

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ



Матеріали
II Всеукраїнської науково-практичної
конференції

Кропивницький – 16 травня 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет

Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ

*Матеріали
II Всеукраїнської науково-практичної конференції*

16 травня 2024 р.

Кропивницький
2024

Актуальні проблеми економіки та підприємництва в умовах викликів і загроз : матеріали II всеукр. наук.-практ. конф., 16 трав. 2024 р., м. Кропивницький / Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, каф. економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи ; [редкол. : А.А. Тихий, В.В. Зайченко та ін.]. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2024. – 136 с.

Редакційна колегія:

Тихий А.А., проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків, доц., к.т.н. Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький;
Зайченко В.В., д.е.н., проф., зав. кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету, м. Кропивницький;
Шалімова Н.С., д.е.н. проф., декан економічного факультету, Центральноукраїнського національного технічного університету, м. Кропивницький;
Петрова І.Л., д.е.н., проф., зав. кафедри маркетингу та поведінкової економіки, Університет економіки та права «Крок», м. Київ;
Луцай Л.А., д.е.н., проф., проф. кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський Державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань;
Васильців Т.Г., д.е.н., проф., зав. відділу проблем соціально-гуманітарного розвитку регіону, Державна установа. Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України. м. Львів;
Лупак Р.Л., д.е.н., проф., проф. кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів;
Шикиринець В.В., к.н.д.у., доц., зав. кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ;
Бондар Ю.А. к.е.н., доц., зав. кафедри менеджменту авіаційної діяльності, Льотна академія Національного авіаційного університету, м. Кропивницький;
Карнаушенко А.С., к.е.н., доц., зав. кафедри підприємництва, облік та фінансів, Херсонський державний аграрно-економічний університет;
Савченко В.М., к.е.н., проф., доц. кафедри підприємництва, облік та фінансів, Херсонський державний аграрно-економічний університет;
Кононенко Л.В., к.е.н., доц., доц. кафедри підприємництва, облік та фінансів, Херсонський державний аграрно-економічний університет;
Сисоліна Н.П., к.е.н., доц., доц. кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький;
Сторожук М.В., к.т.н., директор Відокремленого структурного підрозділу «Кропивницький інженерний фаховий коледж Центральноукраїнського національного технічного університету».

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників II всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та підприємництва в умовах викликів і загроз». Тези доповідей відображають результати наукових досліджень, присвячених розгляду різноманітних проблем, умов та чинників економічної діяльності та безпеки підприємств, регіонів, соціальної відповідальності бізнесу та держави, розвитку інвестиційної та інноваційної політики, людського потенціалу, визначенню стратегічних перспектив готельно-ресторанної індустрії України.

Для науковців, викладачів, здобувачів PhD, здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Може бути корисним також для підприємців, організаторів бізнесу, менеджерів підприємств, спеціалістів з економіки.

Рекомендовано до друку вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету (Протокол №9 від 29 травня 24 року)

За достовірність наведених у публікації даних, географічних назв, власних імен, цитат, галузевої термінології, економіко-статистичних даних та іншої інформації несуть особисту відповідальність автори тез доповідей.

Зміст

Білик В.В.	
ДО ПИТАНЬ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА НАРОЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	8
Васильців Т.Г., Шопська Ю.К., Виговський О.О.	
ПРОБЛЕМИ ТА ІМПЕРАТИВИ ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	10
Золотухіна І.В.	
ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	13
Лупак Р.Л.	
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	15
Бараняк І.Є.	
СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ НАСЛІДКИ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ	17
Бойко Р.В.	
ПАРАМЕТРИ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЇХ ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНУ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПОЛІТИКУ	20
Дмитришин Б.В., Череватенко С.П.	
РИЗИКИ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	22
В'юник О.В.	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	23
Євдокімова М.О., Соколовська А.С.	
УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	25
Журило І.В., Разумний В.В.	
ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	27
Запірченко Л.Д., Чжан Їсюань	
ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	31

Кернасюк Ю.В.	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОСНОВА НОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	34
Красномовець В.А.	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗБАР'ЄРНОСТІ ГОТЕЛІВ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ	36
Немненко А.А.	
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ	39
Нісфоян С.С., Сідалковський О.М.	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	41
Нісфоян С.С.	
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	43
Пелих О.Л., Бабій В.Б.	
ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ТА ВНУТРІШНІХ	46
Пелих О.Л., Кривохижа В.Ф.	
ЕКОНОМІКА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: РИЗИКИ ТА НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТІЙКОСТІ	49
Рутинський М.Й., Quirini-Popławski Łukasz	
ТРЕНДИ ТРАНСКОРДОННОЇ МОБІЛЬНОСТІ ТА БІЗНЕС-АКТИВНОСТІ УКРАЇНЦІВ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА	52
Сторожук О.В., Пугач К.Д.	
АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАГРОЗАМИ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	54
Харченко І.В.	
ПЕРЕМОЖНІ СТРАТЕГІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В МІСТІ КРОПИВНИЦЬКОМУ	56
Шалімов В.В., Андрощук І.І.	
ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: SMART- РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПОСТМОНІТОРИНГ	59
Яковенко Р.В., Болгаров І.С.	
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК».....	61

Яковенко Р.В., Верета А.Р.	
ВИКОРИСТАННЯ ФІЛОСОФІЇ КАЙДЗЕН В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ІНСТИТУТУ ІМЕНІ Р. ЕЛЬВОРТІ.....	63
Яковенко Р.В., Давидейко І.Р.	
ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ СПОТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СИТУАЦІЇ ЯК МЕХАНІЗМ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОКРЕМИХ СУБ'ЄКТІВ	66
Яковенко Р.В., Давидейко І.Р.	
НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИВАТНОГО ЗВО	68
Яковенко Р.В., Іванченко М.Р.	
ПОСИЛЕННЯ РОЛІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	71
Яковенко Р.В., Кандиба М.А.	
ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БАГАТСТВА УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	74
Яковенко Р.В., Круценко Д.А.	
ОЦІНКА ЯКОСТІ МЕБЛІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	76
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С.	
ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ «ТД ГІДРОСИЛА».....	78
Яковенко Р.В., Тітова О.В.	
АНАЛІЗ БАЛАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО».....	80
Яковенко Р.В., Яковенко Д.В.	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР» ЯК ВАЖІЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ.....	83
Болгаров І.С., Яковенко Р.В.	
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКРУТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК»	85
Бричка Б.О. (Науковий керівник: Зайченко В.В.)	
ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЖКГ УКРАЇНИ.....	87

