн. Сума заробітної плати може також зменшуватись на розмір інших неподаткових утримань (аліменти,

профспілкові внески, внески до благодійних фондів та інше) за заявою працівника чи наказом керівника, на основі виконавчого листа. Ці утримання розраховують уже після нарахування ПДФО та ВЗ. Податкове навантаження на фізичну осіб може зменшуватись на розмір податкової соціальної пільги (ПСП). Податкова соціальна пільга – це сума, на яку працівник, як платник податку на доходи фізичних осіб, має право зменшити свій загальномісячний оподатковуваний дохід у вигляді заробітної плати від одного роботодавця. ПСП застосовується у тому випадку, якщо розмір доходу працівника не перевищує граничний розмір доходу працівника. У 2023 році граничний розмір доходу працівника складає 3760 грн, а розмір прожиткового мінімуму для працездатної особи – 2684 грн. За доходу, що є меншим за 3760 грн працівник має право на звичайну податкову соціальну пільгу, що становить 50% від прожиткового мінімуму (1342 грн). Тобто, якщо дохід працівника менший за граничний розмір, то необхідно від нього відняти розмір пільги – 1342 грн. Отримаємо 2418 грн, з яких і буде утримуватись ПДФО. Також працівники можуть отримати ПСП у розмірі 100% (звичайну), 150% та 200% (підвищену) згідно з умовами, які зазначені в чинному законодавстві [1, 2].

Повномасштабне вторгнення РФ показало, хто є справжніми друзями України на політичній арені. Безумовно, однією із них є – Польща. Польща у 1999 році стала членом НАТО, а в 2004 році – ЄС. Це розвинена країна, що має високий рівень доходу, високий рівень життя та безпеки, а також високу якість життя та освіти. Ми, як країна, що рухається в ЄС, маємо переймати досвід наших закордонних партнерів у різних сферах суспільного та економічного життя. У Польщі, як і в Україні, існує податок на доходи фізичних осіб. Він застосовується до різних видів доходу, зокрема і до заробітної плати. До категорії доходу відносять не лише ту суму грошей, яку виплачує роботодавець, а й багато інших видів доходу (від оренди, найму, тощо). Щодо доходу фізичної особи застосовується прогресивна відсоткова ставка податку. Неоподатковувана сума доходу за рік становить 30000 злотих з 1 січня 2022 року (відповідно на місяць – 2500 злотих). Розмір ПДФО складає 12% на перші 120000 злотих доходу на рік та додатково 32% на суму доходу, що більше 120000 на рік. На відміну від українських працівників (за яких податки сплачують роботодавці щомісяця), працівники у Польщі сплачують податок у розрахунок за цілий календарний рік, що збігається з податковим. Людина самостійно подає податкову декларацію із розрахунком ПДФО та сплачує суму податку до 30 квітня наступного за звітним роком. Тобто до 30 квітня 2023 року людина має подати податкову декларацію та сплатити податок за 2022 рік. У Польщі також діє система відрахувань з бази оподаткування, що може зменшити суму податку. Податкова пільга, з урахуванням розміру доходу, може бути застосована для осіб з дітьми та осіб, віком до 26 років, тощо [3, 4].

На сьогодні податкова політика України має ряд недоліків: нестабільність податкового законодавства, надмірний тиск на платників податків, нерівномірність податкового зобов'язання, невідповідність принципів формування та реалізації податкової політики України та країн ЄС. Поки що

Україна відноситься до країн, що розвиваються, адже за своїми економічними показниками вона відстає від розвинених країн, зокрема і Польщі. Основна відмінність між податками із зарплати в Україні та країнах ЄС – ставка податку. Прогресивна ставка податку є більше ефективною. Адже громадянин, який отримав більше доходу має і сплатити більший податок, щоб підтримувати економіку країни на належному рівні. Також варто звернути увагу на порядок та строк сплати податку. Відповідні органи мають дослідити досвід інших країн у податковій сфері та розробити стратегію реформування та розвитку податкової системи України. Це дасть нам змогу швидко впровадити зміни після закінчення війни та відновити економіку, а згодом стати в один ряд з розвиненими країнами світу за економічними показниками.

Список використаних джерел:

1. Онищенко В. Утримання із заробітної плати 2023 [Електронний ресурс] / В. Онищенко // Стаття. – 2023. – URL: https://www.golovbukh.ua/article/7612-podatki-z-zarplati#anc_5 (дата звернення 01.05.2023).

2. Податкова соціальна пільга в 2023 році [Електронний ресурс] // Стаття. – 2022. – URL: <https://smartfin.ua/page/podatкова-sotsialna-pilga-v-2023-rotsi> (дата звернення 01.05.2023).

3. Кацило Д. Польща, Румунія, Угорщина, Туреччина та інші. Які податки в сусідніх з Україною країнах. [Електронний ресурс] / Д. Кацило // Стаття. – 2023. – URL: <https://forbes.ua/money/ukraina-polshcha-rumuniya-ta-inshi-de-krashchi-podatki-21022023-11861> (дата звернення 01.05.2023).

4. Як, де і за яких умов українцям треба платити податки в Польщі? [Електронний ресурс] // Стаття. – 2022. – URL: <https://ukrayina.pl/ukrayina/7,183472,29015609,1071-1082-1076-1077-1110-1079-1072-1103-1082-1080-1093.html> (дата звернення 01.05.2023).

ФРІЛАНСЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

М. В. Бурмінова
milana.burminova@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к. е. н., доц.

На сьогодні все частіше люди шукають дистанційну роботу, щоб мати можливість працювати тоді й там, де це зручно. Коронавірус, а потім і повномасштабне вторгнення показали, що цей вид роботи є зручнішим за звичайне перебування в офісі чи на підприємстві.

Фрілансери – це позаштатні працівники, які виконують роботу без укладання довготермінового договору. Завдяки широкому спектру пропозицій фрілансери можуть працювати в багатьох галузях, але особливо поширений такий вид роботи у програмуванні, маркетингу, фінансовій сфері, а також професіях, що належать до сфери моди та інших.

У цього виду зайнятості є безліч переваг. Найперше – можливість працювати без прив'язки до певного місця. Тобто людина стає певною мірою самозайнятою й обирає те місце, де їй зручно працювати. Крім цього, вона може виконувати роботу навіть під час подорожей, що не завжди можливо при інших формах організації праці.

До того ж фрілансери мають вільний графік і самі обирають час, у який працюють, адже головне – встигати здавати виконані завдання до дедлайну, тобто кінцевого терміну. Особливо це зручно, якщо людина живе в іншому часовому поясі. Тож людина сама розробляє свій робочий графік і дотримується його так, як вважає за потрібне.

Ще однією перевагою є те, що такі працівники можуть самі обирати, яку роботу виконувати, якими проектами управляти, з ким та як працювати [2].

Дуже добре, що фрілансери відповідають тільки за свої дії, адже найчастіше працюють наодинці й без чиеїсь допомоги, проте для людей, які люблять спілкуватися та радитися з іншими людьми, буде складно в таких умовах.

Значна перевага фрілансу – людина обирає чи погодиться на запропоновану оплати праці за певний вид робіт, бо отримує оплату безпосередньо від замовника. А також можна знайти роботу за спеціальністю за ту заробітну плату, яка влаштує.

Загалом дуже добре, що в цій сфері можна працювати як на вітчизняні, так і на закордонні компанії. Але задля цього потрібно мати хороший рівень знань іноземних мов і пам'ятати, що знадобиться певний час на розкрутку, але заробіток буде більшим [2].

Фріланс також є гарним початком для створення власного бізнесу, особливо для працівників ІТ-сфери, а також рерайтерам та копірайтерам, адже для роботи не потрібні зайві витрати, можна використовувати тільки ноутбук та свій простір і не орендувати додаткове обладнання чи приміщення. Однак дизайнерам, фотографам, архітекторам та іншим такого базового набору буде замало.

Також працюючи фрілансером можна заощадити як час, так і гроші через відсутність транспортної проблеми [1, с. 177].

Таким чином, якщо людина буде працювати в тій сфері, які їй подобається та над привабливими для себе проектами вона не тільки отримає гідну оплату працю, але й зможе розвиватися та вдосконалювати знання.

Проте є й недоліки фрілансу. Насамперед потрібно витратити доволі багато часу на пошук роботи, перевірку доброчесності замовника та інші фактори. При цьому знадобиться деякий час, щоб напрацювати клієнтську базу, а з цього випливає, що спочатку фрілансер буде отримувати нестабільний заробіток.

Однак, навіть після довгого часу роботи можна стикнутися з малою кількістю замовлених завдань, адже заробіток є ненормованим і буде залежати від обсягу виконаної роботи. Тож фрілансерам краще мати певну кількість фінансових ресурсів, на яку можна жити деякий час.

Також недоліком є й те, що цей вид праці вимагає внутрішньої організованості, але не всі можуть зібратися й змусити себе виконувати роботу своєчасно [3]. Тому задля того, щоб працювати ефективно, необхідні жорсткий самоконтроль та дисципліна.

До того ж потрібно постійно бути на зв'язку й вчасно надавати відповіді замовнику, бачити уточнення щодо завдань та вирішувати нагальні питання, тому важливо завжди мати безперебійний інтернет- та телезв'язок.

Тобто хоча графік роботи вільний, але однаково треба підлаштовуватися під замовників та їхні побажання. І саме тому буде складно планувати свій час на довгий період.

Якщо людина тільки починає працювати фрілансером, то в неї нерідко виникають проблеми з адаптацією до виконання завдань і витрачається більше часу у порівнянні, наприклад, з роботою в офісі. До того ж на ринку є доволі високий рівень конкуренції й замовник може робити вибір між великою кількістю фрілансерів, тому потрібно постійно розвиватися та покращувати свої здібності.

Не рідкими є випадки, коли клієнти не виплачують коштів за виконану роботу, тож варто перейматися цим питанням завчасно та підписувати договори, які захистять від нечесних керівників та фірм [3].

Крім цього, фрілансер повинен самостійно вести облік своїх доходів та витрат, а тому потрібно мати хоча б базові знання ще й з економіки.

Для декого значним недоліком буде й те, що людина немає законних відпустки та лікарняних чи декретних і, відповідно, не отримає виплат від держави та підприємства. А для того, щоб отримувати пенсію в майбутньому, доведеться реєструватись фізичною особою-підприємцем та вести звітність і сплачувати податки.

Отже, якщо правильно використовувати час, структурувати роботу та розробити власний план виконання праці, навіть такі недоліки як витрачання часу на пошук нових робіт, постійне перебування на зв'язку та початкова складність стануть незначними. Фріланс – чудовий вибір для тих, хто хоче працювати сам на себе, при цьому маючи вільний час та самотужки вирішуючи, які завдання виконувати.

Список використаних джерел:

1. Сам собі господар: переваги й недоліки роботи на фрілансі. URL: <https://inspired.com.ua/ideas/tips/sam-sobi-gospodar-perevagy-ta-nedoliky-roboty-na-frilansi/> (дата звернення: 15.04.2023)

2. Що таке фріланс? Його переваги і недоліки. URL: <https://lady.tochka.net/ua/45824-что-такое-frilans-ego-preimushchestva-i-nedostatki/> (дата звернення: 15.04.2023)

3. Єгорова О. В., Ведмідь М. О., Голобородько В. В. Переваги та недоліки фрилансу як форми самоорганізації праці. Матеріали студентської наукової конференції, 16-17 квітня 2020 р. / ПДАА, 2020. С. 177-179.

НЕОБХІДНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ

*І. М. Адаменко
youwix2017@gmail.com*

*Науковий керівник:
О. О. Томілін., д. е. н., проф.*

Корпорації є важливими джерелами економічного розвитку і процвітання. Проте через свою велику впливовість на національну економіку та соціальні процеси, корпорації також можуть стати загрозою для суспільства. Одним із способів забезпечення стабільності та збалансованості діяльності корпорацій є регулювання.

Регулювання – це «підпорядкування певному порядку», коригування відхилень при реалізації різних інвестиційних і фінансових проєктів [1, С. 55]. Одним із важливих елементів регулювання міжгалузевих відносин у системі ціноутворення є створення відповідного механізму, який буде передбачати ефективне формування ціни при визначеному прибутку та плановій собівартості, які повинні покривати всі витрати підприємств, так як тільки при правильно визначеній ціні товаровиробник може мати відповідну фінансову стабільність [2]. Регулювання діяльності корпорацій має на меті захистити інтереси суспільства, зберегти стабільність ринку та забезпечити дієву конкуренцію між компаніями. Без регулювання корпорації можуть зловживати своєю владою та позицією на ринку, що може призвести до відсутності інновацій, високих цін для споживачів та порушення конкуренції.

Одним із прикладів необхідності регулювання діяльності корпорацій є вплив на довкілля. Багато корпорацій мають значний негативний вплив на довкілля, викидаючи в повітря та воду шкідливі речовини та відходи. Регулювання може змусити компанії відповідати за свої викиди та забезпечити створення більш сталих та екологічно чистих технологій. Але на практиці спостерігається зловживання такою нормою, наприклад компанія Apple перестала укомплектовувати свої телефони зарядними пристроями, виправдовуючи це захистом навколишнього середовища. Більшість людей сприйняло цей факт як зменшення витрат на виробництво техніки, а оскільки фінальна вартість продукції не змінилась – збільшилась маржа корпорації. Інші компанії спочатку висміяли купертинівців, а потім перестали класти зарядку в комплект до телефону [3]. На жаль, у нинішній практиці через недосконалість правової системи такі ситуації відбуваються доволі часто. Іншим прикладом є вплив корпорацій на ринок праці. Корпорації можуть зловживати своєю владою та позицією на ринку, що призводить до зменшення конкуренції, погіршення умов праці та зниження зарплат. Вважаємо, що тільки ефективне регулювання може змусити компанії дотримуватися встановлених норм і забезпечити більш справедливі умови праці. Крім того, корпорації можуть використовувати робочу силу з інших країн, де рівень оплати праці набагато нижче, що дозволяє їм знизити витрати на оплату праці. Це може призвести до зменшення кількості робочих місць на місцевому ринку праці та зниження загального рівня заробітної

плати. Також необхідність регулювання діяльності корпорацій пов'язана з їх впливом на фінансову стабільність. Наприклад, занадто велика концентрація влади в руках декількох корпорацій може призвести до великих фінансових ризиків та загроз для стабільності економіки. Регулювання може забезпечити більш рівномірний розподіл влади на ринку та запобігти таким ризикам. Нарешті, регулювання діяльності корпорацій може забезпечити захист інтересів споживачів та інших зацікавлених сторін. Корпорації можуть зловживати своєю владою та позицією на ринку, що призводить до високих цін та низької якості продуктів і послуг. На нашу думку, саме регулювання може змусити компанії дотримуватися встановлених стандартів та забезпечити більш якісні та доступні продукти та послуги для споживачів. Контроль має бути помірним, оскільки за даними Організації Об'єднаних Націй, багатонаціональні корпорації здійснюють майже 90% прямих іноземних інвестицій світу, що покращує економічний потенціал країн в яких здійснюють свою діяльність філії транснаціональних корпорацій [4]. Жорстке регулювання в конкретній країні може змусити компанію сумніватися, чи виходити на такий ринок. У підсумку, необхідність регулювання діяльності корпорацій полягає в забезпеченні стабільності, збалансованості та захисту інтересів суспільства. Тільки ефективне державне регулювання може забезпечити екологічну стійкість, конкуренцію на ринку, більш рівномірний розподіл влади, захист інтересів споживачів та більш стабільну економіку. Якщо послабити регулювання діяльності корпорацій хоча б в одній сфері, це призведе до втрати конкурентоспроможності інших малих та середніх суб'єктів бізнесу, але будь-який контроль має мати свої межі. Тому регулювання діяльності корпорацій є важливим елементом економічної політики, який має бути забезпечений державою.

Список використаних джерел:

1. Аранчій, В.І., Томілін, О.О., Дорогань-Писаренко, Л.О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. РВВ ПДАУ. 2021. 300 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/10970> (дата звернення – 02.05.2023).

2. Томілін, О. О. Особливості регулювання міжгалузевих відносин в системі ціноутворення. *Вісник Донецького університету економіки та права*. Донецьк, 2012. Вип. 2. С. 53–57. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1560> (дата звернення – 02.05.2023).

3. Лужна С., стаття «Чому Apple, Samsung, Google та інші виробники насправді прибрали зарядку», 27.11.2022. URL: <https://itechua.com/articles/195511> (дата звернення – 02.05.2023).

4. Дугієнко, Н.О., Яцук, Г.С. ТНК в Україні: діяльність та вплив на економіку світове господарство і міжнародні економічні відносини. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/5.pdf (дата звернення – 02.05.2023).

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГОВИХ ПЛАТФОРМ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

І. М. Адаменко, В. О. Макаров
youwix2017@gmail.com

*Науковий керівник:
Бражник Л. В., к. е. н., доц.*

У сучасному світі все більше і більше людей шукають нові способи фінансування своїх проєктів та ідей. Краудфандинг, або збір коштів від групи людей, що пожертвували на проєкт або ідею, є новим видом фінансування, який став дуже популярним у світі. Краудфандингові платформи допомагають зв'язати людей з проєктами, які потребують фінансування, і це має багато переваг [1].

Такі засоби залучення коштів дозволяють розвивати проєкти в різних сферах, таких як мистецтво, наука, технології, соціальні проєкти, благодійність та інші. Крім того, це може сприяти підвищенню обізнаності громадськості про нові ідеї та технології, а також залученню нових фінансових можливостей для розвитку бізнесу та інновацій. На практиці в країнах ЄС у більшості випадків домінує позиковий характер краудфандингу [2].

Одна з найбільших переваг краудфандингових платформ полягає в тому, що вони дозволяють людям з усього світу фінансувати проєкти, які їх зацікавили. Це означає, що будь-яка людина може мати можливість підтримати проєкт, який вона вважає важливим, незалежно від своєї географічної розташованості. Крім того, краудфандингові платформи дають можливість фінансування того, хто не має доступу до традиційних джерел фінансування, таких як банки та інвестори.

Краудфандингові платформи також допомагають зменшити ризик фінансування проєктів на відомих майданчиках. Завдяки йому, люди можуть спробувати реалізувати свої ідеї, не ризикуючи великою сумою грошей. Якщо проєкт не виявиться успішним, збір коштів буде припинено, а пожертвування повернуться людям. Це допомагає зменшити ризик і підвищити шанси на успіх проєкту.

Найголовніша, на нашу думку, перевага – стимулювання розвитку інновацій. Багато проєктів, які отримали фінансування через краудфандингові платформи, є інноваційними і можуть змінити світ. Наприклад, проєкти в галузі сталого розвитку, енергоефективності, технологій збереження навколишнього середовища та інших сферах. Це допомагає прискорити розвиток нових технологій та продуктів, що може мати позитивний вплив на людство в цілому.

Такі платформи надають можливість зв'язати авторів проєктів з інвесторами. Це допомагає залучати увагу до ідеї та отримувати фідбек від донаторів, що може допомогти вдосконалити проєкт. Крім того, такі платформи стимулюють комунікацію та співпрацю між авторами та іншими учасниками проєкту, що може позитивно вплинути на успішність інвестиції. Також, завдяки краудфандинговим платформам у авторів ідей з'являється незалежність від традиційних джерел фінансування. Вони самостійно можуть визначати обсяг збору коштів та умови співпраці з інвесторами, що дозволяє зберегти контроль над своїм проєктом та його метою.

Проте, як і у будь-якій іншій сфері, краудфандинг має свої ризики та недоліки. Один з найбільших ризиків – це можливість шахрайства, яка з кожним роком стає все меншим, але не зникає. Автори в деяких випадках можуть не здійснювати своїх обіцянок та не працювати над проєктом. Також, є вірогідність, що проєкт не буде успішним через низьку якість ідеї, погану рекламу чи погано спланований бюджет. Окрім цього, краудфандингові платформи не можуть у повній мірі замінити традиційні джерела фінансування, такі як банки та інвестори, для більш складних проєктів з високими витратами. Крім того, багато людей можуть не мати можливості фінансувати проєкти через краудфандинг, що може призвести до нерівності у доступі до фінансування.

Серед найуспішніших вітчизняних стартапів, профінансованих за допомогою Kickstarter – універсальний годинник LaMetric, що окрім часу показує іншу корисну інформацію з Інтернету (зібрано 258 тис. дол.); гаджет для дистанційного спостереження за домашніми тваринами Petcube (251 тис. дол.); спалах для смартфонів iBlazr (156 тис. дол.) [3].

У цілому, краудфандингові платформи є важливим інструментом для фінансування проєктів та ідей, який має багато переваг та може допомогти досягти успіху у різних сферах. Проте, перед тим як стати частиною краудфандингової спільноти, необхідно уважно досліджувати та оцінювати проєкти та ризики, щоб забезпечити успішне фінансування та реалізацію ідеї.

Список використаних джерел:

1. Толуб Н. Краудфандинг в Україні: як він працює та чим корисний у бізнесі. URL: <https://thepage.ua/ua/business/kraudfanding-ukrayina-sho-ce-take-yaki-platformi-isnuuyut-ta-yaki-perevagi> (дата звернення 03.05.2023).
2. Стрілець В. Ю. Краудфандинг як інструмент залучення громадськості до розвитку малого бізнесу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 5. С. 28-36. URL: <http://journal.puet.edu.ua/files/journals/1/articles/1510/public/1510-2351-1-PB.pdf> (дата звернення 03.05.2023).
3. Шушкова Ю. В., Мосолова Ю. О., Себестянович І. С. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 5 (69) С. 597-600. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/5/129.pdf> (дата звернення 03.05.2023).

УДК 81.25+821

ФРАГМЕНТАРНИЙ ПЕРЕКЛАД: ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ

К. Ю. Бондаренко
karyna.bondarenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
М. А. Антонюк, к. філол. н.

Проблема визначення фрагментарного перекладу пов'язана з його малодослідженістю у вітчизняній науці, а також різними, часом протилежними способами витлумачити це явище в зарубіжному перекладознавстві. Як побачимо згодом, це зумовлене двома принципово різними підходами до перекладу: текстоцентричного й комунікативно-функціонального.

Так, яскравим зразком текстоцентричного підходу, за якого найбільшою цінністю вважається точне й послідовне відтворення мовних одиниць мови джерела в мові оригіналу, є позиція шотландського лінгвіста Дж. Кетфорда. У праці “Мовознавча теорія перекладу” він протиставляє повний переклад, за якого “у весь текст підлягає процесу перекладу, тобто кожна частина тексту мовою джерела замінюється текстовим матеріалом мови перекладу”, частковому (partial) перекладу, за якого “окрема частина або частини тексту мовою джерела залишиються неперекладеними: вони просто переносяться й інкорпуються в текст мовою перекладу” [1, с. 21]. За словами лінгвіста, метою такого переносу є збереження в тексті колориту мови, якою написаний оригінальний твір.