Виговський П.О. (Науковий керівник: Мульська О.П.); Гресь Б.А. (Науковий керівник: Левицька О.О.); Сарахман В.М. (Науковий керівник: Васильців Т.Г.)	
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НА РИНКУ ПРАЦІ В СЕКТОРІ МАЛОГО БІЗНЕСУ	93
Ворона Є.С. (Науковий керівник: Сисоліна Н.П.)	
ТЕХНОЛОГІЇ БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ.....	95
Гончаров А.В. (Науковий керівник: Сисоліна Н.П.)	
СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	97
Гресь А.М. (Науковий керівник: Мульська О.П.); Магас Д.О. (Науковий керівник: Васильців Т.Г.); Матвеев О.Д. (Науковий керівник: Мульська О.П.)	
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУВАННЯ СТРУКТУРНИХ ЗМІН У ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УМОВАХ БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ	99
Данилюк В.І., Луговська О.В.	
АГРОБІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	101
Євдокимов Є.В. (Науковий керівник: В'юник О.В.)	
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ.....	103
Іллющенко Н.І. (Науковий керівник: Золотухіна І.В.)	
ФЕСТИВАЛЬ ЯК ОДИН ІЗ РІЗНОВИДІВ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ	108
Краснікова-Колосова С.В., Сисоліна Н.П.	
ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ.....	110
Красніцький О.В., Коломоець О.Д.	
ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ДОРАДЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ	112
Круценко Д.А., Яковенко Р.В.	
ОЦІНКА ПОТОЧНОГО СТАНУ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ У ТОВ «МК ЮГОС»	113
Мороз І.В. (Науковий керівник: Кононенко Л.В.)	
ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ «SOCIETY 5.0»	115
Овчінніков С.С., Яковенко Р.В.	
СЕГМЕНТУВАННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ «ТД ГІДРОСИЛА».....	117

Савчина Д.А., Повод Т.М. КЛАСИЧНІ ТА СУЧАСНІ МЕТОДИ БЮДЖЕТУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ	120
Сергієнко Д.А. (Науковий керівник: Немненко А.А.) ОГЛЯД ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА КУЛЬТУРІ	121
Тітова О.В., Яковенко Р.В. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО».....	124
Українцев В.А. (Науковий керівник: Чумаченко О.С.) УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	126
Чжао Пенхао (Науковий керівник: Савеленко Г.В.) ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ	129
Яблонь В.Д. (Науковий керівник: Барна М.Ю.) МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	131
Яковенко Д.В., Яковенко Р.В. ЗБУТОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО СИТУАЦІЇ НА РИНКУ КОМБІКОРМІВ УКРАЇНИ.....	133

ДО ПИТАНЬ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА НАРОЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Як показує досвід поступу економічно розвинених держав, конкурентоспроможність економіки країни або окремого регіону, території у значній мірі визначається рівнем інноваційної активності бізнесу, обсягами НДДКР, інноваційної діяльності та впровадженням їх результатів у господарську практику у вигляді нової інноваційної продукції, або створення і застосування сучасних прогресивних інноваційних технологій, технологічних інновацій, продуктивних процесів тощо.

Розвиток підприємництва на засадах інвестиційно-інноваційної модернізації регіональних економічних комплексів – один з ключових пріоритетів досягнення належного рівня стійкості і життєздатності під час війни, а також швидкого відновлення регіональних економічних комплексів України на етапі повоєнної відбудови. Це також інструмент збереження та навіть нарощення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу в критично складному середовищі наслідків повномасштабної війни.

Більше того, в основі політики відбудови, як це зазначається на нині провідними міжнародними експертами, має бути не відновлення того, що було, а принцип побудови нового, інноваційного, більш ефективного та більш інклюзивного в сенсі соціально-гуманітарного розвитку суспільства. Аналогічно й відносно бізнесу. Це мають бути високотехнологічні підприємства, продукція (послуги) яких будуть мати високий рівень конкурентоспроможності на внутрішньому і на зовнішньому ринках [1,с.320-330]. А досягти цієї мети можливо лише на засадах інноваційності, поступального інноваційного розвитку в достатній мірі забезпеченого ресурсно, де ключовими є інтелектуально-кадровий та фінансово-інвестиційний капітал.

Йдеться про інституційні перетворення, які спершу стосуються становлення повноцінного підприємницького сектора національного господарства України. На сьогодні він далеко не досконалий як за кількісними, так і за якісними характеристиками, як за обсягами, так і в структурі, як за формою, так і за інституційним наповненням. Йдеться про такі ключові недоліки, збереження яких ніколи не дозволить забезпечити і високу конкурентоспроможність і належну економічну безпеку українського підприємництва, як нераціональні структурні співвідношення (за чисельністю суб'єктів господарювання, обсягами виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), внеском у створення зайнятості, забезпечення місцевого економічного розвитку і т. д.) між секторами малого, середнього і великого бізнесу; «слабкість» сектора малого бізнесу, який

«штучно» розширений за рахунок надмірно (як на українські реалії) високих критеріїв відносно чисельності зайнятих (50 осіб) та обсягів реалізованої продукції послуг (8 млн євро) [2, с.426]; низька інноваційна активність підприємництва в цілому та особливо малого як сектора, який в розвинених економіках виконує для великого бізнесу функцію досліджень і розробок, створення і, що найважливіше – адаптації та перевірки, тестування інновацій на ринку перед початком їх масового втілення у виробничих процесах великих підприємств; відсутність прозорого ринку капіталу та інвестицій для бізнесу, а також венчурного капіталу для малого інноваційного бізнесу, стартапів; мала чисельність практик міжсекторальної та міжгалузевої співпраці малих, середніх і великих підприємств, у т. ч. на основі створення кластерів, а також площадок співпраці суб'єктів з розвинених та з депресивних територій [3, с.153-158].

Відтак, констатуємо, що політика покращення інвестиційного забезпечення українського інноваційного підприємництва має бути комплексною і виходити за межі суто інвестицій та інновацій, вона має стати частиною регіональної політики зростання, а також складовою політики гарантування економічної безпеки держави на загал.

Якщо вести мову про регіональний та місцевий рівні, то попри, на перший погляд, відсутність дієвих важелів для місцевих органів влади, на справді це не так. І навіть в таких складних умовах ресурсних, особливо бюджетних обмежень, які існують на нині, регіональні та місцеві органи влади все ж мають, як на наш погляд, достатньо розлогий інструментарій засобів нарощення обсягів й ефективізації інвестиційної підтримки місцевого інноваційного бізнесу.

Передовсім це повноцінне використання можливостей інституційних елементів інвестиційної інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва. Найпростіший для бізнесу шлях це залучення банківського кредитування або позик з боку інших суб'єктів фінансово-кредитного сектора країни та регіону. Органам влади слід працювати над поінформуванням бізнесу та суспільства про наявні кредитні й інвестиційні програми, а також можливості доступу до них, включно зі заходами, які здійснюються владою на шляху до спрощення їх доступності і здешевлення вартості використання. Інша альтернатива це розвиток публічно-приватного партнерства в сфері реалізації інноваційно-технологічних проєктів, коли частина інвестиційного ресурсу вкладається безпосередньо суб'єктом господарювання, а інша частина залучається з-зовні (кошти приватних інвесторів, держави, громадськості і т. п.).

Список використаних джерел:

1. Vasylytsiv T.H., Klipkova O.I., Lupak R.L., Mitsenko N.G., Mishchuk I.P. Monetary and financial policy of Ukraine: theoretical-empirical connections and priorities of state regulation. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2019. № 4 (31). P. 320-330.
2. Mulska O., Levytska O., Panchenko V., Kohut M., Vasylytsiv T. Causality of external population migration intensity and regional socio-economic development of Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2020. № 18 (3). P. 426.
3. Уразалієв Р.М., Васильців Т.Г. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21 (2). С. 153-158.

Васильців Т.Г., д.е.н., професор;

Шопська Ю.К.;

Виговський О.О.

*ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»*

м. Львів

ПРОБЛЕМИ ТА ІМПЕРАТИВИ ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Сектор малого підприємництва відіграє значну роль у підтримці функціонування та забезпеченні розвитку фінансової системи країни, гарантуванні її фінансової безпеки. Однак, в умовах війни в Україні відбулися глибинні зміни у фінансово-економічному середовищі малого бізнесу. Зокрема, суб'єкти господарювання зазнали прямих збитків унаслідок руйнувань приміщень, виробничо-господарської й торговельно-збутової інфраструктури, фінансування витрат з релокації бізнесу, зменшення місткості внутрішнього ринку, зростання витратомісткості виробництва, неритмічності бізнес-процесів, послаблення ліквідності і платоспроможності, браку оборотного капіталу та проблем з фінансуванням належного перебігу господарських процесів.

Мале підприємництво слід розглядати як сектор національної економіки, а саме сукупність суб'єктів господарювання, які законодавчо віднесені до малих, інституційне середовище їх функціонування й розвитку, його інфраструктура, ресурсне забезпечення, зв'язки та відносини. Такий підхід надає переваги чіткішої ідентифікації: меж сектора; умов, чинників, перешкод, викликів та загроз; бізнес-середовища, системи ресурсної та іншої підтримки; внеску в соціально-економічний розвиток; регулюючих заходів.

Фінансова безпека сектора малого підприємства є характеристикою: стану захищеності суб'єктів малого бізнесу від внутрішніх та зовнішніх фінансово-економічних викликів і загроз; міри реалізації фінансово-економічних інтересів стейкхолдерів; якості та безпечності середовища малого бізнесу; здатності держави забезпечити гарантії фінансової безпеки, захист інвестицій, активів, стабільність національної грошової одиниці та банківської системи, а також розвитку ринку фінансових послуг з доступним для бізнесу фінансово-інвестиційним забезпеченням.

Структурними компонентами фінансової безпеки сектора малого підприємництва є ресурсна, фінансово-економічна, інвестиційна, грошово-кредитна, страхова та боргова. Відповідно, внутрішні та зовнішні загрози фінансовій безпеці сектора малого підприємництва також формуються за напрямками: послаблення фінансово-ресурсної забезпеченості бізнесу; зниження характеристик самодостатності, ефективності, погіршення фінансово-економічного стану; неспроможність зберігати висхідний тренд розвитку.

Встановлено, що сектор малого підприємництва за часи незалежності та становлення нової ринкової економіки України пройшов низку нетипових етапів еволюції бізнес-середовища. Однак, повномасштабна війна загострила цілий комплекс проблем та активувала низку нових критично гострих викликів і загроз за всіма складовими фінансової безпеки сектора малого підприємництва – фінансово-господарською, ресурсною, інвестиційною, грошово-кредитною, страховою, борговою.

Відтак, політику, що спрямована на вдосконалення бізнес-середовища і забезпечення зміцнення фінансової безпеки сектора малого підприємництва, доцільно спрямувати на перетворення в реальність таких можливостей, як покращення фінансово-ресурсного забезпечення бізнесу, реалізація потенціалу розвитку малого підприємництва в громадах, масштабні інвестиції у повоєнну відбудову економіки, покращення експортних можливостей суб'єктів малого бізнесу у повоєнний період, розвиток та реалізація потенціалу бізнес-кооперації, розширення місткості внутрішнього ринку і підвищення рівня купівельної спроможності місцевого населення та внутрішнього виробництва.

Для комплексного аналізу фінансової безпеки сектора малого підприємництва розроблено й апробовано методичний підхід, концептуальним завданням якого став розрахунок інтегрального показника безпеки. Встановлено, що належний рівень усіх компонент фінансової безпеки корелює з фінансовою незалежністю суб'єктів сектора малого підприємництва. У 2018-2022 рр. відбулося значне послаблення ресурсної, інвестиційної, грошово-кредитної, боргової, фінансово-господарської, страхової компонент безпеки. Визначено, що середнє значення рівня фінансової безпеки за досліджуваний період становило 65,0%, а середньорічний темп послаблення – 4,1 в.п. Рівень фінансової безпеки суб'єктів малого підприємства характеризується високою мірою чутливості до змін ринкової кон'юнктури та суспільно-економічної ситуації (скорочення попиту на продукцію, зростання витрат на сировину та матеріали в умовах високої матеріалоємності виробництва, низький рівень технологічного розвитку, втрати економічних потужностей внаслідок збройної агресії) [1, с.320-330].

Встановлено, що ефективність політики забезпечення фінансової безпеки сектора малого підприємництва є недостатньою [2, с.426]. Причому слабкі місця характерні для всіх суб'єктів управління в цій сфері, а саме: непослідовність і несистемність планування, відсутність комплексної лонгїтюдної програми розвитку та функціонально-ресурсної безпеки бізнесу, а також органу, відповідального за координацію та реалізацію політики розвитку та безпеки малого підприємництва (рівень органів центральної державної влади); обмеженість обсягів фінансово-кредитного сприяння суб'єктам малого підприємництва, мале фінансове забезпечення й декларативний характер заходів програм розвитку бізнесу на рівні громад (органи регіональної влади та місцевого самоврядування); нерозвиненість бізнес-інфраструктури, особливо фінансово-ресурсної, сільських і віддалених територій, та системи бізнес-консалтингу, зокрема в сфері фінансово-економічної безпеки бізнесу; низький рівень стандартизації управління у сфері фінансового ризик-менеджменту, недостатність уваги до забезпечення фінансової безпеки, несформованість страхових і гарантійних фондів, низький рівень страхування і самострахування ризиків.