Мусимо зазначити, що ця позиція цінна як факт розвитку перекладознавчої науки, однак вона зовсім не відповідає сучасному розумінню фрагментарного перекладу. Значно цікавішою є спроба поглянути на це явище з точки зору прагматики, тобто причин, з яких перекладач удався до саме такого виду перекладу, а також очікуваної взаємодії адресата перекладу з текстом. Як приклад можемо навести праці сучасного гонконзького лінгвіста З. Тана, який досліджує феномен фрагментарного перекладу в контексті цензури в КНР. За його визначенням, фрагментарні переклади — це “переклади, що містять пропуски, зміни сенсів або модуляцію авторської тональності, що неодмінно позначається (принаймні частково) на інтенції автора” [2, с. 50]. Перекладачі вдаються до цих змін, а подекуди й доповнень, щоб відповідати вимогам державної цензури, аби їхні переклади видавалися й продавалися. Цей, без сумніву, цікавий аспект вивчення перекладацької діяльності може становити для українців хіба історичний інтерес, оскільки востаннє в нашій історії інститут цензури відігравав значну роль за радянських часів.

Найвідповіднішою сучасним ринковим реаліям та комунікативно-прагматичному підходу вважаємо дефініцію, дану французьким ученим Даніелем Гуадеком: “Вибірковий (selective) переклад задовольняє різні перекладацькі запити, що виникають у професійному середовищі. У цьому виді перекладу перекладаються тільки деталі, що стосуються певного аспекту оригінального тексту, у той час як уся нерелевантна інформація пропускається. У перекладі може міститися додаткова інформація, якої не було в оригінальному документі: примітки, таблиці, схеми тощо, які допоможуть читачеві якомога швидше осягнути інформацію, закладену в оригінальному тексті” [3, с. 150]. Звернімо увагу на дві важливі деталі: по-перше, тут ідеться про вибірковість перекладу, що наголошено в назві - selective на противагу partial (частковий, фрагментарний), по-друге, цей переклад може не лише скорочувати, а й доповнювати оригінальний текст, слугуючи для вирішення конкретної комунікативної задачі.

Що ж до вітчизняного перекладознавства, то питання фрагментарного перекладу висвітлене, і то досить скупо, переважно в навчально-методичній літературі. Так, С. Терехова дає йому таке визначення: “Фрагментарний переклад — вид неповного перекладу, при якому відтворюється не весь текст мовою оригіналу, а якась його частина або розділ” [4, с. 91]. Ця дефініція хвибує на текстоцентричний підхід, оскільки вона не дає уявлення про ситуацію, де необхідний саме такий переклад.

В. Стрілець, розглядаючи навчання фрагментарного перекладу в системі підготовки майбутніх перекладачів, наголошує на важливості такого перекладу, зокрема його науково-технічного різновиду, в наші дні: “Наявність великих масивів англomовної науково-технічної інформації та необхідність її оперативного представлення вітчизняним фахівцям у скороченому вигляді, а також потреба в донесенні до англomовної цільової аудиторії (представників виробництва та науковців) новітніх вітчизняних здобутків галузі актуалізує перекладацькі завдання, виконання яких вимагає письмового перекладу відібраних за заданою тематикою фрагментів тексту оригіналу (ТО) чи представлення його змісту у скомпресованій формі, спираючись, у першу чергу, на поставлену мету й цільову аудиторію” [5, с. 84].

Таким чином, проаналізувавши визначення фрагментарного перекладу в світлі двох різних мовознавчих підходів — текстоцентричного і комунікативно-прагматичного, можемо визначити його як зумовлений конкретною ситуацією переклад не цілого документу, а його частин або розділів, що безпосередньо несуть інформацію про певне професійне завдання. Зауважимо, що оригінальних документів може бути й кілька, ба більше, вони можуть бути написані різними іноземними мовами. Крім того, фрагментарний переклад може містити необхідні для розуміння тексту доповнення, яких не було в оригінальному тексті. Саме ці риси — вибірковість, проблемна спрямованість, урахування потреб замовника — і визначають самотність та необхідність такого виду перекладу.

Список використаних джерел:

1. Catford, J.C. (1978). *A Linguistic Theory of Translation : An Essay in Applied Linguistics*. Oxford University Press, 103 p.
2. Tan, Z. (2017). *Censorship in Translation: The Dynamics of Non-, Partial and Full Translations in the Chinese Context*. *Translators' Journal (Volume 62)*. Number 1, pp. 45–68.
3. Shuttleworth, M. & Cowie, M. (2014). *Dictionary of Translation Studies*. London, New York : Routledge, 233 p.
4. Терехова С. *Вступ до перекладознавства : навч. посібник*. Вид. 2-ге, доповнене і перероблене. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2002. 163 с.
5. Стрілець В. *Особливості навчання неповного письмового науково-технічного перекладу. Педагогічний процес: теорія і практика (Серія: Педагогіка) № 3-4 (66-67), 2019. С. 84—89.*

УДК 332.1:658.8

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

А. Й. Гарібова
alina.haribova@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
С. М. Приходько, к. політ. н., доц.

Імідж території – це сукупність об’єктивних і суб’єктивних факторів, які дозволяють під час згадування назви зразу ж будувати цілий ланцюг асоціацій по відношенню до даної країни (регіону). Визначають такі параметри, що

визначають імідж територіальної громади: Якість життя – наявність житла для різних соціальних груп населення, соціальні послуги, якість продуктів харчування, місця для відпочинку, рівень і доступність освіти, лікування. Кадрові ресурси – підготовка, підвищення кваліфікації, адаптація до нових умов і вимог. Інфраструктура – транспорт, зв'язок, готелі, побутові послуги та інше. Високі технології – здатність території розвивати і підтримувати високотехнологічні галузі. Капітал – маса капіталу, сконцентрована на території у вигляді власних та залучених коштів. Контролюючі органи – раціональність, мобільність, ефективність, чесність, відсутність бюрократизму. Інфраструктура бізнесу – доступність і рівень послуг в області консалтингу, аудиту, реклами, права, інформації, PR. Влада – команда особистостей, компетентність членів команди, нестандартність ідей, стиль прийняття рішень, прозорість законотворчості, ставлення до соціальних проблем. Екологічна обстановка. Багате культурне життя, збереження історичних пам'яток. Загальний психологічний фон і його оцінка населенням, (тобто, самооцінка населення). Позитивні згадки про місто у національних і зарубіжних ЗМІ.

Фактично імідж є інструментом досягнення стратегічних цілей, які торкаються основних видів діяльності території. Позитивний імідж підвищує цінність регіону у свідомості споживачів, відтак створення позитивного іміджу уявляє собою інформаційну діяльність, спрямовану на формування наново або зміни (корегування, оновлення, відтворення). Імідж будь-якого регіону чи територіальної громади не є постійним; уявлення щодо регіону можуть змінюватись, особливо під впливом політичних, економічних факторів.. Необхідність формування власного іміджу кожного регіону та посилення елементів упізнавання українських територій очевидна. Тому, що у результаті, це сприяє привертанню уваги до регіону, дає можливість ефективно лобіювати свої інтереси, покращувати інвестиційний клімат, отримувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки, збереження пам'яток історико-культурної спадщини.

Системний підхід до формування іміджу регіону передбачає аналіз взаємообумовлених чинників, які, з одного боку, забезпечують механізм реалізації інтересів всіх суб'єктів регіональної взаємодії, а з іншого боку – механізми просування регіону в єдиному просторі країни.

Формування іміджу регіону, в першу чергу, пов'язане з територіальною ідентифікацією громадян. Розвиток регіональної ідентифікації передбачає наявність принаймні двох видів передумов: соціально-культурних та економічних. Особлива регіональна історія, культурні традиції як інтерпретація минулого, мова, релігія, фольклор, мистецтво складають передумови для регіональної ідентифікацією населення культурного характеру. Не останнє місце в цьому переліку займає і гуманітарна безпека як забезпечення прав і свобод людини на самоідентифікацію, використання рідної мови, традицій, свобода віросповідання, культурний розвиток, подолання національних протиріч, запобігання будь-якій дискримінації за національною, мовною, релігійною, культурною приналежністю, протидія сепаратизму

Економічні чинники регіональної ідентифікації громадян базуються на особливостях та міжрегіональних диспропорціях соціально-економічного

розвитку територій. Це і сталі економічні зв'язки між підприємствами, діюча інфраструктура, замкненість виробничих циклів, ресурсні джерела, виробнича спеціалізація, територіальна локалізацією ринків збуту продукції.

Особливе місце у формуванні передумов становлення іміджу регіону займає його інвестиційна привабливість. Розвиток бізнесу та залучення інвестицій сприяє відродженню підприємницької ініціативи, створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та побутового обслуговування. Таким чином, зміцнюється позитивний імідж за рахунок підвищення рівня життя населення. А чим кращими є умови побуту та праці, тим більше шансів утримати в регіоні перспективну молодь.

Фактор безпеки при цьому створює середовище для активізації цих передумов: забезпечення стабільного регіонального економічного зростання, ефективне вдоволення потреб регіональної економіки, дієва система захисту капіталу та майнових прав суб'єктів бізнесу, розвиток виробничого потенціалу на основах модернізації та енергозберігаючих технологій – все це сприяє формуванню та активному функціонуванню єдиної економічної системи. Реалізація соціальних стандартів і забезпечення високої якості життя населення, продуктивна зайнятість, скорочення масштабів бідності населення, розвиток соціальної сфери, стабілізація народжуваності, поліпшення здоров'я населення, скорочення смертності та збільшення тривалості життя, забезпечення сприятливих умов природного руху населення активізують соціальну свідомість та сприйняття приналежності населення до певної територіальної спільноти.

Для регіонального розвитку важливо не тільки сприйняття населення та бізнес-спільноти регіону, а й ставлення за межами регіону. Так, регіональний імідж трансформується в бренд – багатосторонній конструкт, який виступає об'єктом маркетингових комунікацій та сприяє утворенню унікального набору асоціацій у свідомості споживачів – інвесторів, які готові вкладати в розвиток регіону; туристів, бажаючих відвідати його; державних органів влади при розробці регіональної політики.

Список використаних джерел:

1. Карий О. І. Імідж міста як фактор його розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 10. С. 35-37.

УДК 657

СТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА КОШТИ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСУВАННЯ: ОПОДАТКУВАННЯ ТА ОБЛІК

М. Л. Гладченко
maryna.hladchenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Канцедал Н. А., к. е. н., доц.

Питання цільового фінансування в період кризи та невизначеності завжди є актуальними оскільки є джерелом збільшення активів підприємств [1].

У 2023 році для створення основних засобів за рахунок міжнародного фінансування, потрібно правильно оформити надходження готівки на підприємство та створити належні умови для їх використання.

Для обліку цільового фінансування на підприємстві слід використовувати рахунок 48 «Цільові фінансування та цільові надходження», на якому ведеться облік про наявність на рух грошей цільового призначення [4]. За дебетом рахунку слід вести надходження, за кредитом – списання, використання.

Коли надходять цільові кошти на підприємство, вони відображаються записом: дебет 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті», кредит 48 «Цільове фінансування і цільові надходження» [2, с.20]. Гривневий еквівалент доходу визначається за курсом НБУ на дату зарахування валютної спроби (п.5 НП(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» [5].

Під час надходження цільового фінансування на підприємство, його не визнають спочатку доходом, до тих пір поки ці кошти не будуть інвестуватися в активи підприємства. Так, у п.18 НП(С)БО 15 «Дохід» зазначено, що цільове фінансування капітальних інвестицій визнають доходом упродовж періоду корисного використання відповідних об'єктів інвестування (основних засобів, нематеріальних активів) пропорційно до суми нарахованої амортизації цих об'єктів.

Якщо на підприємстві створюють основний засіб за кошти цільового фінансування, він вважається активом підприємства, який зараховується на баланс за первісною вартістю. Первісну вартість такого активу формують за п. 7 8 НП(С)БО 7 «Основні засоби» [3]. Для формування первісної вартості основного засобу, всі витрати формують за дебетом рахунку 15 «Капітальне будівництво», а коли актив повністю збудований, він вводиться в експлуатацію, суми з рахунку 15 перекидають на рахунок 10 «Основні засоби» [2, с.20]. Після цього підприємству потрібно визнати дохід майбутніх періодів на суму збудованого основного засобу, який у бухгалтерському обліку проводиться записом дебет рахунку 48 кредит рахунку 69 «Доходи майбутніх періодів».

Такий актив амортизують починаючи з наступного місяця, після введення об'єкта в експлуатацію. Метод амортизації підприємство використовує той, який прописано в Наказі про облікову політику. У бухгалтерському обліку нарахування амортизації проводять записом дебет рахунку 92 кредит рахунку 13. Разом з нарахуванням амортизації фіксують дохід звітного періоду цільового фінансування, в цьому нам допомагає п.18 НП(С)БО 15. Такий дохід потрібно проводити записом: дебет 69, кредит 745 «Дохід від безоплатно отриманих активів». Всі доходи такого активу визнаються протягом періоду корисного використання пропорційно сумі нарахованій амортизації об'єкта. При такому розрахунку сума доходу не значить, що повинна дорівнювати сумі нарахованій амортизації за кожен місяць. При використанні своїх коштів на створення основних засобів не потрібно показувати доходу, а тільки з тих коштів, які міжнародного фінансування.

Підприємство, яке є платником податку на додану вартість при отриманні цільового фінансування повинні визнати дохід тільки в тих періодах, в яких були

понесені витрати, пов'язані з виконанням умов цільового фінансування п. 17 НП(С)БО 15 [2, с.20]. Якщо такий дохід визнано, то здійснюється запис: дебет 48, кредит 745. Разом з тим підприємство може обрати і інший спосіб відображення ПДВ. Однак при цьому необхідно відобразити дохід з усієї суми цільового фінансування, включаючи ПДВ протягом амортизації об'єкта, який збудований за ці кошти.

Таким чином, у період війни для підприємств України, що зазнали руйнацій, вкрай важливою є допомога, що надається як цільове фінансування від міжнародних фондів. Належне оформлення операцій щодо витрачання таких коштів в системі бухгалтерського обліку, а також контроль за фактичним станом активів, на які спрямовуються цільові кошти, сприятиме закріпленню позитивної репутації підприємств та розширить можливості щодо використання інших грантових допомог.

Список використаних джерел:

1. Пономаренко О. Г., Канцедал Н. А. Цільове фінансування агробізнесу: аспекти бухгалтерського обліку. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7928>. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.5.108](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.108)

2. Мірошник В. Будівництво складу коштом міжнародного фінансування: нюанси обліку. *Все про бухгалтерський облік*. 2023. №30. с.20.

3. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>

4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>

5. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00#Text>

УДК 368

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

В. В. Голобородько
vita.holoborodko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
С. П. Зоря, к. е. н., доц.

Страховання відіграє дуже важливу роль в забезпеченні розвитку економіки держави. При виборі страховика потенційним страхувальникам доцільно звертати увагу на фінансову стійкість страхових компаній, адже це є одним з головних показників надійності. Крім того, фінансова стійкість є основою успішного функціонування та розвитку страхової компанії. Тому, задля ефективного виконання своїх функцій та підвищення довіри з боку

страхувальників, страхові компанії повинні бути фінансово стійкими. Станом на сьогодні, питання забезпечення належного рівня фінансової стійкості страхових компаній набуває особливої актуальності в умовах політичної та економічної нестабільності, фінансової кризи.

Зазначимо, що теоретичні аспекти фінансової стійкості страховиків є висвітленими в працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, проте єдиного визначення даного поняття не існує. Так, А. В. Гриценко, розглядаючи фінансову стійкість у фінансово-економічному аспекті, стверджує, що вона пов'язана з платоспроможністю страхової компанії як суб'єкта господарювання та профільного небанківського посередника. Одночасно, автор підкреслює, що дані характеристики не відображають весь спектр проблем забезпечення фінансової стійкості в повній мірі [1, с. 110].

О. А. Сич та Х. П. Павлюк стверджують, фінансова стійкість страховика являє собою здатність виконувати зобов'язання за договорами страхування перед страхувальниками, незалежно від впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, а також чинників економічного середовища. На думку зазначених авторів, фінансова стійкість характеризується ще й здатністю забезпечувати фінансову рівновагу в довгостроковій перспективі [2].

Н. В. Ткаченко наводить найбільш повне визначення окресленого поняття: фінансова стійкість страхової компанії – це такий стан організації її вхідних та вихідних грошових потоків, за якого страхова організація має здатність в повному обсязі та своєчасно виконувати зобов'язання (поточні, а також ті, що виникають під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів) перед суб'єктами ринку, з якими взаємодіє, за рахунок власних і залучених ресурсів, підтримувати бажаний та/або оптимальний рівень фінансових показників навіть за умов будь-якого негативного впливу, адаптуватися до змін динамічного економічного середовища, використовувати наявні та нові обставини задля розвитку страховика на основі зростання капіталу і прибутковості як в короткостроковій, так і довгостроковій перспективі [3, с. 120].

Зважаючи на те, що вищенаведені визначення містили поняття внутрішніх та зовнішніх факторів впливу як на діяльність страхових компаній в цілому, так і на рівень їх фінансової стійкості зокрема, слід додати, що до внутрішніх факторів належать: розмір власного капіталу, тарифна політика, інвестиційна діяльність та страховий портфель, тобто це ті фактори, якими може управляти безпосередньо сам страховик. В свою чергу, до зовнішніх чинників відносять: політичні, екологічні, соціальні, психологічні та економічні тощо.

В науковій літературі існують різні думки щодо підходів до оцінювання фінансової стійкості страховика, серед них:

- індикатори, що використовуються в різних моделях попередження раннього банкрутства;
- оцінка рівня фінансової стійкості шляхом аналізу достатності страхових резервів, а також вільних власних коштів для виконання зобов'язань страхової компанії;
- використання загальноживаних показників (коефіцієнт автономії та коефіцієнт забезпеченості власним капіталом).

Однією із найважливіших складових аналізу фінансової стійкості страхової організації є її платоспроможність. Закон України «Про страхування» (ст. 30) містить наступні умови (вимоги) забезпечення платоспроможності [4]:

- 1) наявність сплаченого статутного капіталу;
- 2) створення страхових резервів у такому обсязі, якого буде достатньо для виплат у майбутньому страхових сум і страхових відшкодувань;
- 3) перевищення фактичного запасу платоспроможності страхової компанії над розрахунковим нормативом.

Слід додати, що основою діяльності будь-якого страховика та його фінансової стійкості є, по-перше, формування та використання страхових резервів, а, по-друге, права та обов'язки, які покладаються на страхові компанії, відповідно до чинного законодавства [5, с. 98].

До основних критеріїв забезпечення фінансової стійкості страховиків належать:

- наявність перестрахування;
- ефективні методи формування страхових резервів;
- достатній та високий рівень платоспроможності;
- ефективна інвестиційна політика;
- достатній обсяг власного капіталу;
- правильно визначена вартість страхових послуг (врівноважена тарифна політика);
- збалансований страховий портфель.

Поряд із основними критеріями виділяють ще й ряд додаткових [6, с. 80]: здійснення фінансового моніторингу, диверсифікація діяльності, мобільність страхової організації та здійснення фінансового управління шляхом процесу бюджетування. Важко недооцінити роль інноваційних послуг та новітніх технологій задля забезпечення прибутковості та фінансової стійкості страховика.

Підкреслимо, що фактори, які мають більш значуще значення для фінансової стійкості, можуть відрізнятися в різних страхових компаніях, тому аналіз їх впливу на фінансову стійкість має бути проведений окремо для кожної компанії [7].

Підсумовуючи вищенаведене, слід підкреслити, що поняття фінансової стійкості страхової компанії досі чітко не визначене на законодавчому рівні. В науковій літературі дане питання хоч і є досить грунтовно дослідженим, проте єдиного підходу до трактування фінансової стійкості страховика не існує. Встановлено, що рівень стійкості залежить як від внутрішніх, так і зовнішніх чинників, тому менеджери страхових організацій під час управління обов'язково повинні їх враховувати. Крім того, вони разом з керівниками мають проводити постійний фінансовий моніторинг та аналіз показників фінансової стійкості та платоспроможності. Одним із найбільших завдань сьогодення ще залишається розробка та впровадження системи показників оцінки рівня фінансової стійкості страхових компаній.

На нашу думку, вітчизняні страховики задля досягнення оптимального (високого) рівня фінансової стійкості мають вести прозору діяльність,

адаптувати у свою роботу зарубіжні практики, використовувати перспективний та ретроспективний аналіз, бути мобільними щодо змін ринкової кон'юнктури, мати безпечні програми перестраховування та дотримуватися інших критеріїв, які були вище перелічені тощо.

Список використаних джерел:

1. Гриценко А. В. Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній. *Облік і фінанси*. 2017. № 4. С. 107-111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_4_17.
2. Сич О. А., Павлосюк Х. П. Оцінка фінансової стійкості страхової компанії. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/101.pdf>.
3. Ткаченко Н. В. Фінансова стійкість страхових компаній: теоретичні підходи. *Фінанси України*. 2009. № 6. С. 104–121. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2009_6_12.
4. Про страхування: Закон України від 31.03.2023 р. №85/96-ВР: станом на 28 квіт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.04.2023).
5. Соловей К. В. Аналіз фінансової стійкості страхових компаній України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Вип. 5. С. 95-101. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_79_2020_ukr/16.pdf.
6. Величко Г. О., Сташкевич Н. М., Сташкевич О. С. Напрями удосконалення фінансової стійкості страхових компаній. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 25(2). С. 79-82. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-2-2017/18.pdf>.
7. Цуркан І. М., Остапенко А. О. Фінансова стійкість страхової компанії та ключові умови її забезпечення. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/57.pdf.

УДК 303.721

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

А. А. Горбань
anastasiia.horban@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. М. Тютюнник, к. е. н., доц.

Фінансовий аналіз є одним з найважливіших інструментів управління фінансами підприємства. Він дозволяє не тільки оцінити фінансову стійкість компанії, але й виявити її потенціал для подальшого розвитку. Фінансовий аналіз включає в себе комплексне вивчення фінансових показників діяльності підприємства, що дозволяє оцінити його фінансові можливості, стан та перспективи розвитку.

У зв'язку зі зростанням конкуренції та складності економічних умов, правильне управління фінансами стає все важливішим для успіху підприємства. Фінансовий аналіз дозволяє виявити несприятливі фактори, які впливають на ефективність фінансової діяльності, та вчасно приймати рішення, спрямовані на їх усунення або пом'якшення.

Метою даної роботи є дослідження ролі та значення фінансового аналізу в управлінні фінансами підприємства. В процесі дослідження будуть розглянуті основні принципи фінансового аналізу, його методи та інструменти, а також практичні аспекти його застосування. Результати дослідження допоможуть підприємствам зрозуміти, як ефективно використовувати фінансовий аналіз для підвищення ефективності управління фінансами та забезпечення стабільного розвитку.

В сучасних умовах економічної нестабільності та зростаючої конкуренції, управління фінансами підприємства вимагає професійного підходу та високого рівня компетентності. У цьому контексті фінансовий аналіз відіграє важливу роль у розумінні фінансового стану підприємства та прийнятті ефективних управлінських рішень.

Роль фінансового аналізу полягає у виявленні проблемних зон та підготовці рекомендацій щодо їх вирішення. Фінансовий аналіз дозволяє визначити ступінь відповідності фінансової діяльності підприємства поставленим цілям та стратегії розвитку. Крім того, він надає можливість оцінити стійкість фінансової позиції суб'єкта підприємницької діяльності, підвищити ефективність використання фінансових ресурсів та знизити ризики управлінських рішень.

Основні принципи фінансового аналізу в управлінні фінансами полягають у застосуванні наступних підходів [1]:

- системність (комплексність): охоплення всіх аспектів фінансової діяльності підприємства, включаючи фінансовий стан, фінансові результати, фінансові потоки та ризики;
- інтегрованість: забезпечення інтеграцією комплексу фінансової та нефінансової інформації для отримання повної картини фінансової діяльності підприємства;
- індивідуалізація: спрямування на вирішення конкретних проблем та завдань підприємства, враховуючи його індивідуальні особливості;
- об'єктивність: заснований на точних даних та фактах;
- направленість на результат: має конкретну мету, яка полягає у покращенні фінансової діяльності та досягненні певного результату;
- актуальність: відповідає поточним потребам підприємства;
- спрямованість на довгостроковий розвиток: сприяє плануванню та реалізації стратегії довгострокового розвитку підприємства.

Продовжуючи тему, методи фінансового аналізу в управлінні фінансами можна поділити на декілька категорій:

- аналітичні методи – методи, що базуються на аналізі фінансових показників підприємства: методи аналізу балансу, звіту про фінансові результати, звіту про рух грошових коштів;

- порівняльні методи – методи, що базуються на порівнянні фінансових показників підприємства з показниками інших підприємств у тій же галузі: методи порівняння з показниками галузі, методи порівняння з показниками конкурентів;

- динамічні методи – методи, що базуються на аналізі динаміки зміни фінансових показників підприємства протягом певного періоду: методи трендового аналізу та методи аналізу змінних за часом;

- кореляційні методи – методи, що базуються на аналізі взаємозв'язку між фінансовими показниками підприємства: методи кореляційного аналізу та регресійного аналізу;

- методи моделювання – методи, що базуються на створенні математичних моделей фінансових процесів підприємства: методи імітаційного моделювання та методи стохастичного моделювання.

Ці п'ять категорій є досить широким поділом методів фінансового аналізу, який охоплює основні підходи до аналізу фінансової інформації. Звичайно, можна розглядати інші підходи, але вони, швидше за все, можуть бути класифіковані як підкатегорії однієї з цих основних категорій. Крім того, наведені категорії є досить загальними, щоб охоплювати більшість методів, які застосовуються у практиці фінансового аналізу [2].

Нижче розглянемо, що в себе включає практичне застосування фінансового аналізу в управлінні фінансами:

- планування бюджету: фінансовий аналіз може бути використаний для планування бюджету підприємства. Аналіз фінансових даних за попередні періоди може допомогти встановити реалістичні цілі та прогнозувати майбутні доходи, витрати та прибутки. На підставі цього можна розробити бюджетну стратегію та плани дій;

- оцінка фінансової стійкості: на підставі аналізу балансу та звіту про фінансові результати можна визначити характеристики фінансового стану підприємства та виявити потенційні ризики. Це дає змогу керівництву підприємства приймати розумні фінансові рішення та підвищувати його стійкість до економічних труднощів;

- визначення ефективності витрат: на підставі аналізу фінансових даних можна визначити, які витрати є найбільш ефективними та які можуть бути зменшені без впливу на діяльність підприємства;

- визначення вартості підприємства: на підставі аналізу фінансових даних можна розрахувати різні показники, такі як вартість активів, капіталізацію, дисконтовану вартість тощо, які допоможуть встановити об'єктивну вартість підприємства. Це важливо для прийняття рішень щодо продажу або придбання підприємства, визначення його інвестиційної привабливості, кредитоспроможності та забезпечення правильної оцінки майнових комплексів при розподілі майна;

- виявлення можливостей для покращення фінансової діяльності: на підставі аналізу фінансових даних можна визначити проблемні зони, які потребують уваги та вирішення. Крім того, фінансовий аналіз може допомогти

виявити переваги та слабкі сторони діяльності підприємства, що може бути використано для покращення стратегії управління фінансами.

Це не є повним переліком практичного застосування фінансового аналізу в управлінні фінансами підприємства, але це деякі з найбільш розповсюджених застосувань. Інші приклади включають: оцінку ефективності інвестицій, планування відшкодування боргів, забезпечення фінансової стійкості та дотримання правил і нормативів, оцінку ефективності різних інвестиційних проєктів та рішень та інші. Застосування фінансового аналізу може відрізнятися у залежності від типу та розміру підприємства та його потреб у фінансовому управлінні [3].

Таким чином, можна стверджувати, що фінансовий аналіз є важливим інструментом для ефективного управління фінансами підприємства. Використання фінансового аналізу дозволяє власникам та менеджменту підприємства оцінити його фінансовий стан, планувати бюджет, виявляти ефективність витрат і визначати вартість підприємства. Застосування фінансового аналізу також дозволяє виявляти потенційні ризики та приймати розумні фінансові рішення, що сприяє збільшенню фінансової стійкості підприємства. Отже, фінансовий аналіз є важливим інструментом управління фінансами підприємства і дозволяє керівництву підприємства забезпечувати ефективну та стійку діяльність.

Список використаних джерел:

1. Іванова Т.В. Фінансовий аналіз: теорія і практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 296 с.
2. Голубева І.І., Дмитрієва А.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 264 с.
3. Коренівська Н.В. Фінансовий аналіз підприємства: теорія, методологія, практика: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 376 с.

УДК 81.25+821

БЕЗЕКВІВАЛЕНТНА ЛЕКСИКА ЯК ПРИЧИНА ЛЕКСИЧНИХ РОЗБІЖНОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

А. В. Деменко
alina.demenko@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
М. А. Антонюк, к. філол. н.

Вагомим проявом лексико-семантичних труднощів при перекладі з англійської мови на українську є так звана безеквівалентна лексика — слова, що несуть інформацію про англійські країни, уклад їхнього громадського й культурного життя, етнозвичаєву та культурно-побутову специфіку. Про постійний інтерес мовознавців до цього класу слів свідчить низка термінів, що вживаються на його позначення: національно маркована лексика,

безеквівалентна лексика, етнографізми, екзотизми, лакуни, реалії тощо. З-поміж українських мовознавців проблемою безеквівалентної лексики займалися І. Корунець, Р. Зорівчак, Л. Дяченко, Г. Прісовська, О. Тупиця тощо. Дослідники небезпідставно вказують на певну плутанину у визначенні безеквівалентної лексики, оскільки нерідко ототожнюються різні за обсягом поняття.

Сучасний мовознавець О. Тупиця, проаналізувавши концептуальні підходи до визначення безеквівалентної лексики в працях українських учених, пропонує таку дефініцію: “...Безеквівалентна лексема – особлива одиниця, що відображає національно-культурну своєрідність мови на лексичному рівні, номінує такі явища у сфері певної культури, які не властиві іншим. БЛ – це складова образності тексту, яка несе емоційно-експресивний підтекст, пов’язаний з ідеоетнічним компонентом значення. БЛ слугує для номінації понять та реалій, не має точних лексичних відповідників у соціокультурних парадигмах інших мов, які порівнюються з вихідною” [1, с. 257]. Як бачимо, тут наголошено на трьох моментах: по-перше, безеквівалентна лексика вмотивована позамовною дійсністю, по-друге, вона має конотативне значення, по-третє, цю лексику, як впливає з її назви, неможливо точно перекласти лексичними засобами іншої мови.

Саме ці засадничі характеристики безеквівалентної лексики зумовлюють основні труднощі при перекладі. Оскільки перекладач є в першу чергу реципієнтом тексту іноземною мовою, то доцільно вести мову про рівні сприйняття безеквівалентної лексики. Так, О. Тупиця наводить таку градацію розуміння семантики слова:

1) повне розуміння, коли людина володіє всіма семантичними складниками значення і його загальним лексичним фоном;

2) неповне розуміння, тобто реципієнт не розуміє певних складників семантики слова;

3) неправильне розуміння — коли людина сприймає один лексичний фон замість іншого;

4) повне нерозуміння відбувається тоді, коли людина не засвоює жодного елемента семантичної структури слова [2, с. 204].

Як зауважує дослідник, на противагу очікуванню, що безеквівалентна лексика мала би бути для реципієнта категорією 4, на практиці вона найчастіше належить до категорії 2. Це зумовлено тим, що слова в тексті взаємодіють між собою, відбувається взаємонакладання і переплетіння їхніх сенсів, у тому числі й безеквівалентної лексики. Тому що краще перекладач обізнаний з культурою мови, з якої він перекладає, що уважніший він до контексту і внутрішньотекстових зв’язків, то зрозумілішою для нього є безеквівалентна лексика.

Український перекладознавець І. Корунець наводить такі способи передачі значень безеквівалентної національно маркованої лексики:

1) виключно транскрибування або транслітерація — зазвичай це застосовується до слів, що є істинними інтернаціоналізмами й виражають суспільно-політичні поняття;

2) транскрибування чи транслітерація із зазначенням їхнього питомого національного значення — для одиниць безеквівалентної лексики, які перекладаються вперше або не є широко відомими в мові перекладу;

3) виключно описово-експліцитним шляхом, коли сама лише транскрипція слова не дає уявлення про його значення або якщо його звукова оболонка в мові перекладу призводить до небажаної неоднозначності;

4) компонентний переклад з подальшим поясненням — коли такий переклад не розкриває суті явища, відтак потрібне додаткове описове пояснення, часто в примітках;

5) дослівний переклад або калькування — якщо компоненти мовної одиниці досить прозоро вказують на її пряме значення [3, с. 157—167].

Переклад безеквівалентної лексики завжди є мірилом професійної зрілості перекладача, його мовного чуття, його обізнаності з позамовним контекстом як країни, з чієї мови він перекладає, так і країни, для якої він здійснює свій переклад. Навіть якщо певне поняття має тільки приблизний відповідник у мові перекладу, оскільки екстралінгвальна дійсність є зовсім іншою, це не заважає використовувати його як перекладацький еквівалент. Коли ж перекладач переконаний, що іншомовний відповідник занадто приблизно передає суть поняття, а певні важливі в цьому контексті елементи семантичної структури втрачаються, він може вдаватися до одного з вищеперелічених способів перекладу безеквівалентної лексики.

Список використаних джерел:

1. Тупиця О., Зімакова Л. Безеквівалентна лексика: проблеми визначення. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2012. С. 251–258. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev_2012_2012_34 (дата звернення 07.05.2023).

2. Тупиця О. Явище безеквівалентності в лексичній системі мови: проблеми іншомовного відтворення. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2016. С. 200–213. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev_2016_2016_20 (дата звернення 07.05.2023).

3. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) = *Theory and Practice of Translation* : Підручник. За ред. О. І. Тереха. Вінниця : Нова книга, 2001. 446 с.

ФРАНЧАЙЗИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

І. Є. Євсєєв
ivan.yevseiev@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к. е. н., доц.

Франчайзинг – це вид співпраці між двома бізнесменами (компаніями), при якому франчайзер (продавець, що є власником ліцензії на товарну марку або бренд) за гроші надає франчайзі (покупцеві) на певний термін право користуватися цим товарним знаком та бізнес-моделі. Тобто франчайзі може продавати під ім'ям бренду франчайзера свою продукцію, а також отримувати

підтримку та допомогу у розвитку бізнесу. Як правило, угода про франчайзинг включає оплату таких платежів як вступні внески, щомісячні комісії, роялті. [1]

Франчайзинг не є новим явищем, але лише в останні десятиліття він почав набирати популярності завдяки інтенсивній глобалізації. Серед відомих компаній, що розвиваються за моделлю франчайзингу в Україні, зокрема, заклади громадського харчування McDonald's, Pizza Celentano Ristorante, Pizza Hut, Mafia, туроператори «Join UP!», Tez Tour, «Поїхали з нами», франшиза сети медичних лабораторій CSD, компанія з доставки поштових відправлень «Нова пошта» та багато інших.

Франчайзер завдяки такій угоді отримує наступні переваги:

1. Швидкий розвиток – це нагода швидко розширити свій бізнес, використовуючи ресурси та знання франчайзі.

2. Розширення ринків – франчайзинг дозволяє швидко розширюватись на нові ринки, де вже є зацікавлені франчайзі з місцевими знаннями та досвідом.

3. Оптимізація витрат, можливість скоротити витрати на відкриття нових підрозділів, оскільки вони покриваються франчайзами.

4. Більш ефективне управління – франчайзер може контролювати свої підрозділи та підтримувати їх ефективність, надаючи франчайзі підтримку та навчання.

5. Можливість передати ризики бізнесу на франчайзі, що може зменшити фінансові ризики для компанії. [1, 2, 3]

А для франчайзі можна виділити такі переваги:

1. Готова бізнес-модель: франчайзі отримує готову бізнес-модель, яку успішно використовує франчайзер. Це дозволяє франчайзі зосередитися на реалізації бізнесу замість витрат часу на пошук оптимальної стратегії.

2. Бренд: франчайзі отримує право використовувати відомий бренд, що дозволяє залучити клієнтів та забезпечити швидкий старт бізнесу.

3. Підтримка: франчайзі отримує підтримку від франчайзера на всіх етапах розвитку бізнесу, включаючи підготовку та надання документації, тренінги для персоналу та консультації з питань ведення бізнесу.

4. Низькі ризики: франчайзі несе менші ризики порівняно з тим, щоб розпочати бізнес з нуля, оскільки він має підтримку франчайзера та використовує вже перевірену бізнес-модель.

5. Легший доступ до фінансування: банки та інші фінансові установи більш готові фінансувати франчайзі, порівняно з абсолютно новим бізнесом.

6. Розширення мережі: франчайзі може розширювати мережу, використовуючи вже наявну бізнес-модель та бренд франчайзера. Це дозволяє франчайзі збільшувати свою прибутковість та ризики. [1, 2, 3]

Отже, франчайзинг став популярним через те, що це дозволяє підприємцям створити власний бізнес з мінімальним ризиком, відповідальністю та зниженими витратами. З одного боку, франчайзери отримують можливість розширити свій бізнес, не витрачаючи значні кошти на відкриття нових філій, а з іншого боку, франчайзі отримують можливість працювати відомим брендом з готовою бізнес-моделлю та підтримкою.

Не дивлячись на всі переваги франчайзингу, слід мати на увазі, що це не панацея ні для франчайзера, ні для франчайзі.

Ця бізнес-модель має наступні недоліки для франчайзера:

1. Велика витрата часу і зусиль: він повинен розробити бізнес-план, процедури та стандарти, навчальні програми та інші ресурси для франчайзі.

2. Значні витрати: розробка вимагає фінансових вкладень в рекламу, маркетинг та інші ресурси для привернення потенційних франчайзі.

3. Втрата контролю: після того, як франчайзі підписав угоду про франчайзинг, він має певний рівень контролю над своїм бізнесом. Франчайзор може втратити частину цього контролю, оскільки франчайзі може вирішувати деякі питання самостійно, а не відповідати франчайзеру.

4. Негативний вплив на бренд: якщо франчайзі не дотримується стандартів франчайзера, це може негативно вплинути на репутацію бренду і знизити продажі.

5. Ризик порушення угоди: якщо франчайзі не виконує своїх обов'язків згідно з угодою про франчайзинг, це може призвести до порушення угоди та відшкодування збитків франчайзеру.

Конкуренція з франчайзі: франчайзі може конкурувати з франчайзером в тих же регіонах, де діє бізнес, що може призвести до зниження продажів та прибутку франчайзера. [1, 2, 3]

Незважаючи на переваги франчайзингу, є деякі недоліки, з якими стикаються франчайзі. Ось деякі з них:

1. Обмежена свобода дій: франчайзі зазвичай повинні дотримуватися певних правил і стандартів, які встановив франчайзер. Це може обмежувати їх свободу дій і призводити до труднощів у вирішенні певних питань.

2. Великі витрати: франчайзі зазвичай повинні платити різні види внесків, включаючи вступні внески, витрати на навчання та підтримку, роялті та рекламні внески. Ці витрати можуть бути значними і призводити до значного зменшення прибутків франчайзі.

3. Залежність від франчайзера: франчайзі залежать від франчайзера у багатьох аспектах, включаючи постачання товарів та послуг, надання навчання та підтримки, розробку маркетингових кампаній тощо. Це може обмежувати їх можливості та зменшувати рівень контролю над власним бізнесом.

4. Ризики: як і будь-який бізнес, франчайзинг не позбавлений ризиків. Франчайзі можуть стикатися з проблемами, такими як зменшення попиту на товари та послуги, зміни законодавства, конкуренція та інші фактори, які можуть негативно вплинути на їх бізнес.

5. Обмежені можливості розвитку: франчайзі зазвичай повинні дотримуватися певних стандартів, що може обмежувати їх можливості розвитку та впливати на їх творчість та ініціативність. [1, 2, 3]

Отже франчайзинг є ефективним способом розвитку бізнесу для франчайзера та франчайзі, але варто зазначити, що це не є універсальним рішенням для всіх. Якщо франчайзер не зможе забезпечити достатньої підтримки та належного контролю над франчайзі, то бізнес може стати менш

ефективним та збитковим. З іншого боку, якщо франчайзі не може дотримуватись правил та стандартів, встановлених франчайзером, то це може призвести до негативного впливу на репутацію бренду та втрати прибутку. Тому важливо, щоб обидві сторони розуміли свої обов'язки та взаємовідносини в рамках угоди франчайзингу та прагнули до спільного успіху.

Список використаних джерел:

1. Глосарій франчайзингу / Федерація розвитку франчайзингу. URL: <http://fdf.org.ua/about-franchise/glossary>.

2. Переваги та недоліки бізнесу з франшизи. Що таке франчайзинг простими словами? / marketer. 13.04.2023 р. URL: <https://marketer.ua/ua/franchise-business-what-is-franchising-in-simple-terms/>.

3. Циб А. С., Лисокобилка І. О. Переваги та недоліки франчайзингу як форми підприємництва. *Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії*, 16-17 квітня 2020 р. Том І. Полтава: РВВ ПДАА, 2020. С. 214-216.

УДК 657

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ПРАЦІ І ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*О. С. Звягольська
mvt0666@ukr.net*

*Науковий керівник
М. В. Єрмолаєва, к. е. н., доц.*

Завданням бухгалтерської служби будь якого підприємства або установи є не тільки організація обліку розрахунків за заробітною платою, а й здійснення постійного контролю за дотриманням норм діючого законодавства, що регулює взаємовідносини між працівником і роботодавцем. Внутрішній контроль може здійснюватися як безпосередньо головним бухгалтером, до повноважень якого входить загальне керівництво роботою облікового персоналу, так і окремою посадовою особою, наприклад внутрішнім аудитором.

Досвід облікової роботи на підприємстві свідчить, що ефективніше контроль здійснюється саме внутрішнім аудитором, оскільки це особа, яка одночасно виконує контрольні і консультаційні функції і при необхідності не тільки може виявити допущені помилки, а й надати консультацію щодо їх виправлення не відволікаючи при цьому головного бухгалтера від його поточної діяльності.

Здійснення контрольних процедур умовно можна поділити на три етапи: попередній контроль; поточний контроль; підведення підсумків та надання консультацій.

Під час проведення попереднього контролю перевіряється наявність затверджених правил внутрішнього розпорядку, з'ясовується, чи ознайомлений персонал підприємства з ними, чи доведений режим роботи до кожного

працівника, чи повідомлені працівники про свої права і обов'язки, чи складений графік відпусток, чи затверджені на підприємстві засоби заохочення та стягнення. При цьому перед початком попереднього контролю необхідно заздалегідь провести роз'яснювальні заходи з трудовим колективом.

Одночасно з цим необхідно перевірити чи проведено інструктаж з техніки безпеки та чи на підприємстві забезпечені безпечні умови праці у всіх підрозділах для запобігання виробничому травматизму.

Під час попереднього контролю аудитор також перевіряє правильність планування строків виплати заробітної плати та відповідність їх колективному договору. При цьому визначається чи є заборгованість по виплатам, з'ясовується її причини та заходи, які прийняті адміністрацією підприємства для усунення такої заборгованості.

При здійсненні поточного контролю можливо проведення рейдів фактичних оглядів дотримання встановленого розпорядку робочого дня, перевірка явок на роботу, своєчасності повернення з обідньої перерви та завершення робочого дня. Внутрішній аудитор може проконтролювати чи створено на підприємстві безпечні умови праці, чи наявні технічні засоби, захисні огорожі, попереджувальні таблички, тощо.

На зазначеному етапі слід перевірити правильність складання табелів обліку робочого часу та нарядів на відрядні роботи – чи вірно вказується відпрацьований час по кожному працівнику, чи є підстави для відображення відпустки, відрядження або інших випадків відсутності на робочому місці, чи вірно вказані види робіт, що виконуються працівниками.

Одним з важливих питань контролю праці і заробітної плати є перевірка дотримання Положення про оплату праці. При цьому в першу чергу необхідно впевнитись, що документ відповідає чинним нормам трудового законодавства. В аграрному секторі, зокрема, слід перевірити, чи внесений в Положення пункт про натуральну оплату праці і в яких розмірах відбувається оплата праці натурою. При цьому слід перевірити правильність оцінки продукції, яка видається в рахунок оплати праці [1].

Перевіряючи відрядну форму оплати праці, аудитор може перевірити чи відповідають види робіт, зазначені у нарядах, технології виробництва, чи вірно визначено обсяг робіт або кількість продукції. Крім того, досить часто порушення виявляються при нарахуванні доплат, надбавок та премій.

При перевірці доплат, встановлених за досягнення певних показників, перевіряється зазначена інформація із записами в регістрах аналітичного обліку та у первинних документах. Якщо перевіряється правильність нарахувань допомоги з тимчасової непрацездатності, відпускних, заробітної плати за період перебування у службовому відрядженні або виконання громадських обов'язків, слід перевірити відповідність визначеної середньої заробітної плати діючим Положенням та Інструкціям.

Важливим моментом внутрішнього аудиту є перевірка включення у розрахунково-платіжні відомості осіб, які оформлені на роботу, але фактично не працюють на підприємстві. Такі факти можуть свідчити про присвоєння грошових коштів посадовими особами підприємства.

На заключному етапі внутрішньої перевірки аудитор формує висновки, надає пропозиції по усуненню виявлених недоліків. Адміністрація підприємства приймає рішення про накладення стягнень на посадових осіб, дії яких призвели до порушень. Внутрішній аудит праці і заробітної плати може стати дієвою зброєю боротьби з порушеннями трудового законодавства і з порушенням прав персоналу підприємства [2].