З урахуванням специфіки стану і тенденцій формування фінансової безпеки сектора малого підприємництва в Україні визначено мету та стратегічні пріоритети державної фінансової політики в цій сфері. Метою політики визначено системне вдосконалення бізнес-середовища підприємницької діяльності в контексті мінімізації фінансових викликів та загроз, покращення фінансово-ресурсного забезпечення і фінансово-економічного стану суб'єктів малого підприємництва, забезпечення розвитку і капіталізації цього сектора економіки.

Досягненню цієї мети сприятиме реалізація системи стратегічних пріоритетів. Визначено, що середовищем забезпечення фінансової безпеки сектора малого підприємництва є сукупність умов функціонування і розвитку суб'єктів господарювання (три компоненти – якість бізнес-середовища, інвестиційна привабливість, фінансова стабільність), за яких можливе нарощення й ефективне використання фінансово-інвестиційного потенціалу достатнього для фінансування операційної діяльності, забезпечення фінансової стійкості, рентабельності та платоспроможності, а, відтак, економічного розвитку.

З використанням інструментарію економетричного моделювання побудовано форсайт середовища забезпечення фінансової безпеки сектора малого підприємництва, що дозволило спрогнозувати потенційні рівні безпеки до 2027 р. і 2030 р. Змодельовано, що за умови збереження поточної тенденції розвитку середовища безпеки малого бізнесу без застосування активних фінансових інструментів стан фінансової безпеки у 2027 р. становитиме 0,655 і зменшиться до 2023 р. на 8,6 в.п. [3, с.155]. Забезпечення фінансової стабільності у регіоні сприятиме зростанню рівня фінансової безпеки сектора на 8,6 в.п. і 20,5 в.п. (тенденційний прогноз) або 11,3 в.п. і 22,9 в.п. (оптимістичний прогноз) у 2027 р. і 2030 р. відповідно. Обґрунтована необхідність формування новативних управлінських рішень щодо переходу від інерційних до динамічних сценаріїв забезпечення фінансової безпеки бізнесу через реалізацію податкових і регуляторних механізмів. Встановлено, що міжнародний досвід реалізації політики зміцнення фінансової безпеки сектора малого підприємництва найчастіше базується на двох функціональних напрямках: (1) розвитковому, пов'язаному із забезпеченням сприятливих умов функціонування малого бізнесу, збереженням його фінансової стійкості, конкурентоспроможності та життєздатності у довгостроковій перспективі та (2) превентивно-стабілізуючому, націленому на протидію загроз внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на фінансову стабільність і безпеку суб'єктів малого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Vasylytsiv T.H., Klipkova O.I., Lupak R.L., Mitsenko N.G., Mishchuk I.P. Monetary and financial policy of Ukraine: theoretical-empirical connections and priorities of state regulation. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2019. № 4 (31). P. 320-330.
2. Mulska O., Levytska O., Panchenko V., Kohut M., Vasylytsiv T. Causality of external population migration intensity and regional socio-economic development of Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2020. № 18 (3). P. 426.
3. Уразалієв Р.М., Васильців Т.Г. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21 (2). С. 153-158.

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

Під екологізацією розуміють науково-обґрунтовану діяльність людини, яка направлена на розумне управління процесом взаємодії людського суспільства з природним середовищем. Екологізацію можна визначити, як сукупність засобів і методів, які допомагають раціонально використовувати природні ресурси [1-3].

Заклади готельно-ресторанного господарства України тільки починають працювати над екологічнішим майбутнім і щодня стикаються з різноманітними проблемами, включаючи юридичну складність, високі ціни на імпортовані зелені технології, а також відсутність масового сортування та належної утилізації відходів зі значними перешкодами [4-6]. Ситуація у сфері гостинності покращується з кожним роком, все більша кількість людей і компаній починають дбати про здоров'я екосистеми.

Проаналізувавши поточний стан готельно-ресторанної індустрії України [5-8], ми визначили найпопулярніші екологічні напрямки, доступні до впровадження в українських закладах.

По-перше, це переробка твердих відходів, що є першим кроком на шляху до сталого розвитку [6]. У розвинених країнах це вже стало загальновідомим не лише в компаніях, а й у повсякденному житті. Але в Україні досі недостатньо підприємств, які можуть переробляти папір, пластик, скло тощо. Проте, чим більше буде відсортованого матеріалу, тим скоріше з'являться відповідні заклади, які не тільки сприятимуть захисту навколишнього середовища, але і приносили прибуток власникам.

Однією з популярних ініціатив цього напрямку є заміна пластикових карток-ключів від номерів паперовими або дерев'яними картками-ключами. Вони є не тільки екологічними, але й естетично привабливі.

По-друге, це відповідальне ставлення до якості їжі та її відповідна утилізація. Одним із елементів сталого розвитку є підтримка місцевих брендів, і це відображається у сфері гостинності через співпрацю з постачальниками продуктів харчування та напоїв. Загалом, харчова промисловість в Україні розвинена, і практично всі продукти можна придбати на місці, за винятком окремих делікатесів (ікра, морепродукти, деякі види м'яса тощо). Однак на цьому є важливою правильною утилізацією. Компостування в Україні мало поширене, хоча це одна з найкращих інвестицій у переробку органічних відходів для готелів і ресторанів [9]. Ємності для компосту бувають різних розмірів, герметичні, в них можна перевозити органічні відходи рослинного та тваринного походження. Паперові серветки також можна переробляти разом з органічними матеріалами.

По-третє, це енергозберігаючі технології, які широко поширені в Україні, тому їх впровадження сприймається добре. Так, автоматичне ввімкнення світла

в приміщеннях не тільки зменшує витрати електроенергії, але й свідчить про дбайливе використання ресурсів. Встановлення сонячних панелей, особливо в південних регіонах країни, вже давно є економічно вигідною інвестицією.

Наступна ініціатива – це використання екологічних косметичних та хімічних засобів. Багато готелів України надають косметику в номерах, хімічні засоби також використовують для прибирання та прання. Готелі мають право обирати для своїх гостей якісну екологічно чисту косметику. Багато брендів уникають сульфатів, які не тільки забруднюють воду, але й негативно впливають на шкіру людини [10]. Щоб зменшити використання миючих засобів та води, багато готелів України вже випустили інформаційні картки, щоб гості могли домовитися про необхідну зміну постільної білизни та рушників.

Також змінюється ставлення гостей до споживання їжі, курорти типу «все включено» активно заохочують їсти стільки, скільки насправді можна з'їсти. Не тому, що готель хоче заощадити, а з метою зниження кількості органічних відходів.

Крім того, готелі винаходять нові функції, такі як встановлення поповерхових кулерів та надання багаторазових скляних пляшок, щоб забезпечити гостей чистою водою.