Список використаних джерел:

1. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10 груд. 1971 р. № 332-VIII. Дата оновлення 20 січ. 2023 р. № 2839-IX. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (Дата звернення 3.05.2023)

2. Левченко З. М., Тютюнник С. В., Єрмолаєва М. В. Організація бухгалтерського обліку, звітності й аналізу праці та її оплати. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 46. С. 106-112. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/46_2020_ukr/20.pd (Дата звернення 3.05.2023)

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ

О. О. Клыша
oleksandra.klysha@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Л. В. Бражник, к. е. н., доц.

Наразі, у період економічної кризи та кризи неплатежів досить гостро господарюючі суб'єкти відчувають нестачу фінансових ресурсів. Одним із основних способів отримання додаткових фінансів є кредит – фінансова операція, що відрізняється оперативністю, сутність якої полягає у наданні суб'єктам господарювання на деякий період на умовах платності та повернення, під відсоткову ставку у розпорядження матеріальних чи грошових засобів [1]. Тому задля забезпечення належного функціонування підприємств у ринковій економіці необхідно проводити вдосконалення саме банківської системи.

Саме по собі кредитування поширюються на підприємства, незважаючи на їх організаційно-правової форми. Проте як свідчить статистика, найчастіше позики беруть саме суб'єкти малого та середнього підприємництва, як на початковому етапі, використовуючи залучені кошти як рушій бізнесу, так і протягом виробничої діяльності. Наразі економіка України значно погіршилася та розвиток малого та середнього бізнесу повинен бути пріоритетним завданням, бо саме ці суб'єкти підприємництва є більш мобільними, їм притаманна гнучкість виробничої діяльності та здатність оперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку, різні соціально-економічні перетворення та відповідно задовольняти потреби споживачів. Тому розвиток системи кредитування, створення пільгових умов, зниження відсоткових ставок, полегшення процесу кредитування позитивно вплине в першу чергу на дрібний та середній бізнес, що спровокує поживлення економіки. Завдяки банківського кредитування можуть задовольнятися також потреби фізичних осіб, тобто пересічних громадян. Таким

чином, банківське кредитування в умовах сьогодення є не лише необхідним вектором стабільного функціонування всієї банківської системи, а й чинником, що забезпечить економічне зростання нашої держави [2].

До речі, хочу зазначити, що левову частку в банківському кредитуванні мають кредити, надані суб'єктам господарювання (81,4% - 84,2%), за ними йдуть кредити, надані фізичним особам (15,7% - 18,4%), малою є питома вага кредитів органам державної влади та кредити небанківським фінансовим установам. Серед видів економічної діяльності, які найчастіше кредитуються, можна виділити такі: оптова і роздрібна торгівля, торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту, операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичним особам, рідше – виробництво продукції агропромислового комплексу. А в обсягах реалізації найбільшим є внесок малих підприємств сфери послуг, готелів та ресторанів [3].

Широкий аналіз дотичної до даної проблематики економічної літератури вітчизняних вчених, а також статистика, звіти, подані самими ж комерційними банками, дозволяють виявити основні проблеми напрями сучасного стану банківського кредитування в Україні:

- державна підтримка ринку кредитування є недостатньою;
- існують певні неприйнятні практики у сучасних системах оцінки кредитоспроможності позичальників, несвоєчасна виплата кредитів, непогашення позик;
- не завжди є належне майно під заставу;
- неприйнятні відсоткові ставки;
- низький рівень довготермінового та інвестиційного кредитування.

Попри постійний моніторинг та вдосконалення банківських систем все ж таки велика частка питань так і залишається невирішеною. Зокрема, усе гостріше постає питання про пошук нових напрямків розвитку ринку банківського функціонування в умовах політичної та економічної нестабільності. Ця тема завжди потребує додаткового вивчення, бо з'являються нові умови та правила кредитування економічних суб'єктів та юридичних осіб в цілому.

Ці питання активно вирішуються у міру можливостей Національним банком України (далі-НБУ). Відповідно до рішень НБУ затверджено «Стратегію НБУ до 2025 року». Ключовими аспектами є:

- «Стратегія забезпечення цінової стабільності на 2021–2024 роки»;
- «Стратегія регулювання ринку фінансових послуг на 2021–2024 роки»;
- «Стратегія розвитку грошового обігу та платіжних систем на 2021–2024 роки»;
- «Стратегія розвитку фінансової екосистеми на 2021–2024 роки»;
- «Стратегія організаційного розвитку на 2021–2024 роки»;
- «Стратегія розвитку інфраструктури та корпоративного забезпечення діяльності на 2021–2024 роки» [4].

Як бачимо, основні фінансові моменти економіки нашої країни ця стратегія охоплює та спрямовуються сили на досягнення змін із позитивним фінансовим ефектом. Цитуючи дослівно фрагмент документу: «Національний банк на

підставі аналізу того, як буде змінюватись світ та діяльність ключових гравців фінансової системи України в найближчі роки під впливом глобальних трендів, визначив, яку роль має відігравати в подальшому становленні фінансової екосистеми України на наступному еволюційному етапі її розвитку. Таким чином, в основу нової Стратегії закладено переосмислення ролі регулятора у фінансовій екосистемі та оновлену Візію НБУ. Стратегія відповідає принципам та напрямам розвитку фінансового сектору відповідно до Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року, яка підписана керівниками установ-розробників та затверджена їхніми розпорядчими актами в затвердженому порядку (в Національному банку ця Стратегія затверджена 26 грудня 2019 року рішенням Правління НБУ № 1010-рш), оновлена 18 березня 2021 року рішенням Правління №97-рш» [5].

Стратегія Національного банку передбачає певну кількість керованих пріоритетів функціонування. Їх неухильне дотримання є умовою створення ефективної та стабільної фінансової екосистеми, враховуючи політичні та економічні умови нестабільності.

Отже, на підставі цього дослідження можна зробити висновки, що на сучасному етапі розвитку економічної системи України кредитні відносини проникають у всі сфери господарської діяльності, супроводжують процес відтворення капіталу, глибоко проникають у сфери обміну, торгівлі, фінансів, грошових відносин. Попри те, що неефективна організація діяльності банківських інституцій стала проявом світової фінансової кризи останніх років, все таки роль кредитних відносин залишається високою. На сьогодні розвиток кредитних відносин доповнюється низкою проблем, які вирішуються поступово.

Список використаних джерел:

1. Аранчій В. І., Бойко Л. М., Черненко Л. В. Гроші та кредит. Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2010. 300 с.

2. Томілін О. О., Дорогань-Писаренко Л. О. Банківське кредитування аграрного сектору економіки в ринкових умовах господарювання. *Інтелект XXI століття*. 2020, № 3, С. 112–116. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2020/2020_3/24.pdf (дата звернення: 30.04.2023).

3. Глущенко С. В., Івахненко С. В., Демків С. А. Банківське кредитування в Україні та його моделювання методами системної динаміки. *Економіка і прогнозування*. 2021. № 2. С. 101–127. URL: http://eip.org.ua/docs/EP_21_2_101_uk.pdf (дата звернення: 30.04.2023).

4. Річний звіт 2021. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2021.pdf (дата звернення: 30.04.2023).

5. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf?v=4 (дата звернення: 30.04.2023).

ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

В. В. Кривошея
viktoriia.kryvosheia@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Л. В. Бражник, к. е. н., доц.

Україна останнім часом стає все більш активною у сфері створення та розвитку стартапів. Високий рівень технологічного потенціалу, наявність кваліфікованих ІТ-фахівців та підтримка уряду сприяють створенню нових бізнес-ініціатив та розвитку стартап-екосистеми.

Стартапи - це молоді компанії або проекти, що працюють над інноваційними ідеями або продуктами з метою швидкого росту і масштабування [1]. Актуальність створення стартапів в Україні полягає в наступних аспектах:

1. Технологічний потенціал: Україна має значний потенціал у сфері інформаційних технологій і програмного забезпечення. Країна відома своїми ІТ-спеціалістами, які мають високий рівень технічних навичок. Це створює сприятливе середовище для розвитку технологічних стартапів.

2. Наявність талановитих фахівців: Україна має велику кількість кваліфікованих фахівців у різних галузях, включаючи ІТ, маркетинг, фінанси та інші. Це створює умови для залучення талановитих людей до стартапів і сприяє їх успіху.

3. Розвиток стартап-екосистеми: В Україні активно розвивається стартап-екосистема, що включає в себе інкубатори, акселератори, спільноти, інвестиційні фонди та інші організації, що надають підтримку та фінансування стартапам. Це сприяє створенню сприятливих умов для розвитку інноваційних проєктів.

4. Глобальна ринкова можливість: Україна є великим ринком з значним потенціалом споживання. Завдяки своїй географічній розташованості та розвинутій торгівлі, українські стартапи можуть націлитися на внутрішній ринок або виходити на зовнішні ринки.

Створення стартапів в Україні є активно розвиваючоюся галуззю, яка має деякі характерні тенденції. Такі як:

1. ІТ-сектор: Україна відома своїм потенціалом в галузі інформаційних технологій. Багато стартапів в Україні спрямовані на розробку програмного забезпечення, штучний інтелект, блокчейн, електронну комерцію та інші сфери ІТ. Київ, Львів, Харків та Одеса є основними центрами ІТ-стартапів в країні.

2. Агротехнології: Україна є сільськогосподарською країною, і агротехнології стають все більш популярними серед стартапів. Це включає в себе використання даних, сенсорів та інших технологій для оптимізації процесів сільськогосподарського виробництва, впровадження "розумних" систем поливу, моніторингу стану посівів, аналізу ґрунту тощо.

3. Фінтех: Зростає інтерес до фінансових технологій в Україні. Стартапи у цій галузі пропонують нові рішення для онлайн-платежів, мобільного банкінгу, підтримки криптовалют та інші інноваційні послуги.

4. Екологія та енергоефективність: Зростає свідомість про екологічні проблеми і потреба в енергоефективних рішеннях. Стартапи в Україні працюють над розробкою сонячних панелей, вітряних турбін, смарт-систем управління енергоефективністю будівель, тощо.

Україна має різноманітні джерела фінансування стартапів. Деякі з них включають:

1. Інвестиційні фонди: Існують багато венчурних та приватних інвестиційних фондів в Україні, які спеціалізуються на фінансуванні стартапів. Ці фонди надають фінансову підтримку, а також можуть надавати експертні знання та менторство.

2. Бізнес-інкубатори та акселератори: Інкубатори та акселератори є популярними українськими організаціями, які надають фінансову, експертну та інфраструктурну підтримку стартапам на ранніх стадіях розвитку. Вони можуть надавати капіталовкладення, коворкінгові простори, навчальні програми та доступ до мережі контактів [2].

3. Корпоративні інноваційні фонди: Багато великих компаній в Україні мають власні фонди для інвестицій у стартапи. Ці фонди спеціалізуються на підтримці технологічних інновацій, співпраці зі стартапами та розвитку нових продуктів або послуг.

4. Краудфандинг: Цей метод фінансування стає все популярнішим серед українських стартапів. Краудфандингові платформи дозволяють збирати гроші від широкої аудиторії людей, які зацікавлені в підтримці проекту.

5. Гранти та конкурси: Українські стартапи можуть отримати фінансову підтримку через гранти та конкурси, які організовуються урядом, неприбутковими організаціями та іншими організаціями.

Насамперед, розвиток стартапів в Україні може відігравати важливу роль у розвитку країни та її економіки, забезпечуючи робочі місця, сприяючи інноваційному розвитку та приваблюючи іноземні інвестиції. З метою підтримки стартап-екосистеми в Україні, важливо створювати умови для розвитку нових інновацій, підтримувати підприємництво та забезпечувати доступ до ресурсів та фінансування для нових проектів.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.

2. Палійчук Є. С., Федоров Р. К. Основні перешкоди розвитку стартапів України. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9574> (дата звернення: 30.04.2023).

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

В. Р. Куц
viktoriiia.kuts@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Л. В. Бражник, к. е. н., доц.

Поняття оборотних коштів завжди було і є актуальним в наш час. Оборотні кошти (оборотний капітал) – це кошти, витрачені на придбання чи виготовлення оборотних активів підприємства, які необхідні для забезпечення на підприємстві безперервності процесу виробництва і реалізації продукції та отримання прибутку [1]. Вони включають в себе готівку, банківські рахунки, товари на складі, розрахункові зобов'язання, кредиторську заборгованість та інші активи, що зберігають свою вартість протягом короткого періоду часу.

Оборотні кошти є також важливим фінансовим показником, оскільки вони відображають ліквідність компанії та її здатність виконувати поточні зобов'язання. Наприклад, якщо компанія має значну кількість оборотних коштів, вона зможе легко виконувати свої зобов'язання перед постачальниками, погашати кредити та проводити інші операції. З іншого боку, якщо має недостатньо оборотних коштів, це може призвести до прострочення платежів, зменшення виробництва та загрози банкрутства. Тому важливо, щоб суб'єкти підприємництва зберігали достатню кількість оборотних коштів для забезпечення своєї фінансової стійкості.

Оборотні активи є однією із складових частин майна підприємств і знаходяться в постійному русі, здійснюючи відповідний кругообіг [2]. Кругообіг оборотних активів – це показник, який вимірює швидкість обігу різних видів оборотних активів у підприємства. Він показує, скільки разів оборотні активи були повністю перетворені на готівку або еквіваленти готівки протягом певного періоду часу, зазвичай розглядається річний період.

Кругообіг оборотних активів розраховують, як співвідношення середньорічної вартості оборотних активів до виручки від реалізації. Цей показник є важливим для підприємств, оскільки він дозволяє виміряти ефективність використання оборотних активів у господарській діяльності. Він також може вказати на можливість зменшення запасів та збільшення оборотної швидкості капіталу, що дозволить знизити витрати та підвищити прибуток.

У залежності від джерел формування оборотні активи поділяються на власні, позикові та залучені.

Власні оборотні активи – це активи, які призначені для використання в операційній діяльності компанії та підлягають перетворенню у грошові кошти протягом короткого періоду часу, зазвичай до 12 місяців. Ці активи є складовою частиною оборотних активів компанії і можуть включати такі речі, як запаси товарів, розрахункові кошти, дебіторську заборгованість, грошові еквіваленти, та інші активи, які легко можуть бути перетворені в грошові кошти.

Власні оборотні активи можуть бути дуже важливими для бізнесу, оскільки вони можуть бути використані для покриття операційних витрат, забезпечення

розвитку компанії та підвищення прибутковості. Їхній рівень варіюється в залежності від конкретного бізнесу та галузі, в якій він працює.

Позикові оборотні активи – це активи, які компанія видала у позику та очікує повернення їх протягом короткого періоду часу (зазвичай до 12 місяців). Ці активи є складовою частиною оборотних активів компанії і можуть включати такі речі, як грошові позики, кредити, векселі та інші фінансові інструменти, які компанія видала у позику.

Позикові оборотні активи можуть бути важливими для компаній, які займаються наданням фінансових послуг, таких як банки, кредитні установи та інші фінансові організації. Вони можуть також включати в себе позики, які компанія видала своїм клієнтам, але які ще не були повернені.

Рівень позикових оборотних активів може бути важливим показником ефективності кредитної політики компанії, а також її здатності до залучення коштів та забезпечення потреб у фінансових ресурсах для забезпечення операційної діяльності. Однак, важливо також бути уважним до ризиків, пов'язаних з невідшкодованими позиками, які можуть стати проблемою для фінансового стану компанії.

Залучені оборотні активи – це активи, які компанія отримала від сторонніх осіб на короткий термін (зазвичай до 12 місяців), щоб використовувати їх у своїй операційній діяльності. Ці активи є складовою частиною оборотних активів компанії і можуть включати такі речі, як кредити, банківські кредитні лінії, облігації, розміщені серед інвесторів та інші засоби фінансування.

Залучені оборотні активи можуть бути вагомим для бізнесу, оскільки вони можуть забезпечити додаткові фінансові ресурси для розширення діяльності компанії та забезпечення її операційної діяльності. Однак, важливо також бути уважним до ризиків, пов'язаних зі збором боргів та погашенням позик, оскільки несвоєчасна сплата може призвести до фінансових проблем суб'єктів підприємництва.

Рівень залучених оборотних активів може бути вагомим показником фінансової стійкості компанії та її здатності до залучення зовнішніх джерел фінансування. Також, важливо оцінювати вартість цих активів та їх відношення до загального обсягу оборотних активів компанії, щоб забезпечити оптимальне використання фінансових ресурсів і мінімізувати ризики для компанії.

Отже, оборотні кошти є безперечно важливим елементом фінансової стійкості компанії та дозволяють компанії виконувати свої поточні зобов'язання, погашати кредити та проводити інші операції.

Список використаних джерел

1. Аранчій В. І., Чумак В. Д., Бражник Л. В. Фінанси підприємств: навчальний посібник-2-ге вид. Полтава: РВ ПДАА, 2018. 147 с.
2. Насібова О. В., Придатченко Б. Ю. Теоретичні аспекти оптимізації оборотних коштів підприємства. *Економіка та суспільство*. 2018. №18. С. 794-802. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-18-2018.pdf#page=794> (дата звернення: 06.05.2023).

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

*В. О. Макепов., І. М. Адаменко
noomdertiom@gmail.com*

*Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к. е. н., доц.*

Оцінка конкурентного статусу підприємства на ринку є важливим завданням для будь-якого бізнесу, який прагне зберегти або покращити свої ринкові позиції. Цей процес включає в себе оцінку сильних і слабких сторін, можливостей і загроз бізнесу, аналіз його ринкової позиції, а також порівняльний аналіз результатів діяльності з показниками конкурентів.

Конкуренція будучи найважливішою ланкою системи ринкового господарства виражає сутність ринкових відносин. Термін «конкуренція» (з лат. *concurrentia*) означає: змагання, суперництво. [1]

Конкурентоспроможність – це здатність об'єкта задовольняти певну потребу у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами [2].

Одним із важливих кроків в оцінці конкурентного статусу підприємства є проведення ретельного аналізу ринку. Метою такого аналізу є визначення можливостей та загроз, з якими підприємство стикається на ринку, а також розуміння факторів, що впливають на його конкурентну позицію. Це виявляє ключових гравців у галузі, розуміння демографічних характеристик цільового ринку та оцінку загальних ринкових тенденцій. Проаналізувавши ці фактори, бізнес може отримати уявлення про конкуренцію та визначити сфери, в яких він може покращити свої конкурентні переваги.

Іншим важливим аспектом оцінки конкурентного статусу підприємства є оцінка його продукції та послуг. Це передбачає оцінку якості, ціни та особливостей пропозицій компанії порівняно з пропозиціями її конкурентів. Зрозумівши, як продукти та послуги витримують конкуренцію, підприємства можуть визначити сфери, в яких вони можуть диференціювати себе та отримати конкурентну перевагу. На додаток до аналізу продуктів і ринку, оцінка конкурентного статусу підприємства також включає оцінку його внутрішніх можливостей. Це включає оцінку фінансових ресурсів компанії, управлінської команди та операційної ефективності. Аналізуючи ці фактори, бізнес може визначити сфери, в яких він може покращити свою діяльність та отримати конкурентну перевагу.

При оцінці конкурентного статусу підприємства також важливо оцінити задоволеність і лояльність клієнтів. Відгуки клієнтів можуть надати цінну інформацію про сильні та слабкі сторони компанії та допомогти визначити сфери для вдосконалення. Задовольняючи потреби та проблеми клієнтів, бізнес може підвищити їхню лояльність та отримати конкурентну перевагу.

Іншим важливим кроком в оцінці конкурентного статусу підприємства є розробка конкурентної стратегії. Це передбачає визначення ключових факторів

успіху підприємства та розробку стратегії для використання його сильних сторін і можливостей, а також пом'якшення його слабких сторін і загроз. Конкурентна стратегія має бути узгоджена із загальною бізнес-стратегією підприємства і спрямована на створення стійкої конкурентної переваги на ринку [3].

Нарешті, компанії повинні постійно відстежувати своїх конкурентів. Аналізуючи їх дії, бізнес може залишатися на крок попереду і швидко реагувати на зміни на ринку. Це передбачає моніторинг цінової політики конкурентів, маркетингових стратегій, товарних пропозицій та обслуговування клієнтів.

Отже, оцінка конкурентного статусу підприємства на ринку – це багатогранний процес, який передбачає аналіз різних факторів, включаючи ринок, продукти та послуги, внутрішні можливості, задоволеність клієнтів та конкурентів. Провівши ретельний аналіз цих факторів, підприємства можуть визначити сфери, в яких вони можуть підвищити свою конкурентоспроможність і отримати конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел:

1. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник. Харків : ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104.
3. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник. Харків : НУА, 2018. 320 с. С. 146-157.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІЗНЕСУ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

С. В. Махно
serhii.makhno@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Л. В. Бражник, к. е. н., доц.

Цифрові технології створюють важливі можливості для державного управління, бізнесу, науки, освіти та життя людей. Цифровізація змінила правила гри та принесла багато проблем і альтернативних рішень країнам, підприємствам і людям.

Підприємства в сучасних умовах стикаються з процесом цифрової трансформації, що призводить до повного перетворення вітчизняних підприємств на зовсім іншу структуру, яка допомагає новим гравцям на конкурентних ринках, заснованих на нових принципах економіки та управління, де домінують цифрові технології [1].

Якщо підвищення конкурентоспроможності в минулому базувалося на поступовому підвищенні ефективності та впровадженні найкращих галузевих практик, то розвиток цифрової економіки базується на між функціональних та міжгалузевих змінах у технологіях і бізнес-моделях.

Цифровий сектор економіки базується на інноваційних технологіях, створених електронною промисловістю, яка складається з двох елементів. По-перше, це електронна промисловість, виробництво мікросхем, комп'ютерної та телекомунікаційної техніки, побутової електроніки. По-друге, це компанії, які надають послуги у сфері цифрових технологій і використовують цифрові засоби виробництва, зберігання та управління даними.

Багато країн реалізують програми, спрямовані на розвиток цифрового сектору економіки, створення нових робочих місць у цих сферах та підвищення конкурентоспроможності в електроніці та ІТ-технологіях. Взаємодія процесів цифровізації й інноваційного потенціалу багатогранна. В умовах цифровізації економіки розвиток інновацій залишається одним із найважливіших напрямів реформування економічної системи. Під інноваційним потенціалом підприємства слід розуміти сукупність резервних ресурсів підприємства, необхідних для ефективної інвестиційної діяльності [2].

Низький рівень інноваційного потенціалу перешкоджає успішному запуску процесу цифровізації, але водночас впровадження цифрових технологій може значно збільшити інноваційний потенціал.

Україна відстає від розвинутих країн світу за Глобальним індексом інновацій та займала 49 місце в 2021 році [3].

За даними державної служби статистики частка підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, суттєво зменшилася [4]. Так, за період 2016-2018 рр. – 28,1% активних підприємств, за 2018-2020 рр. – лише 8,5%, а також обсяги витрат підприємств на інноваційність протягом цього періоду мали тенденцію до скорочення, але у 2021 році, незважаючи на збільшення обсягу витрат підприємств на інноваційну діяльність, частка підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, зменшилася.

За даними, кількість впроваджених інноваційних технологічних процесів складає 1831 одиницю, з яких 611 є маловідходними та ресурсозберігаючими. Сучасний інноваційний процес є нелінійним, а його вибір вихідної точки може залежати від ринку або технології, але все ж включає всі етапи досліджень та розробок. Основна відмінність полягає у виборі відправної точки – ринок або технологія, але в той же час все ще включають етапи R&D. Загальні видатки у відсотках до ВВП становлять 0,45%, з яких на державний бюджет припадає 0,16%.

Дані за 2020 рік показують, що середнє співвідношення витрат на НДДКР до ВВП у 28 країнах ЄС становить 2,11%.

Цифровізація інноваційного процесу, що відбувається в контексті мережевої взаємодії, передбачає пряме застосування цифрових технологій і рішень для пошуку, створення, обробки, обміну та передачі різноманітної інформації, фінансових операцій між партнерами проекту. Інформацію про наявні результати інноваційної діяльності, які можна використати у власному бізнесі чи проектах, а також інформацію про пошук потенційних партнерів та інвесторів необхідно публікувати на тематичних форумах, виставках та дискусійних майданчиках.

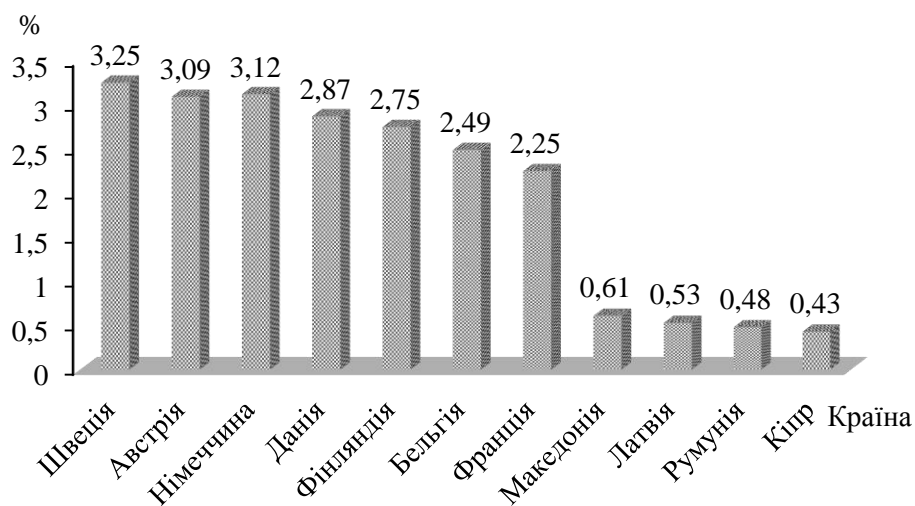


Рис. 1. Частка витрат на дослідження і розробку на прикладі країн

Сучасні організації, що спілкуються та взаємодіють, вимагають пильної уваги тих, хто бере участь в інноваційному процесі, оскільки цифрова комунікація визначає успіх її впровадження.

При створенні горизонтальних зв'язків між фірмами держава може відігравати важливу роль у координації та синхронізації дій акторів, зацікавлених у побудові інноваційного симбіозу. Це питання є дуже актуальним для України, оскільки в нинішньому становищі українських компаній існує високий рівень недовіри між суб'єктами господарювання, що перешкоджає формуванню горизонтальних зв'язків. Держава може впливати на статус-кво, визначаючи обов'язкові вимоги та стандарти до технологічних рішень, обладнання та навіть форматів обміну даними між учасниками процесу цифровізації, тим самим ініціюючи цифрові технологічні зміни в економіці.

Цифровізація має позитивно вплинути на інноваційний потенціал національної економіки, створивши сприятливі умови для цифровізації існуючих галузей та формування нових. Тому під інноваційним потенціалом розуміють комплексну характеристику стану різних складових, яка ефективно впливає на здатність і готовність економічної системи та її елементів до здійснення інноваційної діяльності [2].

Традиційно до складу інноваційного потенціалу входять: ресурсна складова, системна складова та соціальна складова, які відображають основні умови інноваційної діяльності головного органу підприємства. Інформатизація та цифровізація призводять до зміни уявлень про інноваційний потенціал економіки та її складових, додаючи до цього переліку технологічну складову (інформаційно-комунікаційні технології), як одну з основ і ключових умов інноваційної діяльності. Завдання досягнення технологічного прориву за цих умов стане абсолютно недосяжним, якщо цифрові технології не будуть адекватно розроблені та впроваджені.

Список використаних джерел:

1. Коритько Т. Ю. Цифрова економіка та її вплив на конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможність підприємств

у міжнародному цифровому просторі : монографія ; за редакцією Ареф'євої О. В. Київ : ФОП Маслаков, 2019. 342 с.

2. Коритько Т. Ю., Крук О. М. Оцінка інвестиційного потенціалу підприємства. *Вісник ДДМА*. 2015. № 2 (35). С. 93-96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddma_2015_2_18 (дата звернення: 04.05.2023).

3. The Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/ (дата звернення: 04.05.2023).

4. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.05.2023).

УДК 657

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ У НАКАЗІ ПРО ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ

С.В. Махно
serhii.makhno@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
С.В. Тютюнник, к.е.н., доц.

Облікова політика підприємства передбачає встановлення системи обліку та контролю витрат, доходів та фінансових результатів діяльності підприємства. Одним з важливих елементів облікової політики є формування собівартості продукції, яка визначається як сума всіх витрат, пов'язаних з виробництвом продукції.

Собівартість складається з прямих витрат, пов'язаних з придбанням матеріалів, оплатою праці та енергоносіїв, а також з непрямих витрат, пов'язаних з управлінням підприємством, наприклад, з адміністративних витрат. Загальні витрати включають витрати на оплату ремонту та утримання приміщень, страхування, амортизацію обладнання та інші витрати, пов'язані з діяльністю підприємства.

У процесі формування собівартості, підприємство повинно враховувати всі витрати, які пов'язані з виробництвом продукції, та визначати необхідну вартість продукції, яка покриває всі витрати та забезпечить підприємство необхідним рівнем прибутку.

Формування собівартості допомагає підприємству управляти своєю діяльністю, розраховувати стратегію розвитку та вирішувати питання щодо ціноутворення та конкурентоздатності на ринку.

Формування собівартості є складним та відповідальним процесом, який потребує уважного аналізу та розрахунків. Для досягнення максимальної ефективності підприємство повинно мати чітку стратегію управління витратами та контролювати їх зміну в часі.

Для забезпечення ефективного формування собівартості, підприємство може використовувати різноманітні методи та підходи, такі як методи прямого

та непрямого розподілу витрат, методи визначення ціни на основі конкуренції на ринку, методи визначення мінімальної прибутковості та інші.

При формуванні облікової політики підприємств, діяльність яких полягає у виробництві готової продукції або наданні послуг, бажано враховувати положення загальних Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства, затверджених наказом МФУ від 27.06.2013 р. № 635, а також галузевих документів (у залежності від виду діяльності), наприклад:

- Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, затверджені наказом Державного комітету промислової політики України від 09.07.2007 р. № 373;

- Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затверджені наказом Мінагрополітики від 18.05.2001 р. № 132 [1];

- Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затверджені наказом Мінтрансу від 05.02.2001 р. № 65.

Законодавчо встановлених термінів «калькулювання» або «калькуляція» немає, тож фахівці використовують різні визначення. Але суть цього поняття полягає в тому, що калькулювання — це способи визначення собівартості одиниці виробленої продукції, наданих послуг або виконаних робіт. Тобто це розрахунок вартості відповідного об'єкта у розрізі статей витрат. Зазвичай об'єкт обліку витрат і об'єкт калькулювання собівартості збігаються.

За визначенням п.4 НП(С)БО 16 об'єкт витрат – це продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, які потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат. А об'єкт калькулювання може відрізнитися від об'єкта витрат кількісним вимірюванням (одиницею обліку) – це може бути окремий виріб або група однорідних виробів, умовна одиниця, деталь, натуральна або вагова одиниця [2].

Якщо об'єкти (і методи) обліку витрат і об'єкти (і методи) калькулювання собівартості не збігаються, то в обліковій політиці треба їх навести окремо.

У процесі калькулювання може визначатися:

- планова або нормативна собівартість (для цілей управлінського обліку, ціноутворення, контролю за рівнем витрат);

- фактична собівартість (крім зазначених вище цілей, для відображення у фінансовій звітності і розрахунку розміру деяких податків).

Склад статей планової/нормативної та фактичної собівартості у більшості випадків має збігатися, і саме перелік цих статей треба навести в обліковій політиці чи окремому документі.

Зважаючи на сферу застосування різних видів собівартості, можна стверджувати, що фактичну собівартість мають розраховувати всі без винятку підприємства. А от розраховувати чи ні планову/нормативну собівартість, всяк вирішує на свій розсуд.

Ба більше, у деяких випадках підприємству взагалі не потрібна калькуляція собівартості, адже її обов'язковість не встановлено законодавством.

Для того аби вирішити, необхідна чи ні калькуляція собівартості, треба відповісти на запитання, чи дозволяє обраний метод обліку витрат розрахувати виробничу собівартість одиниці продукції, робіт чи послуг?

Також треба визначити, чи можна без калькулювання собівартості виокремити витрати, які належать саме до витрат звітного періоду (тобто ті, які пов'язані з отриманим доходом)?

Якщо відповіді на ці запитання позитивні, то в обліковій політиці (або в окремому документі) треба визначити метод обліку витрат, який дозволить розраховувати собівартість реалізації (в бухгалтерському обліку – рахунок 90). Саме цю суму включають до витрат періоду, бо незавершене виробництво (сальдо рахунку 23) – це витрати майбутніх, а не звітного періоду.

У НП(С)БО 16 наводиться обов'язковий перелік витрат, які включаються до складу виробничої собівартості, але у загальному вигляді, тобто для підприємства (виду діяльності) цілком. Повторювати норми НП(С)БО 16 у наказі про облікову політику немає потреби, а от деталізувати ці витрати залежно від виду діяльності у більшості випадків необхідно.

Питання калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) розглядаються і у міжнародних стандартах, так в МСБО 1 «Подання фінансової звітності» і в МСБО 2 «Запаси» наводяться окремі норми стосовно її визначення. Водночас можна стверджувати, що ці норми не суперечать НП(С)БО 16.

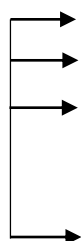
- 
- прямі матеріальні витрати;
 - прямі витрати на оплату праці;
 - інші прямі витрати (відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація, втрати від браку);
 - змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Рис. 1. Основний перелік і склад статей виробничої собівартості

У Методичних рекомендаціях № 635 Міністерство фінансів України дає поради щодо включення до наказу про облікову політику деяких даних щодо калькулювання собівартості [3].

Отже, формування собівартості є важливим елементом облікової політики підприємства. Визначення собівартості допомагає підприємству керувати своєю діяльністю, вирішувати питання щодо ціноутворення та конкурентоздатності на ринку. Для ефективного формування собівартості, підприємство повинно мати чітку стратегію управління витратами та контролювати їх зміну в часі. Використання різних методів та підходів допоможе підприємству забезпечити ефективну діяльність та максимальний рівень прибутку.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. №

132. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text> (дата звернення 04.05.2023).

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України» від 31.12.1999 р. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення 04.05.2023).

3. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13#Text> (дата звернення 04.05.2023). →

БЕНЧМАРКІНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

П. І. Морозова
polina.morozova@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к.е.н., доц.

Термін «бенчмаркінг» (benchmarking) є англomовним та не має однозначного перекладу, у загальному сенсі під ним розуміють позначку яку, використовують як стандарт або еталон для порівняння з іншими об'єктами.

В системі управління підприємствами під бенчмаркінгом розуміють безупинний, систематичний пошук, вивчення кращої підприємницької практики як у власній, так і у будь-яких інших сферах підприємницької діяльності з метою отримання інформації, корисної для удосконалення власного бізнесу, та на її основі створення і підтримка системи безупинних покращень результативності та вдосконалення бізнесу.

Головним завданням бенчмаркінгу є виведення компанії на інноваційний рівень, її здатність до конкуренції [1]. Методики бенчмаркінгу допомагають дізнатись про нові ринкові спрямування, визначити переваги, досягти бажаного рівня продуктивності, а також проаналізувати та збільшити власний вплив на ринок [3]. Проте, бенчмаркінг – це не лише зовнішній або конкурентний порівняльний аналіз, добре відомий багатьом підприємцям. Хоча він дійсно вийшов саме з цих напрямів аналітичної роботи, його об'єкти та предмети його дослідження набагато ширші.

Бенчмаркінг може здатися подібним до конкурентного аналізу, але у дійсності він є набагато деталізованим, формалізованим та упорядкованим, аніж просто застосування конкурентного аналізу [4].

Переважаючо виділяють два основні види бенчмаркінгу це внутрішній і зовнішній, які зводяться до спільного функціоналу – аналіз та зіставлення компанії із конкурентами.

Розглядаючи внутрішній бенчмаркінг, варто вказати на те, що його використовують у великих компаніях, де деякі області функціонують краще ніж

інші. Крім того тут аналізуються поточні стандарти ефективності бізнесу. Однак, зовнішній бенчмаркінг потребує значного часу та зусиль, але позитивні наслідки можна буде побачити у найближчому майбутньому. У процесі оцінюється поточний стан компанії, що допоможе покращити показники та встановити цілі для удосконалення. Для обох видів бенчмаркінгу можна застосувати SWOT-аналіз власного бізнесу та суперників: такий метод здійснюється задля виявлення сильних та слабких сторін підприємства, а також його можливості та загрози [3].

У процесі бенчмаркінгу аналізується ряд наступних показників:

– продукт компанії або послуги: параметри товару, вибір асортименту, конкурентоспроможність продукту на ринку;

– ціноутворення: цінова політика, витрати на виробництво і збут, реакція ринку на зміну цін;

– організаційна частина робочого процесу: швидкість обертання кадрів, соціальні гарантії, актуальність робочих місць;

– своєрідний стиль компанії: дизайн продукту, якість товару, робота з покупцями, рейтинг компанії, фідбек [2].

Головний принцип бенчмаркінгу – для того, щоб бути ефективним необхідно вивчати та використовувати досвід кращих підприємств, які досягли успіху в різних видах діяльності, незалежно від видів діяльності, масштабів та місцязроташування. У 1979 р. цей дослідницький підхід було використано американською корпорацією Ксерокс, у проекті «Бенчмаркінг конкурентоспроможності» (аналіз витрат та якості продукції компанії порівняно з японськими аналогами).

Нажаль на сьогоднішній день для більшості малих і середніх підприємств України слово «бенчмаркінг» є невідомим словом, оскільки він часто сприймається як аналіз конкурентів або маркетингове дослідження. В Україні бенчмаркінг є не поширеним методом. Однак такий метод користується великою популярністю у колі малих та середніх бізнесів за кордоном, зокрема у Японії та США, за рахунок інтенсивної державної підтримки [4]. Для України бенчмаркінг може слугувати як новітній інструмент для ведення бізнесу, який призведе до змін у підприємницькій діяльності.

Першим прикладом в Україні вважається сертифікація системи якості підприємства відповідно до стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), що допомагає підвищенню конкурентоспроможності української продукції, яка виходить на міжнародний ринок. Найвідомішим та успішним прикладом сертифікації українських компаній за системою ISO є пивзавод «Оболонь», «Славутич», Луцький підшипниковий завод Ambulance. Система ISO застосовується для ідентифікації «критичних місць», у яких і вводяться часткові покращення [4].

Також одним із не менш цікавих прикладів застосування методології бенчмаркінгу в Україні є КП ПОР «Полтававодоканал». На початку 2015 року в Україні проводився проект «Бенчмаркінгу» у якому прийняли участь вісім водоканалів, з урахуванням і КП ПОР «Полтававодоканал». У тодішні роки

проводилося дослідження ефективності фінансової діяльності підприємства й технологічність процесу. Отож у працівників КП ПОР «Полтававодоканал» випала корисна нагода порівняти показники своєї діяльності з водоканалами України та Європи [4]. Подібна участь у проектах дає можливість виявити свої недоліки у діяльності та стати кращим задля майбутніх інвесторів.

Бенчмаркінг часто використовують в аналізі конкурентів. Вивчивши досвід інших компаній, потрібно відкинути неефективні методи та залишити індивідуально підібрані працюючі інструменти ведення бізнесу. До того ж в основу бенчмаркінгу покладений порівняльний характер не тільки підприємств-конкурентів, але й фірм інших галузей.

Отже, бенчмаркінг це чудовий аналіз для компаній, що проводиться задля розуміння власної ніші на ринку і дозволяє оцінити всі переваги найкращого досвіду підприємств-конкурентів. На основі здійсненого розбору створюється план подальшого розвитку, який допоможе фірмі вийти на новий рівень, а також оцінити продуктивність роботи та підвищити свій рівень конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Бенчмаркінг простими словами. EDI NETWORK. URL: <https://edin.ua/benchmarking-prostimi-slovami/>.
2. Ветлянчук Ірина. Що таке бенчмаркінг простими словами? Район. 2020. URL: <https://rayon.in.ua/news/331858-shcho-take-benchmarking-prostimi-slovami>.
3. Сомова Ольга. Бенчмаркінг. Як робити аналіз конкурентів? Webpromo. 2022. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/benchmarking-kak-delat-analiz-konkurentov/#sho-take-benchmarking>.
4. Христенко О. В., Манжос С. А. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємством. Фінансовий простір. Полтава. 2018. URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1801/18hovsup.pdf>.

УДК 657

МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

*Т. С. Павловська
tetiana.pavlovska@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
С. В. Тютюнник, к.е.н., доц.*

Логістика як наука здійснює вирішальний вплив на господарську діяльність як на макро-, так і на мікрорівнях. Застосування різних логістичних методів і моделей сприяє оптимізації системи виробництва, скороченню витрат, випуску високоякісної продукції, дотримання строків виробництва тощо. Логістика є одним із факторів підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників. З логістикою у своїй повсякденній діяльності стикаються як великі міжнародні компанії, так і представники малого бізнесу.

Оскільки розвиток технологій, транспорту та всієї економічної системи дозволяє розширити і доступний ринок сировини та матеріалів, і ринок збуту. Так, наприклад, доступні конкурентні пропозиції доставки дозволяють обирати сировину не тільки серед локального економічного простору. А з розвитком логістики як прикладної галузі, що має вагоме значення в практичній діяльності кожного підприємства актуалізувалась потреба керівників різних рівнів та інших посадових осіб у оперативних та репрезентативних даних щодо логістичної діяльності та особливо логістичних витрат для прийняття своєчасних, зважених та продуктивних рішень.

Прагнення до успішного ведення підприємницької діяльності актуалізує наявність та розвиток ефективної системи господарського обліку. Оскільки нормативно визначена система фінансового та податкового обліку, стандартизована для максимального врахування усіх сфер діяльності та потенційно можливих форм ведення бізнесу для кожного підприємства в умовах сучасного розвитку економіки доцільно вести управлінський облік, який дозволяє оперативно здійснювати аналіз та контроль діяльності і на їх основі здійснювати керівництво підприємством.

Традиційними для українського бізнесу видами управлінського обліку витрат є нормативний, попроцесний, позамовний та попередільний методи. Вони не передбачають виокремленого обліку логістичних витрат підприємства, проте дозволяють певною мірою систематизувати їх та за необхідності можуть бути оптимізовані відповідним чином.

Нормативний метод управлінського обліку витрат передбачає самостійне визначення бізнесом необхідних аналітичних статей витрат для встановлення нормативів і подальшого керування ними. Таким чином доступним є і введення логістичних витрат як окремої аналітичної статті. Виокремлення сприяє подальшій ідентифікації в складі загальних витрат і спрощує подальший загальний аналіз для потреб управління. Проте варто враховувати, що логістика, як практична галузь залежить від багатьох непередбачуваних факторів, що значно ускладнює попереднє планування та визначення норм. В той же час особливістю нормативного методу є простота у відслідковуванні відхилень від визначених норм, що може бути інструментом до контролю за економічністю логістичних ланцюгів.

При попроцесному методі поточні логістичні витрати входять до складу відповідних виробничих процесів. Ведення обліку лише за фактично готовою продукцією дозволяє враховувати хронологічно рознесені логістичні витрати у складі вартості відповідних видів продукції, але ідентифікація та виокремлення логістичних витрат в межах даного методу не є продуктивними.

Позамовний метод обліку дозволяє здійснювати повний облік усіх витрат і точно відносити їх до відповідних замовлень, що забезпечує точність визначення собівартості незважаючи на потенційну нестабільність логістичних витрат через можливість виникнення непередбачуваних надзвичайних обставин.

Попередільний метод, дозволяє ефективно виділити внутрішні логістичні витрати (на переміщення між підрозділами, цехами, тощо). Оскільки кожен

переділ обліковується окремо до вартості його трансформації до наступного етапу легко виокремлювати та включати витрати на складування та транспортування у межах підприємства [1, с. 152-154].

Більш розвиненими вважаються методи управлінського обліку витрат, що традиційно використовуються у країнах з високорозвиненою економікою (Японія, США, країни Європейського союзу). Основними серед них зазвичай виділяють: absorption costing, direct costing, standard costing, target costing, ABC-costing.

Метод absorption costing передбачає поглинання часток логістичних витрат до відповідних видів прямих (наприклад, транспортно-заготівельні витрати на поставку сировини для виробництва даного виду продукції) і непрямих витрат (наприклад, заробітна платня працівників складу), з подальшим їх включенням до собівартості продукції. Це також пов'язано з тим, що цей метод управлінського обліку витрат частково співпадає з бухгалтерським фінансовим обліком, коли прямі виробничі витрати відносяться до складу готової продукції, а непрямі поділяються відповідно до визначеної бази і розподіляються за видами готової продукції.

При використанні на підприємстві методу direct costing можливе виокремлення логістичних витрат у складі змінних та постійних. Логістичні витрати, що обліковуються у складі змінних витрат (наприклад, витрати на вантажно-розвантажувальні роботи) зараховуються до собівартості продукції, на відміну від тих, які вважаються постійними витратами (наприклад, витрати на підтримку контактів зі споживачами) і відносяться на зменшення фінансових результатів поточного періоду.

Метод standard costing здійснює попереднє планування логістичних витрат із подальшим відображенням виниклих відхилень, що можуть бути досить таки значними, враховуючи високу залежність логістичних процесів від зовнішніх факторів. Таке виокремлення сприяє подальшій ідентифікації в складі загальних витрат і спрощує подальший загальний аналіз для потреб управління. Проте специфіка логістики, як галузі, що схильна до впливу багатьох непередбачуваних факторів, значно ускладнює попереднє планування та визначення норм.

Але варто зазначити, що наявність нормування (за умови їх коректного попереднього встановлення) спрощує контроль за дотриманням мінімізації витрат, шляхом зручного оперативного контролю за відхиленнями.

Метод target costing передбачає розрахунок собівартості продукції за задалегідь встановленою ціною реалізації, яка визначається за допомогою маркетингових досліджень та величиною прибутку, що встановлюється за внутрішньою політикою та зобов'язаннями компанії. Цільові витрати, в тому числі на логістичні операції різних рівнів та спрямування при цьому підраховуються за всіма компонентами і функціями спроектованого виробу, а також економічною ситуацією в навколишньому економічному середовищі.