І останнє – безпосередньо ставлення гостей до еко-ініціатив. Без підтримки гостей готелі не можуть бути екологічними на сто відсотків. В даний час практика «безпаперових гостей» широко поширена в усьому світі, впроваджуючи електронні підписи на реєстраційних картках, надсилаючи рахунки електронною поштою замість друкованих копій, надаючи всю необхідну інформацію через веб-сайти та мобільні додатки, ми можемо зменшити витрати паперу [1, 5-6].

Отже, екологізація готельно-ресторанної індустрії прогресує в усьому світі та в Україні. Це один із стратегічних напрямів для підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Захист навколишнього середовища може бути забезпечений низкою ефективних заходів, таких як використання екологічно чистих технологій в обслуговуванні та проведенням різноманітних заходів щодо підвищення екологічної свідомості гостей.

Список використаних джерел:

1. Ганич Н.М. Екологізація готельного та ресторанного бізнесу / Н.М. Ганич, О.М. Гаталяк // Географія та туризм. – 2018. – Вип. 43. – С. 39-47. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2018_43_7
2. Green Key [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/Hotels>. (дата звернення: 12.05.2024).
3. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу./ К. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2009. 463 с.
4. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу : навч. посібн. / О.Ю. Дмитрук. К. Альтерпрес. 2004. 192 с.
5. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. Ефективна економіка. 2020. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7904> (дата звернення: 12.05.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.5.82

6. Данілова О.М. Еко-маркетингові тенденції в розвитку готельного господарства / О.М. Данілова, І.В. Погинайко. Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць, Чернівці: ЧНУ, 2012. Вип. 633-634 : Географія. С. 165–168.

7. Кучинська І.В. Бомба М.Я. Екологічні проблеми туристичної діяльності та шляхи їх вирішення в контексті сталого розвитку [Електронний ресурс] // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Випуск 6. 2011. С. 234-247. – Режим доступу: <http://www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2342> (дата звернення: 12.05.2024).

8. Римарева Л. Натягла О. Екологічні готелі – інноваційна концепція гостинності [Електронний ресурс] // Важелі і механізми формування сталого розвитку економіки в умовах світової глобалізації / Матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (9-10 грудня 2010 року, Україна, м. Тернопіль). Ч. 2. С. 157–159. Режим доступу: [www.URL:http://conf.tiarpv.at.ua/_ld/0/11_Zbirnyk_tez_ico.pdf](http://www.conf.tiarpv.at.ua/_ld/0/11_Zbirnyk_tez_ico.pdf).9. (дата звернення: 12.05.2024).

9. Hanych N. Modern trends of the hotel and restaurants business development in Ukraine / O. Hatalyak, N. Hanych // Archives of tourism, hospitality and sport science. Numer ATTHSS Vol. 2. Year 2017. P 31-44.

10. Hatalyak O. Environmental aspects of hospitality business in the context of sustainable development / O. Hatalyak, N. Hanych, T. Basyuk // Sustainable tourism for development. Proceeding of International conference (Zhovkva, March 19-22, 2017). Lviv, 2017. P. 25-28.

УДК 330.101:004

*Луцак Р.Л., д.е.н., професор
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів*

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Однією з ключових мегатенденцій сучасного світу є всебічний перехід до цифрової економіки. Світ вже активніше входить в середовище інформаційної економіки, яка охоплює всі без винятку сфери суспільного життя: економіку, бізнес, соціальну діяльність, державне управління, політику, житлово-комунальне господарство, державний сектор та сектор інформаційних технологій.

Безперечно, інформаційне суспільство є теперішньою ознакою розвитку країни та її економіки. Так цифрові інформаційно-технологічні інновації займають все вагомніше значення у забезпеченні та підвищенні якості суспільного життя. Та більше, інформатизація стає основою для створення нових видів економічної діяльності та відкриває нові ринки і продукти.

Примітно, що розвиток цифрової економіки все тісніше пов'язаний з підприємницькою діяльністю, соціально-економічним зростанням, міжнародною конкурентоспроможністю, інклюзивністю та економічною безпекою національного господарства.

У цьому контексті все більшого значення набуває розробка та реалізація ефективної державної політики, спрямованої на забезпечення розвитку цифрової економіки України. Така політика має бути апріорі добре сформульована, чітко спланована та реалізована у визначеній послідовності, а досягнення стратегічних

орієнтирів державного регулювання є свідченням дотримання обраного напрямку. Крім того, стратегічні пріоритети державної політики є орієнтирами для всіх інших елементів, механізмів, засобів та інструментів державного регулювання на нижчих рівнях адміністративної ієрархії в міру їх визначення та закріплення.

Тому відправною точкою для формування та подальшої реалізації державної політики у сфері розвитку цифрової економіки в Україні є визначення та обґрунтування стратегічних пріоритетів державного регулювання [1, с. 14-19]. Слід визнати, що останніми роками в нашій країні питанням регулювання розвитку цифрової економіки неодноразово надавалась належна увага на різних рівнях.

Відповідно актуалізується завдання формулювання більш конкретних та функціонально орієнтованих стратегічних орієнтирів державного регулювання сектору цифрової економіки в Україні, і на цій основі доречно розробляти більш системну, комплексну та з вищим ступенем ефективності державну політику. Крім того, визначені орієнтири повинні не лише закріпити основні напрями державної політики, а й забезпечити етапи та послідовність її формування та реалізації.

Так, на першому етапі важливо сформувати повноцінний потенціал сектору цифрової економіки. В Україні значною мірою такий потенціал є і підтвердження цьому велика кількість підприємств у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, професіоналів, які працюють у цій сфері, наявність конкурентоспроможних інформаційно-технологічних продуктів, визнаних на національному та міжнародному ринках, високі показники ефективності сфери інформаційно-комунікаційних технологій та добре розвинена система освіти і навчання [2, с. 44-58]. Однак є підстави вважати, що більшого і системного успіху можна досягти в результаті впровадження комплексного методологічного підходу до нарощування потенціалу цього сектору економіки.

Можна припустити, що нарощування потенціалу цифрової економіки необхідне для подальшого підвищення його конкурентоспроможності та ефективного використання, що є важливим фундаментальним фактором національної безпеки України [3, с. 64-76]. Відтак, стратегічні пріоритети другого етапу державної політики розвитку цифрової економіки України доречно зосередити на створення та зміцнення конкурентних позицій цієї ланки національної економіки.

Примітно, що після посилення конкурентоспроможності з'являється можливість перейти до наступного етапу еволюції цифрової економіки. Цей етап уможливить створення та впровадження цифрових технологій не лише у новостворювані продукти, а й у системи управління бізнес-процесами в усіх видах економічної діяльності, а також повну інформатизацію адміністративних, соціальних та інших суміжних систем [4, с. 41-54]. Саме стратегування державної політики розвитку цифрової економіки дозволяє якісно підійти до організації та посилення якості державного регулювання інформатизації і цифровізації економічної системи України.