Метод ABC-costing розроблявся з метою підвищити точність віднесення накладних витрат на певний продукт та вводити оцінку вартості продукції (послуг) підприємства у випадках, коли виробництво характеризується переважанням накладних витрат над прямими. Такий підхід дозволяє

повноцінно врахувати логістичні витрати до вартості кінцевого продукту діяльності.

Оскільки логістичні операції супроводжують функціонування підприємства на всіх етапах, то такий детальний та послідовний метод максимально точно переносить вартість логістичного процесу на готовий продукт [2, с. 64].

В цілому хоча на перший погляд виокремлення логістичних витрат в окрему групу серед усіх методів обліку витрат, крім тих, де вони не враховані початково як нормативний метод, *standard costing*, *target costing*, *ABC-costing* збільшує складність ведення обліку. Проте це частково нівелюється сучасними інструментами ведення обліку, адже наявність комп'ютерних інформаційних програм спеціалізованих для ведення обліку спрощують це завдання. Так, наприклад, при співпраці зі спеціалістом з програмування облікових програм, або інколи навіть самостійно бухгалтером (за наявності відповідних налаштувань у програмі) можуть бути додані додаткові субконто (аналітичні рахунки обліку). Таким чином можна не порушити налагоджену систему фінансового обліку, але мати можливість автоматично виводити відповідні звіти по доданим аналітичним рахункам логістичних витрат.

Список використаних джерел:

1. Онищенко О.В., Куренна О.О., Крикуненко А.С. Методи обліку витрат та калькулювання собівартості продукції: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_25%282%29__34 (дата звернення: 05.05.2023).

2. Завитій О., Дідоренко Т., Кондрюк Л. Логістичні витрати виробничих підприємств як об'єкти обліку та контролю. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Випуск 1-2. С. 49-73 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36329/1/%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%96%D0%B9.pdf> (дата звернення: 05.05.2023).

УДК 305:32(477)

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЯК ПРОБЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКУМУ

О. О. Петраш
olha.petrash@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
С. В. Макарець, к. іст. н., доцент

Гендерна рівність та участь у політичному житті є важливими аспектами системи сучасного демократичного управління. Міжнародними стандартами визначено рівність прав чоловіків і жінок у сфері політичних відносин. Проте це не завжди відповідає дійсності. На вирішення цієї проблеми спрямована реалізація складових гендерної політики, яка тлумачиться як утвердження

партнерства статей у визначенні й втіленні політичних цілей, завдань і методів їх досягнення в діяльності політичних структур – держави, політичних партій, громадсько-політичних об'єднань [1].

Ще на початку ХХ ст. журналістка, політикиня, лідерка українського жіночого руху Мілена Рудницька писала: «Довгі тисячоліття храм цивілізації і культури будував виключно чоловік. У згоді зі своїм мозком і серцем, для своєї вигоди, відповідно зі своїми потребами і смаком створив він релігію, мораль, законодавство, науку і мистецтво. Левова частка звичаїв, переконань і упереджень нинішньої епохи – сіє лише творіння чоловічого егоїзму, без урахування вимог іншої статі. Цілий культурний пласт минулих тисячоліть можна без перебільшення назвати не людським, а чоловічим. Інша половина людства, заперта біля «домашнього вогнища» і відсунута від громадського життя, не була учасником цієї культурної роботи» [2]. Ця думка є яскравим відображенням одного із гендерних стереотипів, які нині побутують у нашому суспільстві, і які можуть стати підґрунтям гендерного конфлікту через несправедливе оцінювання ролі жінки.

Тому цілком справедливо, що питання гендерної рівності знаходить своє закріплення на законодавчому рівні. Передусім принцип рівності прав жінок та чоловіків зафіксовано в Конституції України. Стаття 24 гарантує рівність прав і свобод усіх громадян та забороняє обмеження за ознакою статі. В ній також зазначено, що «рівність прав жінки і чоловіка забезпечується: наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти та професійній підготовці, у праці та винагороді за неї» [3]. Окрім цього гендерні питання регулюються низкою законів України: «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», «Про запобігання та протидію домашньому насильству» та ін. Останнім часом на виконання законодавства ухвалено Національний план дій з виконання резолюції Ради Безпеки ООН 1325 «Жінки, мир, безпека» на період до 2025 року, Державну стратегію забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2030 року, Стратегію впровадження гендерної рівності у сфері освіти до 2030 року.

Однак, не дивлячись на певні позитивні зрушення у питанні вирішення гендерного дисбалансу, забезпечення рівних можливостей і подолання гендерних стереотипів, в Україні зберігається значна гендерна асиметрія у сфері політичної участі, підтвердженням чого, до прикладу, є кількісне співвідношення чоловіків і жінок серед депутатів Верховної Ради різних скликань: перше скликання – 2,5% жінок (12 із 475 депутатів); друге скликання – 4,1% (18 із 436); третє скликання – 8% (38 із 477); четверте скликання – 5,5% (28 із 509); п'яте скликання – 8,7% (42 із 483); шосте скликання – 7,8% (42 із 541); сьоме скликання – 9,6% (46 із 478); восьме скликання – 12% (56 із 468); дев'яте скликання – 20,6% (87 із 423) [4].

Для порівняння, у 2018-му році середній показник жінок-парламентарів становив: у Європі майже 28%, у скандинавських країнах – 41%, у світі загалом –

24% [5]. Тож сьогодні така статистика дозволяє нашій державі посісти лише 110 місце у світі [5] за рівнем гендерного балансу у владі.

Розв'язання даної проблеми на державному рівні значною мірою залежить від розуміння причин, що зумовлюють відсутність гендерного паритету у політичній сфері. Пошуком відповідей на це питання займаються нині вітчизняні науковці. Зокрема, вони звертають увагу на те, що нерівність між чоловіками та жінками у політиці відображає загальну нерівність у суспільстві. Загалом же у дослідженнях із гендерних проблем у політичній сфері акцентується увага на таких аспектах:

- недостатнє представництво жінок у політичному житті, зокрема на владних посадах та в парламентах. Дослідники зазначають, що це є проявом гендерної дискримінації та порушенням принципу гендерної рівності;

- відсутність гендерної перспективи в політичних програмах та стратегіях. Вчені показують, що часто гендерна проблематика не враховується при формуванні політичних документів та рішень;

- статева насильницька поведінка в політичному середовищі. Дослідження свідчать про те, що жінки, які працюють у політиці, зазнають статевої дискримінації та насильства;

- відсутність гендерного аналізу законодавства. Це вказує на те, що багато законів та рішень влади не мають гендерного аналізу, що може призвести до гендерної дискримінації та порушення прав жінок;

- недостатнє фінансування гендерних проєктів та ініціатив. Дослідники наголошують на тому, що гендерні проблеми не завжди мають достатнє фінансування, що ускладнює розв'язання цих проблем.

Отже, гендерна нерівність у політичній сфері залишається для українського суспільства серйозним викликом, перепоною на шляху побудови міцної демократичної держави.

Список використаних джерел:

1. Гендерний підхід у державному управлінні: глосарій. URL: <http://www.cppk.cv.ua/61.php> (дата звернення: 05.05.2023).

2. Мілена Рудницька. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/961571.html>

3. Конституція України: офіц. текст. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 05.05.2023).

4. Як змінювався гендерний склад Ради останні 30 років. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/06/infografika/polityka/yak-zminyuvavsya-hendernyj-sklad-rady-ostanni-30-rokiv> (дата звернення: 05.05.2023).

5. Жінки у політиці: як змінювалося їхнє представництво у владі незалежної України. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/zhinky-u-vladi-henderna-kvota-nezalezhnist%CA%B9/31415103.html> (дата звернення: 05.05.2023).

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ У ВИЯВЛЕННІ ТА ВИПРАВЛЕННІ ФІНАНСОВИХ ПРОБЛЕМ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Є. В. Пискун
yelyzaveta.pyskun@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник
Ю. М. Тютюнник, к. е. н., доц.

Фінансовий аналіз є одним з найважливіших інструментів управління фінансами підприємств, оскільки допомагає виявляти фінансові проблеми та здійснювати вчасні заходи для їх вирішення. Тому актуальність ролі фінансового аналізу у виявленні та виправленні фінансових проблем у діяльності підприємства незаперечна. Він дозволяє зібрати та проаналізувати інформацію про фінансовий стан підприємства. Фінансовий аналіз дозволяє виявити можливі ризики та проблеми, а також надає можливість вчасно реагувати на зміни в економічному середовищі.

Основні завдання фінансового аналізу полягають у виявленні фінансових проблем, які можуть бути пов'язані з недостатнім рівнем прибутковості, ліквідності, фінансової стійкості тощо, зокрема шляхом:

- відстеження динаміки фінансових показників за певний період часу;
- порівняння фінансових показників з показниками минулих періодів, з показниками конкурентів та з галузевими стандартами;
- виявлення факторів, які впливають на фінансову діяльність підприємства.

Після виявлення проблем, наступним кроком є розробка плану дій з їх виправлення, який може містити рекомендації щодо зменшення витрат, покращення прибутковості, підвищення ліквідності та інших заходів, спрямованих на виправлення фінансових проблем [1].

Фінансовий аналіз допомагає виявляти проблеми в різних аспектах діяльності підприємства, таких як фінансова стійкість, ліквідність, рентабельність, дебіторська заборгованість та інших. Наприклад, виявлення низького рівня прибутковості може свідчити про проблеми в управлінні витратами, конкурентоспроможності продукції, неефективному управлінні запасами тощо. Недостатня ліквідність може бути пов'язана зі складними умовами фінансування, неефективним управлінням кредиторською заборгованістю або надмірними запасами.

Виявлення фінансових проблем допомагає підприємству планувати дії, спрямовані на їх вирішення. Наприклад, якщо виявлено проблему з ліквідністю, можуть бути запропоновані заходи, такі як зменшення запасів, оптимізація умов кредитування, збільшення продажів тощо. Також можуть бути запропоновані заходи щодо підвищення прибутковості, такі як розробка нових продуктів або покращення якості існуючих виробів.

Також фінансовий аналіз може допомогти в плануванні майбутньої діяльності підприємства. Знання про фінансовий стан підприємства дозволяє

керівництву планувати інвестиції, проєкти та інші дії з використанням наявних ресурсів та залученням нових фінансових джерел. Це допоможе підприємству збільшити свої доходи та знизити ризики від зміни ринкових умов [2].

Фінансовий аналіз може бути корисним для визначення ефективності управління підприємством. Він допомагає виявляти ті області управління, де можна покращити продуктивність та ефективність використання ресурсів, дозволяє визначати ті фактори, які впливають на прибутковість підприємства, та виявляти можливості для підвищення прибутковості діяльності.

Для забезпечення ефективного фінансового аналізу необхідно мати доступ до відповідних даних. Найбільш важливими джерелами інформації є фінансові звіти, такі як баланс підприємства, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів тощо [3]. Крім того, для проведення аналізу необхідно мати знання та досвід в області фінансів та бухгалтерського обліку.

Фінансовий аналіз допомагає підприємствам здійснювати ефективне планування та контроль за використанням фінансових ресурсів. Він дозволяє з'ясувати, які з напрямів діяльності підприємства приносять більші прибутки, і на що слід звернути увагу для покращення фінансового стану. Також фінансовий аналіз допомагає здійснювати ефективний контроль за рухом грошових коштів на підприємстві, що дозволяє уникнути втрат та підвищити ефективність використання фінансових ресурсів.

Фінансовий аналіз дозволяє забезпечити стабільність та успішний розвиток підприємства, підвищити довіру зовнішніх стейкхолдерів та забезпечити максимальний дохід від фінансових ресурсів. Крім того, фінансовий аналіз дозволяє підприємству знижувати ризики та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

Зважаючи на те, що цей аналіз є невід'ємною частиною управління фінансами підприємства, його актуальність не втрачається і не зменшується з часом. Навпаки, зростає значення фінансового аналізу у зв'язку зі зростанням конкуренції на ринку та зміною економічних умов. В умовах нестабільності ринку та економічної ситуації у країні фінансовий аналіз стає ще важливішим для підприємств, оскільки він дозволяє швидко реагувати на зміни та приймати ефективні рішення для збереження фінансової стабільності.

Отже, роль фінансового аналізу полягає в тому, що він допомагає виявити проблеми в різних аспектах фінансової діяльності підприємства, розробити плани дій для їх вирішення та планування майбутньої діяльності. Він дозволяє зменшити ризики фінансової неплатоспроможності і допомагає підприємству забезпечувати фінансову стійкість та конкурентоспроможність в умовах постійних змін на ринку.

Список використаних джерел:

1. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 554 с.
2. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 328 с.
3. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: МАУП, 2000. 152 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

*Б. І. Потопенко**bohdana.potapenko@st.pdaa.edu.ua**Науковий керівник:**С. П. Зоря, к. е. н., доц.*

З початком військової агресії російської федерації проти України майже всі сфери життя постали перед необхідністю вирішення проблем, з якими раніше вони не стикалися. Не є винятком і страховий ринок. На жаль, неминучими наслідками кожної війни є руйнування та спустошення. Страхування, у свою чергу, є саме тим механізмом, який покликаний забезпечити відшкодування збитків. Проте, з будь-якого правила є винятки. І саме воєнні дії можуть бути підставою для відмови у здійсненні виплати страхової суми чи страхового відшкодування. В той же час, настання страхового випадку на території, на якій діє воєнний стан, не є підставою для відмови у страховій виплаті.

Окрім воєнних ризиків, на наше життя продовжують впливати ті ж самі загрози, що й у мирні часи. І ось тут страховий захист продовжує працювати. Як свідчить статистика, ризики ДТП на дорогах не зменшились. Так само виникають пожежі та залиття помешкань через аварії або недбалість. В стресових умовах, на жаль, не стало менше захворювань та травм. В усіх цих випадках діє страхове покриття. Крім того, в Україні продовжують діяти вимоги до обов'язкових видів страхування.

З перших днів військового вторгнення Національний банк України, як регулятор ринку страхових послуг, рекомендував страховим компаніям спростити процедуру врегулювання випадків, що мають ознаки страхових, шляхом максимального використання електронних документів і копій необхідних документів у разі складності отримання їх оригіналів, а також застосовувати інші засоби дистанційного врегулювання страхових випадків [1]. Ефективному забезпеченню страхового захисту споживачів за спрощеною процедурою врегулювання страхових подій більшості страхових компаній (за винятком компаній розташованих на окупованих територіях та територіях ведення бойових дій) сприяв досвід Covid-19, адже більшість процесів як внутрішніх, так і з обслуговування клієнтів уже були налаштовані на дистанційний режим.

Станом на початок 2023 р. на страховому ринку України продовжували працювати, виконувати власні зобов'язання за договорами страхування та укладати нові договори 128 страхових компаній. В розрізі основних видів страхування найбільш структурні зміни в контексті надходження страхових премій стосуються галузі особистого страхування. Так, за період 2022 р. страховими компаніями отримано 4,8 млрд. грн страхових премій за договорами медичного страхування, 4,9 млрд. грн зі страхування життя та 1,2 млрд. грн зі страхування від нещасних випадків, що на 22,6 %, 16,9 % та 14,3 % відповідно менше у порівнянні із аналогічним періодом 2021 р. В свою чергу, протягом

2022 р. більш ніж удвічі порівняно з попереднім роком збільшилися страхові премії за договорами «Зелена карта» (міжнародний поліс ОСЦПВ). Дана ситуація пов'язана із масовим виїздом жителів України до країн Європи, що і зумовило підвищення попиту на зазначений вид страхування. У той же час, статистичні дані НБУ свідчать, що премії з майнового страхування та страхування фінансових ризиків зменшилися майже у двічі [2].

Проте, суттєве зменшення як кількості страхових компаній (на 27 одиниць), так і вартості отриманих ними чистих страхових премій за період 2022 р. (на 7,4 млрд. грн, або на 16,1 %) вартість активів та сформованих страхових резервів за балансом зросла на 9,5 % та 12,3 % відповідно [3].

Не дивлячись на складний та повний викликів як в цілому для економіки так і зокрема для страхового ринку 2022 р., на фоні тимчасового зменшення частоти настання страхових випадків в розрізі основних видів страхування та замороженні витрат на довоєнному рівні, чистим фінансовим результатом діяльності як ризикових страхових компаній, так і компаній зі страхування життя стало отримання прибутку.

Підсумовуючи зазначене вище, а також враховуючи важливість розвитку страхової справи в контексті забезпечення інвестиційної привабливості держави, в перспективі важливе значення має збереження рентабельності страхового бізнесу не лише за рахунок відновлення довоєнних обсягів страхових премій, а й забезпечення професійного андеррайтингу, оптимізації витрат та ефективного управління інвестиційним портфелем.

Список використаних джерел:

1. НБУ рекомендує спростити процедуру врегулювання страхових випадків : веб-сайт Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/02/27/682913/> (дата звернення: 05.05.2023).

2. Огляд небанківського фінансового сектору: веб-сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/oglyad-nebankivskogo-finansovogo-sektoru-berezen-2023-roku> (дата звернення: 04.05.2023).

3. Страховий ринок України. Підсумки 2022 воєнного року: веб-сайт Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/news/23/04/03/42517> (дата звернення: 05.05.2023).

УДК 502.34

СУТНІСТЬ МУНІЦИПАЛЬНОГО КОНСАЛТИНГУ

*Ю. В. Пухальський
yurii.pukhalskyi@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
С. М. Приходько, к. політ. н., доц.*

В Україні на цей час відсутні теоретико-методологічні розробки щодо інституціонального забезпечення муніципального консалтингу, не сформовано понятійний апарат, а сам термін “муніципальний консалтинг” не вживається в

управлінській практиці місцевого самоврядування. Така ситуація має бути розв'язаним на стадії процесу комунікацій та структурованості управлінського досвіду на місцевому та регіональному рівнях, на якій керівниками цього рівня будуть усвідомлені переваги муніципального консалтингу, визначені пріоритетні напрямки діяльності у рамках консалтингових проектів територіального розвитку.

Поняття муніципального консалтингу застосовується у двох значеннях. По-перше, у значенні системи, до якої входить сукупність незалежних від влади суб'єктів. Вони забезпечують процес надання консультаційних послуг для органів влади з питань, які виникають у сфері суспільно-адміністративних відносин при реалізації інтересів окремої територіальної громади, або їх сукупності. По-друге, у значенні процесу надання професійної допомоги з боку фахівців (консультантів) відповідного профілю замовнику (клієнту) в аналізі та розв'язанні його проблем у сфері муніципальної діяльності [1].

Стимулюючими факторами розвитку муніципального консалтингу в Україні є також недостатня відкритість прийняття рішень на місцевому рівні, відсутність цілеспрямованої державної політики щодо розвитку цієї сфери, нормативно-правової бази регулювання консалтингової діяльності, українського класифікатора консультаційних послуг, професійного об'єднання консультантів муніципальної сфери, яке б контролювало б якість консультаційних послуг, захищало ринок консалтингових послуг від непрофесійної діяльності, надавало б достовірну інформацію про систему та можливості та професійний рівень окремих суб'єктів консалтингу.

Необхідність запровадження інституту муніципального консалтингу в Україні обумовлюється його роллю як найбільш адекватного інструменту стратегічного планування територіального розвитку в умовах постіндустріального суспільства. Це завдання є масштабним процесом, який необхідно включити в широкий контекст проведення системних реформ — адміністративної, адміністративно-територіальної, муніципальної реформ, проведення державної регіональної політики. Ведення повноцінного самоврядування на регіональному рівні, включення місцевого самоврядування в контекст політичної та конституційної реформ ще більше посилює потреби в розвитку інформаційно-консультативного ресурсу та розширенні спектру консультацій для органів місцевого самоврядування. Перспективи широкомасштабної реорганізації територіальної організації влади, які сьогодні обговорюються в рамках державної стратегії територіального розвитку, об'єктивно зумовлюють зростання ролі інформаційних та консультативних ресурсів у реформуванні як системи місцевого самоврядування в цілому, так і муніципального управління, зокрема [1].

Запровадження інституту муніципального консалтингу є економічно виправданим. Утримання в органах місцевого самоврядування, навіть у великих містах, спеціальних, штатних постійно діючих відділів, що займаються всіма питаннями раціоналізації системи управління та планування територіального розвитку, є не завжди економічно доцільним. Залучення зовнішніх фахівців для розв'язання комплексних проблем місцевого самоврядування у складних умовах

реформування забезпечує більш глибокий рівень наукового обґрунтування, більш об'єктивний підхід, відсторонений від впливу особливих груп інтересів.

Перелік предметів муніципального консалтингу суттєво не відрізняється від інших видів управлінського консультування. Тому зупинимось на деяких його специфічних рисах. По-перше, муніципальний консалтинг не завжди передбачає позитивний економічний ефект як це передбачено бізнес – консалтингом.

По-друге, консультування має орієнтуватись на особливу конфігурацію інтересів місцевої спільноти, й тому має містити аналіз залучення всіх її секторів – органів влади, бізнес-груп, громадських організацій – у консалтинговий проект.

По-третє, консультування відбувається в більш складних умовах зовнішнього середовища в порівнянні з тим же процесом у сфері бізнесу. Це зумовлює необхідність врахування багатьох мінливих факторів — політичних, економічних, фінансових, юридичних, соціально-психологічних та інших аспектів діяльності всіх об'єктів муніципального консалтингу.

По-четверте, найбільш типовим завданням консультування є створення докорінно нової ситуації, а не виправлення або удосконалення вже існуючої ситуації. Головна його перевага полягає у методах і технологіях роботи з інформацією, які суттєво відрізняються від апаратних методів [1].

Зазначені особливості муніципального консалтингу найбільш адекватно реалізуються у мережевій моделі політико-адміністративного управління, яке спирається на інформаційно-аналітичні, консультативні та інституціональні ресурси розвитку. Серед них чільне місце має бути відведено проблемі формування муніципального консалтингу як механізму системної самоорганізації сфери місцевого самоврядування в ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Мішеніна Г. А., Горайнова О. Ю. Муніципальний консалтинг в Україні: сучасний стан та перспективи. *Сучасний менеджмент і економічний розвиток. Економіка та менеджмент в умовах кризи: матеріали постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 1 березня – 31 серпня 2014 р. Суми: СумДУ, 2014. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/42777/1/Mishenina_municipal_consulting.pdf (дата звернення 05.05.2023).

УДК 336.5:364.3

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Д. В. Ромаш

*Науковий керівник:
Л. М. Капаєва, к.е.н., доц.*

Сьогодні питання фінансового забезпечення соціального захисту населення є вкрай актуальним. Адже стабільність функціонування сучасного суспільства напряму залежить від державної системи соціального захисту. Це

зумовлено складною соціально-економічною ситуацією, що спричиняє зростання безробіття, кількості внутрішньо переміщених осіб та інших незахищених верств населення.

Трактування поняття соціальний захист населення постійно змінювалось: у середні віки допомога такого роду мала назву «charity» - милосердя; у XVIII столітті використовувалось поняття «assistance» - сприяння; у XX столітті спочатку використовувало поняття «aide social» - соціальна допомога, потім «travail» - соціальна робота [1, с. 36]. Найдоречнішим є останній, адже соціальний захист спрямований на покращення життя суспільства.

Використання терміну «соціальний захист» пов'язують із прийняттям закону у США про соціальне забезпечення в 1935 році. Існує думка, що його вперше було застосовано у законодавстві Росії, Нової Зеландії [1].

Аналіз тверджень дослідників даного питання [2, 3] дав можливість визначити, що соціальний захист населення – це комплекс заходів різних напрямів, які спрямовані на забезпечення гідного життя для населення.

Фінансове забезпечення соціального захисту населення в Україні здійснюється через державні та недержавні структури. Система державного забезпечення включає дві підсистеми: бюджетну і позабюджетну. Система недержавного забезпечення включає: пенсійні фонди, страхові компанії, банки, благодійні фонди та фінансові ресурси домогосподарств [2, с. 194].

Основними цілями соціального захисту населення є допомога найбільш вразливим категоріям населення та сприяння соціально-економічного розвитку. Держава здійснює фінансування соціально-важливих напрямів (рис.1).

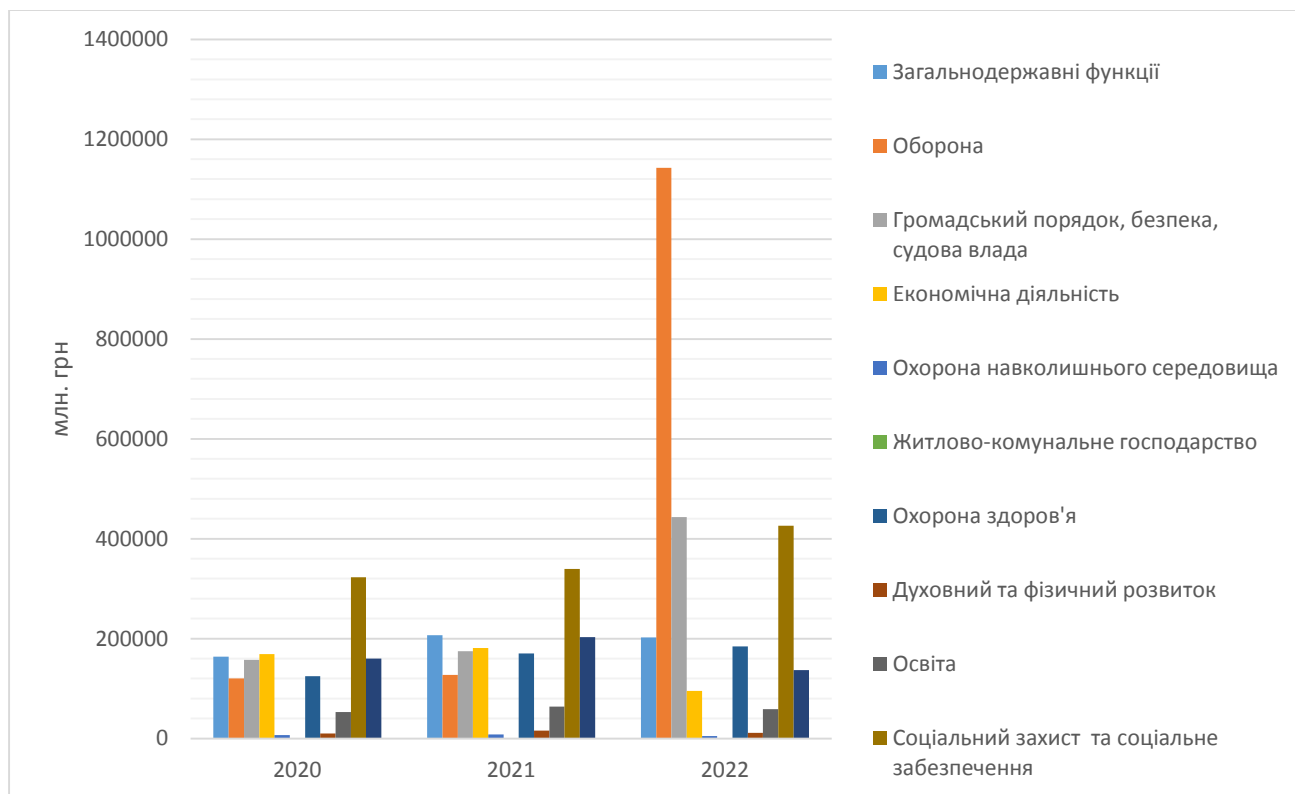


Рис. 1. Напрями бюджетного фінансування соціальної сфери за 2020-2022 роки (сформовано за джерелом [4])

Як видно з даних, наведених на рис. 1, видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення із Державного бюджету у динаміці зростають та становлять у середньому 16-20% загального обсягу видатків. Однак, така структура не відображає реального обсягу видатків на соціальний захист населення. Адже велика частина видатків, які фактично спрямовуються на фінансування соціального захисту населення, включається до інших видаткових статей (освіта, духовний та фізичний розвиток тощо).

Основними проблемами фінансування соціального захисту населення є спрямування фінансових ресурсів на підтримку населення, що фактично не потребує допомоги та велика частка саме натуральних трансфертів. Також не менш важливими проблемами є високий рівень участі держави у фінансуванні соціального захисту населення, що спричиняє залежність фінансування соціального захисту від стану бюджету, слабка участь безпосередньо населення у забезпеченні соціального захисту, висока вартість соціальних послуг, що не відповідає їх якості, неефективне управління фінансовими ресурсами. Тому необхідно здійснювати реформування та оптимізацію фінансування соціального захисту населення. Для цього слід використати зарубіжні досвід та наукові напрацювання.

Досвід системи соціального захисту Данії буде корисним для України щодо запровадження безкоштовної первинної медичної допомоги громадянам та безкоштовного лікування в державних лікарнях. Створення ринку соціальних послуг за прикладом Великої Британії дасть можливість вибору для людей та створить конкуренцію стосовно якості та стандартів між організаціями, а також системний моніторинг кількості людей, що потребують соціального захисту та забезпечення. [3, с. 221]

Рекомендується також здійснити оптимізацію законодавства, впровадити систему обов'язкового медичного страхування, удосконалити систему моніторингу та оцінювання якості соціальних послуг та їх ефективності. Для подолання проблем структури забезпечення соціального захисту населення, необхідно розділити її на дві складові: активну та пасивну. Активна – відповідатиме за забезпечення трудової діяльності населення, їх самозахисту та самозабезпечення, а пасивна – передбачатиме надання допомоги для повністю або частково непрацездатного населення.

Таким чином, фінансове забезпечення соціального захисту населення – це надважливий напрям державної фінансової діяльності, особливо у сучасних умовах. В сучасних умовах існує низка проблем в сфері соціального захисту громадян, які потребують першочергового вирішення. З метою оптимізації системи соціального захисту, слід використовувати досвід інших соціально-орієнтованих країн, оптимізуючи їх правила до умов України. Здійснивши реформи та оптимізацію окремих напрямків, Україна зможе отримати якісну систему забезпечення соціального захисту населення.

Список використаних джерел:

1. Насібова О. Теоретичні аспекти фінансового забезпечення соціального захисту населення. Економіка та держава. 2019. № 8. С. 36.

2. Волошина О., Ковальова М., Боженко В. Стан і тенденції розвитку фінансового забезпечення соціального захисту в Україні. Економічний вісник Донбасу. 2021. № 2(64). С. 194-198.

3. Купира М. Практичні аспекти фінансового забезпечення соціального захисту населення. *Економічний форум*. 2019. № 3. С. 221.

4. Видатки державного бюджету України (функціональна класифікація). Мінфін: веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/2020/> (дата звернення 30.04.23).

УДК 324(477)

МІСЦЕВІ ВИБОРИ, ЯК ЗАПОРУКА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СХІДНО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

Ф.С. Сидоренко
remfedy@gmail.com

Науковий керівник:
А. І. Некряч, д. політ. н., проф.

Аналізуючи місцеві вибори до органів місцевого самоврядування, що проходили у жовтні 2020 – го року за новим законодавством. Автором проведено порівняльний аналіз та контент аналіз самого процесу виборів з попередніми процесами. Самої виборчої кампанії до територіальних громад на території України (зокрема громад Полтавщини.). Огляд результатів за першу половину каденції. Порівняння процесів формування самоврядування в Україні з сусідніми державами.

Метою дослідження є визначення перспектив розвитку територіальних громад, а також аналіз процесу їх об'єднання, та визначення потенційних проблем незалежності самоврядування

Місцеві вибори 2020 – го року вперше проходили за новим виборчим законодавством, загальним для всіх новостворених громад. Самому процесу виборів передувало формування та об'єднання територіальних громад. Укрупнення та ліквідація районів у всіх областях України теж є частиною процесу децентралізації. Сам процес відбувався поступово на протязі останніх десяти років. Але у 2020 му році було прийнято рішення завершити процес формування громад і «примусово-добровільно» утворити нові «Об'єднані територіальні громади» (далі ОТГ чи ТГ) на всіх територіях України (за винятком: ОРДЛО, АР Крим та м. Севастополь).

Важливим елементом для виборчого процесу було прирівняна ОТГ що були створенні понад п'ять років (тобто брали участь у виборах 2015 –го та раніше років як ОТГ) до новостворених громад і проведення у всіх громадах перших виборів. Де-факто всі громади визнавались новоствореними і рівноправними. Була створена чітка система підпорядкування та розмежування меж відповідальності ТГ. На цій підставі громади вже приступили до

формування власних концепцій розвитку, дорожніх карт та генеральних планів громад.

Виборче законодавство що, було прийняте на передодні місцевих виборів передбачало використання 4 виборчих систем на місцевому рівні:

1. Пропорційної з голосуванням за відкриті списки на виборах до рад різного рівня обласних, районних, районних у містах, а також депутатів міст та громад з населенням понад 10 тисяч мешканців.

2. Мажоритарна виборча система у багатомандатних виборчих округах – на виборах депутатів у громадах менше 10 тисяч мешканців.

3. Мажоритарна виборча система абсолютної більшості у громадах понад 75 тисяч. (на посаду голови)

4. Мажоритарна система відносної більшості у громадах менше 75 тисяч. (на посаду голови)

Використання пропорційної системи з відкритими списками призвело до боротьби виключно політичних партій. Відсутність можливості самовисування незалежних кандидатів на виборах, що суперечить міжнародним демократичним стандартам, а головне створює кандидата залежного від політичних партій. Суперечливим є і використання процедури відкликання кандидата від політичної сили, що теж ставить під питання незалежності та неупередженості політичних акторів. Прикладом може слугувати зловживання Партією Простих Людей (ППЛ) довірою виборців у Полтавській Міській Раді. З моменту обрання наразі минула половина каденції а склад депутатів у міській раді оновився на 50%. Сам процес відкликання відбувався не за ініціативою виборців, а шляхом виключення депутатів зі складу партії. Наразі це є робочою моделлю контролю за дотриманням «партійної солідарності», що впливає на незалежність та ставить під сумнів демократичність виборчого процесу. Рішенням могло б стати впровадження імперативного мандату, чи процедури, за якою саме виборцям громади надається виключне право відсторонення обраного посадовця.

Важливим елементом є зменшення кількості рад до яких проходили вибори. Зокрема У 2020 – му році українці обирали депутатів та голів у приблизно 1577 рад. У 2015 – му вони обирали 10 562 ради, а у 2010 – му 12 084. Приділяти увагу варто тому, що це не є остаточною кількістю. Наразі громади перебувають у стані перманентного протистояння у якому визначаються майбутні центри довкола яких будуть проводити укрупнення ТГ. Це є тривожним фактором оскільки має дві (на думку автора) ключові проблеми: Відсутність процесу добровільного об'єднання, що суперечить базовим принципам місцевого самоврядування. Потенційне створення великих міських агломерацій з периферійними ділянками, які втратять можливість розвитку, а за умов виборчої системи і представництво інтересів у радах великих укрупнених громад. До такої думки наводить примусовий процес утворення громад, що не знайшли причини об'єднатись до цього, а в результаті створило потенційно неспроможні громади. ЦЕ сталося тому, що громади з високим потенціалом та населенням утворились першими лишивши переважно слабкі громади без перспектив. Провідним показником є динаміка населення у громадах, що є

ключовим аспектом, що впливає на виборчий процес, а отже і процедуру вибору політичних акторів. Наразі лише 4 громади з 60 на Полтавщині мають позитивну демографічну динаміку що в умовах економіки є основним показником потенціалу, привабливості, та результатів.

Варто зазначити, що процес децентралізації в Україні затягнувся. Більшість наших європейських сусідів вже давно провели цю реформу і впровадили нову систему адміністративно-територіального поділу на різних рівнях спираючись на базу місцевого самоврядування. Прикладом є Польща. Там формування гмін завершили ще у 90 – ті роки минулого століття. На базі них сформувались повіти та воєводства. Досить швидко кількість повітів скоротилась у двічі. Повітовими центрами ставали міста з населеннями 100 000 осіб. Польське самоврядування виходило з принципів добровільного об'єднання на всіх рівнях місцевого самоврядування. Завершено остаточне формування повітів і воєводств у 2000 – ні роки. Відносно швидкі темпи, що відзначались, як дотриманням принципу добровільності, так і спроможності громад до розвитку. В Україні цей процес зупинився на первинному рівні формування громад, а райони утворені взагалі не як добровільні об'єднання, а як спрощенні укрупнені адміністративні одиниці. Україна відстає від сусідів і у процесі здійснення владних повноважень, а саме за контролем і відповідальністю обраних посадових осіб та їх підзвітністю громаді. Діюче законодавство передбачає не значні та не ефективні форми громадського контролю над депутатами та головами рад різних рівнів. Політична відповідальність та підзвітність є запорукою якісних та швидких змін у політиці.

Позитивним є процес бюджетної децентралізації, як запоруки спроможності громад у виконанні своїх зобов'язань у наданні послуг. Однак негативним є практика бюджетного вирівнювання, що змушує громади сподіватись на допомогу від обласного керівництва та процедуру розподілу коштів з успішних ТГ.

У результаті після виборів 2020 – го року органи місцевого самоврядування отримали можливість вести господарські відносини незалежно (в першу чергу від обласного керівництва), та спиратись на власні сили й вести перемовини як самоврядний юридичний суб'єкт, що керується принципами європейської хартії місцевого самоврядування. Однак процедура вибору членів місцевого самоврядування стала більш політизованою і залежною від політичної кон'юнктури. Проявляє небезпечні тенденції до ігнорування базових принципів демократичності виборчого процесу: Зокрема у питанні примусової залежності кандидатів від політичної партії. Первинності відповідальності кандидата перед партією, а не самим виборцем. Вибори депутатів органів місцевого самоврядування мають відбуватись за достоїнствами а не за рекомендаціями політтехнологів. Демократія має виявляти собою селективну поліархію а не змагання популістів та партократів. Саме такий підхід дозволить обрати найкращих представників громад, які будуть здатними на всіх рівнях забезпечити ефективне управління, яке б відповідало очікуванням кожної людини і суспільства в цілому.

**ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНОГО
ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ
ДЕРЖАВНОЮ АУДИТОРСЬКОЮ СЛУЖБОЮ УКРАЇНИ**

*А. С. Циб
andrii.tsyb@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
О. О. Дорошенко, к. е. н., доц.*

В умовах воєнного стану питання ефективного та результативного використання бюджетних коштів їх розпорядниками є надзвичайно актуальним, оскільки саме з бюджету здійснюються видатки у значних обсягах на оборону, захист територіальної цілісності держави тощо.

Наразі розпорядники бюджетних коштів здійснюють видатки відповідно до бюджетних програм, які являють собою сукупність заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети, завдань та очікуваного результату, визначення та реалізацію яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій [1].

З метою недопущення неефективного, нераціонального, нецільового та, як наслідок, можливо незаконного витрачання бюджетних коштів різними учасниками бюджетного процесу, в Україні створено низку державних органів, діяльність яких спрямована на здійснення контролю за використанням таких коштів. Однією з таких державних структур, покликаних на забезпечення чіткого та дієвого контролю за здійсненням видатків розпорядниками бюджетних коштів, є Державна аудиторська служба України (далі – ДАСУ, орган державного фінансового контролю).

Частиною першою ст. 2 Закону України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1993 № 2939-ХІІ (зі змінами) (далі – Закон) визначено, що забезпечення державного фінансового контролю за використанням і збереженням державних фінансових ресурсів входить до головних завдань Державної аудиторської служби України [2].

Частиною другою ст. 2 Закону передбачено, що одним із заходів державного фінансового контролю, які проводить ДАСУ, є державний фінансовий аудит, одним із видів якого є державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм.

Даний вид заходу державного фінансового контролю проводиться органом державного фінансового контролю відповідно до Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм, постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм» від 10.08.2004 № 1017 (зі змінами) [3].

Оскільки в межах аудиту розглядається низка питань та опрацьовується велика кількість інформації, аудит проводиться в кілька етапів (рис. 1).

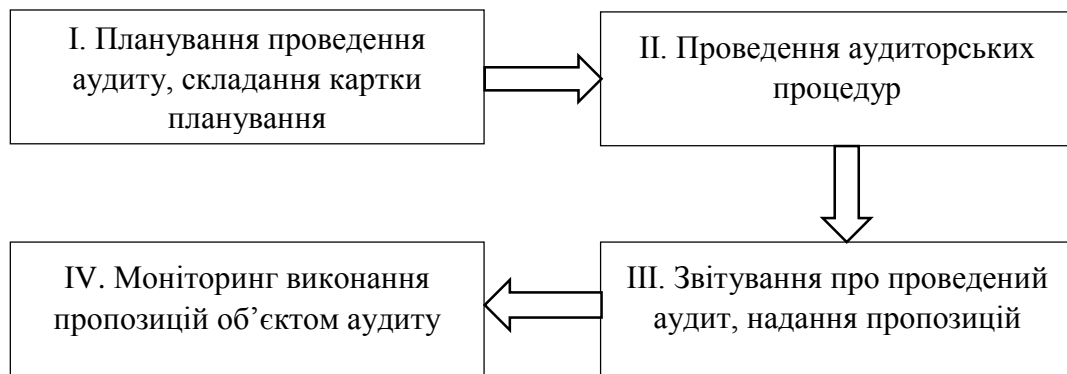


Рис. 1. Етапи здійснення органом державного фінансового контролю державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм
Розроблено автором на основі [3]

В межах першого етапу посадовими особами органу Держаудитслужби (далі – посадові особи) здійснюється планування та організація проведення аудиту.

Наступний етап характеризується проведенням аудиторських процедур, формуванням і оформленням аудиторських доказів, підготовкою аудиторських висновків, пропозицій та рекомендацій. Дані дії здійснюються на підставі та на виконання програми аудиту для отримання аудиторських доказів відповідно до встановленої мети аудиту, шляхом дослідження сформованих гіпотез, їх доведення або спростування.

Проведення аудиторських процедур може здійснюватися декількома методами. Одним із основних є метод документальної перевірки. Зазвичай процес отримання інформації та документів посадовими особами від об'єкту контролю відбувається шляхом формування посадовими особами запиту про надання документів та/або інформації. Об'єкт аудиту зобов'язаний виконати вимоги, описані в запиті, або обґрунтувати поясненням їх невиконання.

Отримавши документи, посадова особа проводить їх огляд та аналіз, (зокрема первинних документів, які дають змогу встановити законність і доцільність операцій), візуальну перевірку правильності записів усіх реквізитів, виявлення виправлень, дописувань у тексті й цифрах, перевірку автентичності підписів посадових і матеріально відповідальних осіб; перевірку правильності розрахунків у документах, облікових регістрах і звітних формах та відображення операцій на рахунках.

Опрацювавши та систематизувавши всю необхідну інформацію посадові особи приступають до третього етапу – формування та узгодження проекту звіту, підписання протоколу узгодження та формування та подання аудиторського звіту об'єкту аудиту. Проект аудиторського звіту містить в собі всю вичерпну інформацію проведеного аудиторського дослідження. Він має бути об'єктивним, повинна прослідковуватись чітка кореляція мети, основних завдань та гіпотез аудиту, аудиторських висновків та пропозицій.

Необхідно зазначити, що загальна тривалість проведення аудиту не може перевищувати 120 робочих днів, а проект аудиту має бути переданий об'єкту аудиту не пізніше ніж за один робочий день до завершення визначеного в направленні строку проведення аудиту.

Об'єкт аудиту, в особі керівника та визначених ним працівників, ознайомлюється з проектом звіту і готують, за потреби, обґрунтовані коментарі. Об'єкт аудиту обговорює проект звіту з посадовими особами, після чого за результатами обговорення та узгодження проекту звіту складається протокол узгодження, який підписується у день обговорення та узгодження проекту звіту.

Останнім етапом аудиту є моніторинг виконання об'єкту аудиту висунутих пропозицій та рекомендацій. Разом із аудиторським звітом орган Держаудитслужби надає об'єкту аудиту супровідний лист, з вказаними строками інформування об'єктом аудиту стосовно вжитих заходів на виконання пропозицій та рекомендацій. Моніторинг проводиться періодично, з врахуванням встановлених строків інформування та до повного виконання пропозицій та рекомендацій.

Відповідно до Звіту про результати діяльності Держаудитслужби, її міжрегіональних територіальних органів, за 2021 рік ДАСУ провело 32 державних фінансових аудитів виконання бюджетних програм, під час яких ініційовано 6 ревізій, проведено 1098 зборів інформації та 19 зустрічних звірок, а також залучено до участі 164 територіальних органів.

Всього за 2021 рік аудитами охоплено більш, ніж 85 млрд грн фінансових та матеріальних ресурсів, з яких майже 89 % складають державні ресурси.

Крім того, протягом 2021 року аудитами встановлено наступне:

- виявлено фактів неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій, що призвели до упущених вигод/неотриманих доходів або непродуктивних/зайвих витрат – 15,0 млрд грн;
- виявлено фактів неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій, що можуть призвести (свідчити) про упущені вигоди/неотримані доходи або непродуктивні/зайві витрати – 8,3 млрд грн;
- виявлено порушень законодавства, що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів – 400 млн грн;
- виявлено порушень законодавства, що можуть призвести до втрат фінансових і матеріальних ресурсів – 2,7 млрд гривень.

Разом з цим, органом державного фінансового контролю забезпечено відшкодування втрат фінансових і матеріальних ресурсів, допущених внаслідок неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій на загальну суму 200 млн грн. Також, ДАСУ упереджено втрат фінансових і матеріальних ресурсів внаслідок неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій на загальну суму 190 млн грн. За результатами проведених аудитів усунуто фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів, на загальну суму 6,7 млн грн.