Список використаних джерел:

1. Lupak R., Shtets T., Vasylytsiv T. General aspects of state policy to ensure the digital transformation of the national economy. International independent scientific journal. 2020. № 20. Vol. 2. P. 14–19.
2. Vasylytsiv T. G., Mulska O. P., Levytska O. O., Lupak R. L., Semak B. B., Shtets T. F. Factors of the Development of Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. Science and innovation. 2022. № 18(2). P. 44–58.
3. Kutsyk P., Lupak R., Kutsyk V., Protsykevych A. State Policy of the Investment Processes Development on the Market of IT Services: Analytical and Strategic Aspects of Implementation in Ukraine. Economic Annals-XXI. 2020. № 182 (3-4). P. 64–76.
4. Vasylytsiv T., Lupak R., Kunytska-Iliash M., Shtets T. Trends of State Policy to Improve Structural Characteristics of the Digital Economy Sector. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. 2020. Tom 89. № 2. P. 41–54.

УДК 314.1

*Бараняк І.Є., к.е.н.
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»
м. Львів*

СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ НАСЛІДКИ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ¹

Складність моніторингу, а відтак оцінювання соціально-демографічних наслідків міграції населення в умовах війни полягає у тому, що саме по собі переміщення населення у результаті воєнних конфліктів, природних чи техногенних катаклізмів, як правило непередбачуване та слабо прогнозоване. Це безпосередньо впливає на інституційну спроможність органів державної влади якісно та оперативно здійснювати належний облік переміщення населення. Тому країни, які стикаються з міграцією воєнного часу збирають дані шляхом поєднання переписів населення, опитувань домогосподарств, підрахунків на кордонах, адміністративних записів, а також та міграційних реєстрів держав-бенефіціарів людських ресурсів.

На загал оцінювання масштабів міграції населення в умовах погіршення безпекової ситуації в Україні здійснено у дослідженні Е. Лібанової, О. Позняка, О. Цимбала [1], а також працях львівської школи регіоналістики [2, 3, 4]. Незважаючи на практичну значимість вищенаведених досліджень, наявні методичні підходи до моніторингу соціально-демографічних наслідків міграції населення України в умовах війни потребують удосконалення.

На міжнародному рівні інформація та статистичні відомості про так звану вимушену міграцію збираються та поширюються міжурядовими організаціями, до яких належить Управління Верховного комісара ООН у справах біженців

¹ Тези підготовлені у межах виконання гранту НАН України дослідницьким лабораторіям/групам молодих вчених НАН України : «Міграційна безпека як детермінанта соціально-економічної резильєнтності України: просторовий вимір (номер державної реєстрації 0124U002049).

(УВКБ ООН), Міжнародна організація з міграції (МОМ), Дитячий фонд ООН (UNICEF), Євростат, а також неурядові організації як Центр моніторингу внутрішнього переміщення [5].

Не менш прикладне значення можуть мати регулярні соціологічні обстеження вимушених мігрантів з питань зайнятості, проблем соціально-економічної інтеграції та інших питань, які проводяться на базі потужностей аналітичних центрів, академічних спільнот, статистичних відомств держав-реципієнтів вимушеної міграції. Інформація отримана з даних обстежень не забезпечує завжди високу якість та достовірність даних, але може стати підґрунтям для подальших оцінок, в тому числі при формуванні плану заходів з рееміграції переселенців до території їх постійного проживання.

Зрештою активізація процесів міграції в умовах погіршення безпекової ситуації потребує розробки нового методологічного підходу їх моніторингу. Показники оцінювання соціально-демографічних наслідків міграції населення в умовах війни узагальнено у табл. 1.

Таблиця 1

Детермінанти оцінювання соціально-демографічних наслідків міграції населення в умовах війни

Компоненти	Показники	
	Індикативні	Структурні
1	2	3
Чисельність мігрантів	Кількість населення, що покинули місця постійного проживання загалом та у зрізі територій-реципієнтів людських ресурсів, осіб	Частка мігрантів у загальній структурі населення територій походження, % Кількість мігрантів у розрізі ключових країн-реципієнтів у загальній структурі населення територій походження, %
Статевікова структура мігрантів	Чисельність жінок, чоловіків, дітей, осіб у працездатному та пенсійному віці залучених до міграцій воєнного часу в цілому та у зрізі територій-бенефіціарів, осіб	Частка жінок, чоловіків у структурі міграцій воєнного часу та загальній структурі населення територій-походження, % Коефіцієнт гендерної рівності (співвідношення чоловіків та жінок); Частка дітей, осіб працездатного та пенсійного віку у структурі міграцій воєнного часу відповідної вікової групи, % Частка дітей, осіб працездатного та пенсійного віку у структурі населення території-походження, %
Освітня структура	Кількість учнів, студентів залучених у міграційні процеси воєнного часу	Частка учнів, студентів мігрантів, у загальній структурі населення відповідної категорії територій-походження, %

Продовження таблиці 1

1	2	3
<i>Інтелектуально-кадрова структура</i>	Чисельність економічно активного населення, осіб з вищою освітою, професіоналів та висококваліфікованих кадрів залучених у міграційні процеси воєнного часу	Частка економічно активних мігрантів, осіб з вищою освітою, професіоналів та висококваліфікованих кадрів, у загальній структурі населення відповідної категорії, %
<i>Міграційні наміри</i>	Кількість мігрантів з бажанням інтегруватися/адаптуватися у приймаючому соціумі територій-реципієнтів	Частка мігрантів, яка готова інтегруватися/адаптуватися у приймаючому соціумі, у розрізі ключових територій-реципієнтів людських ресурсів
<i>Деформація екістико-поселенської структури</i>	Чисельність мігрантів, які покинули країну, регіон, місто, село	Кількість мігрантів, яка проживала у певному регіоні, міста чи селі у розрахунку на 1 тис. осіб довоєнного періоду, осіб

Джерело: побудовано автором

Оцінювання впливу вимушеного переміщення населення на деформацію статевікової, освітньої, інтелектуально-кадрової, екістико-поселенської структур розселення населення на територіях-походження мігрантів ґрунтується на запропонованій системі детермінант моніторингу соціально-демографічних втрат людського потенціалу. Авторська система моніторингу передбачає формування інформаційно-аналітичної бази індикативних та структурних детермінант: кількість та частка населення, що вимушено покинули місця постійного проживання загалом та у зрізі територій-реципієнтів людських ресурсів, частка економічно активних мігрантів, осіб з вищою освітою, професіоналів та висококваліфікованих кадрів у загальній структурі населення відповідної категорії, кількість та частка учнів, студентів вимушених мігрантів у загальній структурі населення відповідної категорії територій-походження тощо.

Очевидно, що масове переміщення населення у результаті погіршення безпекової ситуації дозволяє детермінувати поточні (фактичні) втрати людських ресурсів, що реально відбулися у статевіковому, інтелектуально-кадровому, екістико-поселенському зрізах. Однак у довгостроковому горизонті доцільно також говорити про високу ймовірність виникнення вторинних втрат. У випадку успішної адаптації та інтеграція першої хвилі вимушених мігрантів на нових територіях проживання та нестабільної ситуації в регіонах походження мігрантів у процеси переміщення можуть залучатися родичі, друзі та широке коло знайомих, особливо висококваліфіковані кадри здатні швидко знайти роботу та адаптуватися до нових умов. В свою чергу інтенсифікація міграційних процесів до місць з високими соціально-економічними стандартами життя та їх інтелектуалізація може деструктивно впливати на розвиток людського потенціалу територій-донорів.

Список використаних джерел:

1. Лібанова Е.М., Позняк О.В., Цимбал О.І. Масштаби та наслідки вимушеної міграції населення України внаслідок збройної агресії Російської Федерації. Демографія та соціальна економіка, 2022. №2(48). С. 37-57. DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2022.02.037>
2. Бараняк І.Є. Вимушена міграція населення з України: соціально-демографічний профіль. Академічні візії. 2023. № 24. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10053549>
3. Бараняк І.Є. Теоретико-концептуальні підходи до дослідження вимушеної міграції населення. Економіка та суспільство. 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-56>
4. Біль М.М. Вимушена міграція в умовах високої соціальної вразливості населення України. Migration & Law. 2023. Vol. 2, issues 5-6. С. 31-43. <http://doi.org/10.32752/2786-5185-2022-2-5-6-31-43>
5. Migration Data Portal. URL: <https://www.migrationdataportal.org/themes/forced-migration-or-displacement>

УДК 330

*Бойко Р.В., к.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів*

ПАРАМЕТРИ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЇХ ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНУ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПОЛІТИКУ

Досягнення завдань, які стоять перед регіональними та місцевими органами влади в частині задоволення потреб економіки й суспільства в інвестиціях, нівелювання викликів і загроз функціонування та розвитку економіки в інвестиційній сфері, реалізація інвестиційного потенціалу відносно розширеного відтворення економічної системи, потребують впровадження низки заходів. Беззаперечно, що висока інвестиційна активність в першу чергу потребує формування сприятливого інвестиційного середовища. Визначенню його параметрів присвячено значну увагу багатьма науковцями [1-3], які, на загал, вказують на наступні:

- прогресивне законодавство, що відповідає кращим світовим практикам та є сприятливим для розвитку бізнесу й вкладання капіталу;
- стабільність інституціональної та політичної системи, відсутність системної корупції, адміністративного тиску на бізнес, прозорість проходження дозвільних та погоджувальних процедур;
- доступність енергетичних мереж, земельних ділянок, отримання дозволів на будівництво та стан розвитку будівельного сектора;
- залученість та прийнятна вартість залучення фінансово-інвестиційних ресурсів;
- стабільність економіки та національної грошової одиниці, значна місткість внутрішнього ринку та позитивна динаміка його зростання;
- наявність ресурсного, у т. ч. інтелектуально-кадрового, забезпечення;
- розвиненість регіональної інноваційної інфраструктури, висока інноваційно-технологічна активність в економіці;
- прийнятне фіскальне навантаження на бізнес, рівні умови для всіх суб'єктів господарювання;

– високий рівень захисту права приватної власності, прозорість судової системи, відсутність проявів рейдерства, криміналізації економічних відносин.

Однак, це лише так званий загальний зовнішній контур (за формування якого в більшій мірі відповідальні органи центральної влади), тоді як внутрішній професійний (прерогатива регіональних органів управління та місцевого самоврядування) стосується підготовки інвестиційних площадок і майданчиків, розробки інвестиційних карт та популяризації пропозицій з-поміж потенційних інвесторів, діяльності інвестиційних нянь, інших форм консультативно-організаційної підтримки та всебічної допомоги інвесторам.

Важливо наголосити на тому, що вказані підсистеми в сукупності, власне, формують потрібне та сприятливе інвестиційне середовище і одне з них без іншого не працює, це має бути цілісна система. Адже гарне інституційне середовище при суцільних переполах з боку місцевої влади або ж, навпаки, активна робота на рівні громад і територій щодо залучення та обслуговування інвесторів не дадуть належної віддачі, коли в країні не стабільне і не сприятливе законодавство, системна корупція, непрозорі суди, а окремі економічні агенти застосовують офшорні юрисдикції для несплати податків, виведення коштів за кордон з подальшою тінізацією капіталу й інвестицій.

Таким чином, ведемо мову про інвестиційну політику і, що важливо, елементи цієї політики мають бути не тільки узгодженими, але чітко зорієнтованими на, по-перше, структурні зміни й реформи, по-друге, розвиток економічної системи та зростання якості життя місцевого населення.

Можна з високим рівнем вірогідності стверджувати про те, що механізми інвестиційної політики на нині вважаються достатньо усталеним у профільній економічній літературі. Так, у [4] зазначається, що механізм інвестиційної політики являє собою цілеспрямовані планові поетапні дії (інституційного, економічного та організаційного характеру), які визначають (змінюють) умови перебігу інвестиційних процесів задля реалізації провідних соціально-економічних завдань зростання територій країни, орієнтовані на формування сприятливого інвестиційного клімату, структурну перебудову та системне підвищення рівня ефективності економічної системи.

Щодо результатів його впровадження безпосередньо на регіональному рівні, то це створення нових робочих місць, збільшення обсягів виробництва і збуту продукції (надання послуг), зростання доходів та підвищення добробуту населення, ефекти синергії, які забезпечують збільшення місткості внутрішнього ринку й надалі – розширене відтворення регіональної соціально-економічної системи.

Список використаних джерел:

1. Геєць В.М. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку : Монографія. К. : Інститут економіки та прогнозування, Фенікс, 2003. 1008 с.
2. Крахмальова Н.А., Ліщук В.В. Інвестиційний клімат і проблеми іноземного інвестування в Україні : Монографія. Київ : КНУТД, 2017. 223 с.
3. Мельник М.І. Інвестиційний клімат регіону: теоретичні та прикладні засади дослідження : Монографія. Львів: ІРД НАН України, 2005. 304 с.
4. Цанько О. Теоретичні основи формування інвестиційної політики: регіональний аспект. Ефективність державного управління. 2016. Вип. 1 / 2 (46/47). Ч. 2. С. 92-99.