Враховуючи вищевикладене, проведення органом державного фінансового контролю державних фінансових аудитів виконання бюджетних програм

розпорядниками бюджетних коштів набуває все більшої актуальності та доцільності проведення, особливо в реаліях сьогодення, коли держава витрачає значні обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для забезпечення територіальної цілісності та суверенітету через збройну агресію проти України.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний Кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення 10.03.2023).

2. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні : Закон України від 26.01.1993 р. № 2939-XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12#Text> (дата звернення 18.04.2023).

3. Про затвердження Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.08.2004 р. № 1017 (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2004-%D0%BF#Text> (дата звернення 18.04.2023).

4. Офіційний веб-сайт Державної аудиторської служби України. URL: <https://dasu.gov.ua/> (дата звернення 23.04.2023).

УДК 342.25

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОДЕЛІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

Р. В. Швець

roman.shvets@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:

С. М. Приходько, к. політ. н., доц.

Децентралізація влади з посиленням статусу органів місцевого самоврядування є характерним процесом розвитку демократичних держав. Практика децентралізації базується на перерозподілі владних повноважень на користь місцевої влади і конкретно органів місцевого самоврядування. Основні події, пов'язані з цим процесом, відбувалися в кінці XIX - на початку XX ст.

Його обґрунтування базується на переважно економічних принципах.

1. Децентралізація забезпечує більш ефективне розміщення ресурсів у громадському секторі. Система, при якій рішення про розміщення ресурсів у суспільному секторі приймаються на регіональному і муніципальному рівні, робить суспільний вибір більш точним, дозволяючи враховувати місцеві особливості суспільних переваг. 2. Децентралізація сприяє росту підзвітності органів державної влади в питаннях витрачання бюджетних коштів. При децентралізації зв'язок між сплаченими податками й отриманими суспільними благами і послугами виявляється більш прямим і прозорим. 3. Наявність власної податкової бази спонукає регіональну і місцеву владу вживати заходів для її розширення. 4. Наділення регіональної і місцевої влади правом самостійно

розпоряджатися бюджетними коштами стимулює їх до скорочення необґрунтованих витрат» [1, с. 8].

Передача повноважень із центру на місця здійснюється шляхом децентралізації, що дозволяє привести послуги, які надає держава, у відповідність із потребами і запитами населення. Перехід до децентралізації – це, свого роду «глобальний зсув влади», що звільняє індивіда від державної опіки і дозволяє будувати демократію знизу догори. Оскільки для процесу демократичного розвитку дуже важливий зворотний зв'язок між владою і людиною – поінформованість громадян про дії влади та поінформованість влади про реальні потреби конкретного громадянина, то природно, що здійснити це найлегше на базовому рівні влади – місцевому, де громадяни і представники влади живуть поруч.

Існує три аспекти децентралізації: політична, адміністративна і фіскальна (фінансова).

Політична децентралізація – це, по-перше, передача владних повноважень органам влади на рівень управління, який нижчий центрального; по-друге, спільна розробка і реалізація політики шляхом залучення зацікавлених сторін. Важливими аспектами політичної децентралізації є позиція, що рішення, які прийняті шляхом широкого залучення громадськості, будуть кращими і більше відповідатимуть різноманітним інтересам суспільства, порівняно з тими рішеннями, які прийняті політичною владою на національному рівні. Політична децентралізація часто потребує конституційних чи визначених законами реформ, розвиток політичних партій, посилення законодавства, створення місцевих політичних одиниць і підтримки ініціатив та інтересів громадських груп.

Фіскальна децентралізація – це делегування фінансових ресурсів та повноважень, формування дохідної частини бюджету. Вона передає місцевим органам влади, приватним підприємствам фінансові засоби, повноваження збирати місцеві податки, а також право визначати видатки місцевих бюджетів з метою виконання ними децентралізованих функцій. Узагальнюючи першоджерела, класифікують п'ять форм фінансово-бюджетної децентралізації:

- самофінансування або відшкодування збитків виробництва шляхом плати користувачами за послуги;
- заходи часткового фінансування або виробництва, шляхом яких користувачі беруть участь у наданні послуг, розвитку інфраструктури шляхом фінансових внесків або вкладу робочої сили;
- розширення місцевих доходів (податки на нерухомість, продаж або непрямі платежі);
- трансферти, які переміщують загальні доходи від податків, що надаються центральним урядом місцевим органам влади для загальних або специфічних використань;
- надання дозволу на муніципальні запозичення або мобілізація грошових фондів місцевих органів влади через гарантування займу, кредитів.

Адміністративна децентралізація спрямована на делегування владних повноважень стосовно процесу розробки і прийняття рішень, ресурсів і

повноважень для надання державних послуг у визначених сферах з центрального до нижчих рівнів влади, галузевих управлінь підвідомчих центральним органам влади, агенцій.

Адміністративна децентралізація стосується перерозподілу владних повноважень, фінансових ресурсів і відповідальності щодо здійснення планування, фінансування і управління визначених державних функцій від центрального уряду і його органів до відповідних галузевих одиниць місцевих органів влади, підпорядкованим одиницям на всіх рівнях державного управління, напівавтономним державним органам влади, або регіональним органам влади, або асоціаціям (акціонерним товариствам), а також регіональним чи функціональним органам влади в межах визначеної території [1, с. 74-75].

Адміністративна децентралізація може тільки переміщувати повноваження від центральних урядових посадових осіб у столиці до тих, хто працює в областях (регіонах), провінціях чи районах, а також це може супроводжуватись створенням сильного галузевого управління або наділення відповідними ресурсами і повноваженнями місцевих влад під наглядом міністерств. Існує два шляхи здійснення адміністративної децентралізації: через такі форми як деконцентрацію і делегування.

Список використаних джерел:

1. Лелеченко А. П., Васильєва О. І., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації повноважень: навч. посіб. Київ, 2017. 110 с.

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В. М. Шевченко
viktoriaa.m.shev@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Безкровний, к. е. н., доц.

В останні десятиліття посилюється науковий інтерес до вирішення проблем розробки ефективної національної моделі податкової системи. Перш за все це, тому, що розвиток податкової системи сприяє стратегічній орієнтації розвитку країни, що сприяє оптимізації інноваційно-інвестиційної моделі для економічного зростання національної економіки. Соціально-економічні перетворення, що відбуваються сьогодні в Україні, обумовлюють розвиток здорової податкової системи, як одну з важливих передумов економічних реформ в країні, оскільки податки використовуються державою не лише для досягнення економічних цілей, а й служать основним важелем економічного розвитку.

Аналіз чинної національної законодавчої бази, світового досвіду та адаптація до національних реалій, слугує побудові ефективної національної податкової системи. Національна податкова система базується на загальновизнаних принципах, деякі з яких потребують вдосконалення, і

необхідно забезпечити адекватність податкової системи принципом податкової справедливості. Світовий досвід ефективності податкової системи показує, що в країнах з розвиненими ринковими відносинами – унікальна структура, яка визначає національну валюту, може бути використана для задоволення фіскальних потреб держави з урахуванням інтересів платників податків. Вплив податків на українську фінансову систему багатогранний. З одного боку, податки є важливим способом для уряду фінансувати державні послуги та інвестиції в інфраструктуру. Це, у свою чергу, може сприяти економічному зростанню та розвитку шляхом створення кращих умов для бізнесу та окремих громадян. Так само податки відіграють важливу роль у регулюванні економічної діяльності та заохоченні певних типів поведінки. Наприклад, запроваджуючи вищі податки на певні товари чи послуги, уряд може перешкоджати споживанню цих товарів і стимулювати інвестиції в інші сектори економіки. Подібним чином податкові пільги та звільнення від сплати податків використовуються, щоб заохотити підприємства інвестувати в певні галузі чи регіони, щоб стимулювати економічне зростання та розвиток цих галузей [1].

Дійсно, ефективність української податкової системи залежить від кількох факторів, у тому числі від рівня виконання платниками податкових зобов'язань, ефективності збору та адміністрування податків і загальної потужності економіки. В останні роки Україна зробила кроки для реформування своєї податкової системи, включаючи спрощення податкового кодексу, зниження податкових ставок і вдосконалення податкового адміністрування. Однак, незважаючи на ці зусилля, залишаються проблеми, зокрема у боротьбі з ухиленням від сплати податків і покращенні збору податків і їх виконання.

Для початку, уряд має спростити систему оподаткування. На даний момент Україна має одну з найскладніших податкових систем у світі, яка нараховує понад 20 видів податків та численні пільги та відрахування. Ця складність створює можливості для корупції та шахрайства. Спрощуючи податкову систему, уряд може зменшити адміністративний тягар і спростити платникам податків дотримання закону. Далі, уряд має інвестувати в модернізацію податкової адміністрації. Існуюча система податкового адміністрування є застарілою та не має необхідних технологій для ефективного збирання податків. Інвестиції в сучасні технології, такі як онлайн-системи подання та оплати, можуть покращити дотримання податкового законодавства та зменшити витрати на адміністрування податків. І, нарешті, уряд повинен забезпечити дотримання податкового законодавства. Основною податковою проблемою в Україні є те, що багато підприємств і фізичних осіб не платять податки. Уряд має збільшити покарання за ухилення від сплати податків і посилити перевірки для забезпечення відповідності [2].

Нарешті, уряд має підвищити прозорість податкової системи. Платники податків повинні знати, як використовуються їхні податкові гроші та куди вони спрямовуються. Уряд має публікувати регулярні звіти про податкові надходження та витрати для забезпечення підзвітності та прозорості. Процес становлення та розвитку податкової системи України свідчить про

декларативність багатьох із зазначених принципів. Наприклад, громадянам дуже важко назвати неоподатковуваний мінімум доходів соціально справедливим, оскільки часті зміни чинного законодавства порушують принцип стабільності тощо. До того ж, система принципів є дещо застарілою, оскільки не враховує світових тенденцій розвитку податкових систем та не передбачає необхідності гармонізації податкової системи України. Уряд має подумати про створення єдиної податкової системи. Єдина податкова система – це простий і прозорий спосіб збору податків, коли всі сплачують однакову ставку податку незалежно від доходу. Даний спосіб спростить податкову систему та зменшить корупцію та шахрайство [3].

Зважаючи на вищенаведене, можна зробити висновок: наразі першочерговою стала проблема реформування податкової системи України з метою наповнення бюджетів усіх рівнів податками та доходами. Уряд має спростити податкову систему, інвестувати в модернізацію податкового адміністрування, оптимізувати податкове законодавство, підвищити прозорість і забезпечити єдину податкову систему.

Список використаних джерел:

1. Круковська О. В. Ключові зміни в реформуванні податкової системи України: реалії та перспективи. *Мучаківський державний університет*. 2022. № 2. С. 702–709.
2. Тимченко М. С. Сучасний стан та перспективи розвитку податкової політики України : монографія, Київ, 2008. С. 105–107.
3. Черненко С. В. Теоретичні підходи до удосконалення української податкової системи. *Фінанси. Економіка. Право*. 2023. №2. С. 91–98.

УДК 338.45

АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

А. М. Шysh
anna.shysh@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
Ю. М. Тютюнник, к. е. н., доц.

Аналіз ділової активності підприємства є необхідним етапом в оцінці ефективності його діяльності. Він дозволяє виявити сильні та слабкі сторони в управлінні бізнесом та визначити можливості для покращення фінансових результатів. Аналіз ділової активності є ключовим елементом в розумінні того, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси та допомагає знайти шляхи до покращення ділової активності та забезпечення стабільного розвитку підприємства в майбутньому. Аналіз ділової активності дозволяє виявити фактори, які впливають на успішність підприємства, та допомагає визначити ті напрямки діяльності, які потребують уваги та покращення. Особливо важливо проводити аналіз ділової активності в умовах змінюваного

конкурентного середовища, коли підприємство змушене пристосовуватися до нових умов ринку та реагувати на потреби клієнтів.

Основні показники, які допомагають проводити аналіз ділової активності, включають в себе коефіцієнти оборотання – активів, оборотних активів, власного капіталу, запасів, поточної дебіторської та кредиторської заборгованості, тривалість одного обороту (в днях) та інші.

Коефіцієнт оборотання активів – узагальнювальний показник оборотності активів, який характеризує швидкість обороту всього майна підприємства. Показує, скільки разів протягом звітного періоду обертається капітал, який вкладений в активи. Коефіцієнт оборотання активів прямо залежить від чистого доходу та обернено – від середньорічної вартості активів. Зростання цього коефіцієнта означає прискорення кругообігу засобів підприємства.

Коефіцієнт оборотання оборотних активів – характеризує швидкість обороту (кількість оборотів за період, який аналізується) усіх оборотних активів підприємства (як у матеріальній формі, так і в розрахунках і грошовій формі). Це дає змогу проаналізувати можливість вивільнення мобільних засобів з господарської діяльності та визначити напрями більш ефективного їх використання. Прискорення оборотності оборотних активів можливе як за рахунок скорочення часу виробництва (наприклад, у результаті вдосконалення технології), так і завдяки скороченню часу оборотання коштів (удосконалення процесів постачання і збуту, пришвидшення розрахунків).

Після визначення оборотності оборотних активів у цілому оцінюється оборотність окремих їх видів. Так, коефіцієнт оборотання запасів є показником інтенсивності використання матеріальних оборотних активів. Якщо цей показник вищий за середньогалузевий рівень, то підприємство не має надлишків низьколіквідних запасів, які потребують додаткового фінансування. Зниження коефіцієнта оборотання запасів свідчить про відносне збільшення виробничих запасів, незавершеного виробництва або про зниження попиту на готову продукцію і товари. Коефіцієнт оборотання поточної дебіторської заборгованості визначається відношенням чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) до середньорічної величини поточної дебіторської заборгованості. Якщо цей показник збільшується, можна зробити висновок про прискорення сплати заборгованості підприємству, скорочення комерційного кредиту, що надається підприємством своїм контрагентам.

Коефіцієнт оборотання власного капіталу характеризує швидкість обороту власного капіталу; його збільшення свідчить про прискорення оборотності, а відтак і зростання ділової активності підприємства. Якщо цей показник надто високий, це означає істотне перевищення рівня продажу (чистого доходу) над власним капіталом і призводить до залучення кредитних ресурсів, що, у свою чергу, може підірвати позиції власників підприємства та надати кредиторам можливість більшою мірою брати участь у формуванні фінансової політики підприємства. Якщо рівень показника оборотності власного капіталу не забезпечує його окупність (має значення менше 1), то це свідчить про нерациональність структури власних коштів і ставить під сумнів доцільність їх

використання на підприємстві. За зниження рентабельності власного капіталу необхідне адекватне прискорення його оборотності.

Коефіцієнт обертання поточної кредиторської заборгованості характеризує збільшення або зменшення комерційного кредиту, що надається підприємству контрагентами. Зростання цього показника вказує на підвищення швидкості сплати заборгованості підприємства, а зниження – зростання купівлі продукції в кредит.

Показники тривалості одного обороту запасів, поточної дебіторської та поточної кредиторської заборгованості використовуються для розрахунку тривалості операційного і фінансового циклів (у днях) [1, с. 317]:

- тривалість операційного циклу – це сума тривалості одного обороту запасів і тривалості одного обороту поточної дебіторської заборгованості;

- тривалість фінансового циклу – це різниця тривалості операційного циклу і тривалості одного обороту поточної кредиторської заборгованості.

Тривалість операційного циклу показує, скільки днів у середньому проходить з моменту вкладення коштів у поточну виробничу діяльність до моменту повернення їх у вигляді виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Цей показник відображає швидкість виконання підприємством операційного циклу на стадіях виробництва і продажу продукції (товарів, робіт, послуг) та значною мірою залежить від характеру виробничої діяльності.

Аналіз розглянутих показників допомагає виявити проблеми в управлінні та прийняти рішення щодо їх вирішення, що покращує фінансові результати підприємства та забезпечує його стабільний розвиток. Окрім того, аналіз ділової активності підприємства може допомогти визначити його ефективність та конкурентоспроможність на ринку, а також зробити прогнози щодо майбутньої діяльності і ризиків, що пов'язані з нею.

Список використаних джерел:

1. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астрая», 2020. 314 с.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

<i>А. О. Строкань</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПРИБУТКОВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	4
<i>А. А. Бахвалов</i> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	7
<i>А. В. Ващенко</i> ЧИННИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ	9
<i>Глюхіна І.А.</i> HR-БРЕНДИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІМІДЖУ РОБОТОДАВЦЯ.....	11
<i>Д. В. Корж</i> КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ...	13
<i>Терещенко В.О.</i> СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	15
<i>С. В. Тульчинська</i> ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	17
<i>Ю. С. Цирульнікова</i> БРЕНДИНГ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ.....	20
<i>І. Ю. Богма, К. І. Гурін</i> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА	23
<i>А. М. Даценко</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	24
<i>М. В. Дуденченко</i> МЕТА ТА ЦІЛІ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	26
<i>С. М. Капітан</i> РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	28
<i>В. С. Карпенко</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА	30

О. М. Книш УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНОЛОГІЧНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	32
А. В. Кузьменко, А. О. Бут СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	36
А. В. Недотятко КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	38
С. Р. Сердюк ПРИНЦИПИ ТА ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ	41
А. С. Сидоренко, Є. Г. Савінова ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	44
D. V. Stavvytska INCREASING STAFF PRODUCTIVITY, TAKING INTO ACCOUNT THE ECONOMIC AND POLITICAL SITUATION IN THE COUNTRY	45
О. В. Трохимчук УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	47
М. В. Шарлай СОЦІАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	49
Я. Г. Андрейко ПРОБЛЕМАТИКА ДЕРАДЯНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА	51
О. Ю. Вишар ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	53
Р. О. Гаряга ІНВЕСТИЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	55
Д. М. Кожевник ЗБУТ ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ ІНСТРУМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	57
Є. В. Кривошея ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	59
В. В. Кудря ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СКЛАДОВИХ КОНЦЕПЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	62

М. В. Мурлян ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ ЯК ПІДґРУНТЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	65
М. В. Пастернак СУПУТНИКИ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В АГРОБІЗНЕСІ.....	67
В. К. Передера ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ІТ-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	69
Д. К. Передера ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ОХОРОННІЙ СФЕРІ.....	71
І. В. Штик НАПРЯМИ СЕРВІСНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..	73
І. І. Житченко ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЛОКЧЕЙН В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	75
С. О. Косьяненко ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	77
В. С. Кочур ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ В ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ.....	79
Я. С. Кремпоха ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	82
Ю. В. Нестеренко НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РОЗВИТКУ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	84
Т. В. Тараненко ВИКОРИСТАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	87
О. Ю. Товстошкур ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ Й РОЗВИТКУ МІСТ ЗА РАХУНОК КОНЦЕПЦІЇ SMART CITY	89
В. М. Федюк ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ	91
С. В. Чайка СТАТУС ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: КЛЮЧОВІ ОЗНАКИ.....	94
К. В. Чепурна СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ	97

К. О. Киричок ОРГАНІЗАЦІЯ СТАТИСТИЧНИХ СПОСТЕРЕЖЕНЬ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ	99
М. В. Тонконог ОСОБЛИВОСТІ СТАТИСТИЧНИХ СПОСТЕРЕЖЕНЬ: СУТНІСТЬ, ФОРМИ, ВИДИ	101
В. Д. Чуйко ОСОБЛИВОСТІ ІНДЕКСУ ЩАСТЯ.....	103
Д. О. Яловега, А. В. Гладка МОДЕЛЮВАННЯ ГОТОВНОСТІ АРХІТЕКТУРИ ВЕБРЕСУРСУ	105
І. Р. Кулінченко АНАЛІЗ ВІДМОВОСТІЙКИХ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ.....	107
Є. І. Павленко ВІРТУАЛІЗАЦІЯ СЕРЕДОВИЩА В ТЕСТУВАННІ НА ПРОНИКНЕННЯ.....	110
А. І. Рашин ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ЛОКАЛЬНИХ МЕРЕЖ	112
Н. М. Ростовський, Ю. І. Бражник ІМІТАЦІЙНА МОДЕЛЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕБСЕРВІСУ	114
А. О. Дробязко ГЕНДЕР В ДОСЛІДЖЕННЯХ ВІТЧИЗНЯНИХ НАУКОВЦІВ.....	116
В. В. Коваленко СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	119
В. А. Лелюх ГЕНОЦИД УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ: РЕАЛІЇ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	120
А. М. Подольна ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	122
В. В. Горда БОРОТЬБА УКРАЇНЦІВ ЗА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ ТА СУВЕРЕНІТЕТ У 1917-1921 РОКАХ	126
СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ	
О. М. Пикало ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ.....	129
С. В. Пікуль ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМУВАННЯ	131

М. В. Бурмінова ФРІЛАНСЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ.....	133
І. М. Адаменко НЕОБХІДНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ	136
І. М. Адаменко, В. О. Макаров РОЛЬ КРАУДФАНДИНГОВИХ ПЛАТФОРМ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	138
К. Ю. Бондаренко ФРАГМЕНТАРНИЙ ПЕРЕКЛАД: ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ	139
А. Й. Гарібова ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ.....	141
М. Л. Гладченко СТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА КОШТИ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСУВАННЯ: ОПОДАТКУВАННЯ ТА ОБЛІК	143
В. В. Голобородько ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	145
А. А. Горбань ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	148
А. В. Деменко БЕЗЕКВІВАЛЕНТНА ЛЕКСИКА ЯК ПРИЧИНА ЛЕКСИЧНИХ РОЗБІЖНОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ	151
І. Є. Євсєєв ФРАНЧАЙЗИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	153
О. С. Звягольська ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ПРАЦІ І ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	156
О. О. Клиша БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ	158
В. В. Кривошея ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ	161
В. Р. Куц ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА	163
В. О. Макеров., І. М. Адаменко ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ...	165
С. В. Махно ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БІЗНЕСУ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	166

С. В. Махно ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ У НАКАЗІ ПРО ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ	169
П. І. Морозова БЕНЧМАРКІНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	172
Т. С. Павловська МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	174
О. О. Петраш ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЯК ПРОБЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКУМУ.....	177
Є. В. Пискун РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ У ВИЯВЛЕННІ ТА ВИПРАВЛЕННІ ФІНАНСОВИХ ПРОБЛЕМ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	180
Б. І. Потапенко ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	182
Ю. В. Пухальський СУТНІСТЬ МУНІЦИПАЛЬНОГО КОНСАЛТИНГУ	183
Д. В. Ромаш ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	185
Ф. С. Сидоренко МІСЦЕВІ ВИБОРИ, ЯК ЗАПОРУКА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СХІДНО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ	188
А. С. Циб ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ ДЕРЖАВНОЮ АУДИТОРСЬКОЮ СЛУЖБОЮ УКРАЇНИ.....	191
Р. В. Швець ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОДЕЛІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ.....	194
В. М. Шевченко ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	196
А. М. Шиш АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	198

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

15-16 травня 2023 року

Том I

Підп. до друку 29.05.2023. Формат 60x90 1/16.
Ум. друк. арк. 12,9. Обл.-вид. арк. 11,3.
Гарнітура Times New Roman Cyr.

Редакційно-видавничий відділ Полтавської державної аграрної академії
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №2174 від 26.04.2005 р.
Адреса: 36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.