*Дмитришин Б.В., к.е.н. доцент;
Череватенко С.П.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

РИЗИКИ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Відкритий збройний напад росії спричинив значні нові виклики, ризики та проблеми для ведення підприємницької діяльності, розвитку України як держави в цілому.

Наша країна протягом багатьох років страждала від недостатнього рівня інвестицій, значно поступаючи за сусідніми країнами за обсягами залучених інвестицій. Відновлення зруйнованої під час бойових дій промислової інфраструктури та проведення структурної модернізації потребуватиме значного збільшення обсягів інвестування. Проте умови постійних воєнних дій роблять українську промисловість малопривабливою для приватних інвесторів. Якщо високий ризик безпеки буде тривати середньостроковий період, інвестиційна криза може стати тривалою, а кошти державного бюджету та міжнародних організацій будуть переважно спрямовані на соціально-гуманітарну сферу та відновлення критичної інфраструктури [1].

Значна невизначеність щодо перспектив компенсації збитків від знищення/пошкодження виробничих активів та повернення контролю за бізнесами після звільнення окупованих територій на тлі поглиблення макрофінансових дисбалансів у 2022 році стали причинами підвищення систематичного ризику. Премія за ризик країни (CRP) для України у 2022 році зросла втричі – з 6% до 17%. Це означає, що очікувана плата за капітал в Україні на початок 2023 року була на 17 відсоткових пунктів вищою порівняно із США. У відповідь на зростання систематичного ризику середньорічні відсоткові ставки за новими кредитами підприємствам підвищилися майже удвічі – з 9,6 до 16,4% річних [2].

Через військову агресію зі сторони російської федерації суб'єкти підприємництва позбавлені можливості належно виконувати свої зобов'язання. Відповідно до законодавства України, засвідчення форс-мажорних обставин (обставин непереборної сили) на підставі загальних ситуацій та/або введених/діючих режимів не передбачається. Одночасно для засвідчення обставин непереборної сили, які можуть виникнути в конкретному випадку, необхідно наявність низки передумов [3, с.222].

На тлі докапіталізації та обмеженого доступу до капіталу на фінансових ринках під час війни у малого бізнесу виникають додаткові витрати, пов'язані з евакуацією активів матеріальних для уникнення загрози їх знищення та ведення бізнесу / або втрати за ним контролю внаслідок окупації території ворогом.

Оприлюднені фінансові результати лише частково розкривають загальний масштаб втрат капіталу за цей період, оскільки частина підприємств була змушена припинити господарську діяльність і не подавала звітність, а частина опинилася на тимчасово окупованих територіях.

З урахуванням високих макрофінансових ризиків та на основі попередніх криз останнього десятиліття, українські компанії створили та впровадили захисні фінансові моделі, які не залежать від залучення капіталу на фінансових ринках. Основними складовими цих моделей були:

1) використання власних коштів у формі квазіборгів (захисні фінансові моделі);

2) нагромадження ліквідного капіталу поза межами фінансової системи України (офшоризація) [2].

Податкові ризики за весь час дії воєнного стану постійно коливались. Так, на початку війни податковою було запроваджено ряд послаблень. Втім, станом на сьогодні, більшість цих послаблень вже скасовано [4].

Під час воєнних дій ці захисні моделі допомогли пом'якшити негативний вплив скорочення капіталу на внутрішньому ринку на фінанси компаній. Проте зростання систематичного ризику сповільнило інвестиційний процес та обмежило доступ до зовнішнього капіталу, що негативно позначиться на перспективах післявоєнного розвитку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Пріоритети забезпечення стійкості промисловості й аграрного сектору економіки України в умовах повномасштабної війни : аналіт. доп.; за ред. Я.А. Жаліла. Київ : НІСД, 2023. URL: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.04> (дата звернення: 10.05.2024).

2. Фінанси підприємств України під час війни та завдання їх повоєнного відновлення : наукова доповідь / за ред. В.В. Зимовця. Київ: НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України», 2023. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/8/Finansy-pidpriemstv-Ukrainy-pid-chas-vijny.pdf> (дата звернення: 10.05.2024).

3. Панькова Л.О., Гуцалюк О.В. Підприємницька діяльність в Україні в умовах воєнного стану. Юридичний науковий електронний журнал. 2023. №6. С. 220-223.

4. Лошенко О.В., Мурована Т.О. Ризики ведення бізнесу в умовах воєнного стану та шляхи їх подолання. Ефективна економіка. 2023. №2. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1166> (дата звернення: 10.05.2024).

УДК 338:330

*В'юник О.В., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сучасні умови провадження господарської діяльності підприємств характеризуються прискореними тенденціями цифровізації усіх процесів.

Процеси цифровізації супроводжуються як значними можливостями щодо покращення ефективності господарської діяльності (електронна комерція, просування товарів і послуг у цифровому просторі, прискорення комунікації та зниження її вартості, залучення нових споживачів та освоєння інших ринків збуту тощо), так і низкою загроз, що пов'язані з необхідністю дотримання заходів у сфері кібербезпеки, захисту конфіденційної й персональної інформації від несанкціонованого доступу та ін. На сьогодні, господарська діяльність значної кількості вітчизняних компаній відзначається низькою ефективністю або збитковістю, що актуалізує потребу у пошуку шляхів її підвищення, одним з яких є всебічне використання досягнень цифрової економіки.

Розглядаючи можливості вітчизняних підприємств у сфері використання досягнень цифровізації, варто відзначити: можливості трансформації їх комерційної діяльності (шляхом кращого усвідомлення власних переваг та очікувань клієнтів, забезпечення персоналізованого характеру продажу продукції чи послуг, моделювання взаємовідносин з партнерами), можливості трансформації власної бізнес-моделі (завдяки реалізації часткових цифрових змін, створенню нових цифрових підприємств або адаптивних моделей на засадах аутсорсингу); можливості трансформації операційних бізнес-процесів (завдяки їх цифровізації, віртуалізації, впровадженню транзакційних систем продуктивності) [2].

Оскільки успішність впровадження досягнень цифровізації значною мірою залежить від наявності кваліфікованого кадрового складу, готового до використання цифрових технологій у практичній діяльності, для сучасних господарюючих суб'єктів важливо створювати «цифрові» робочі місця, надавати змогу працівникам виконувати певні види робіт у дистанційному форматі, забезпечувати їх технічними засобами, новітніми програмними продуктами. Одночасно, слід приділяти увагу навчанню працівників навичкам застосування цифрових технологій, їх ефективному мотивуванню та дотриманню трудової дисципліни, питанням кібербезпеки тощо [3].

Оскільки умови сьогодення відзначаються значним поширенням цифрової економіки, проникненням досягнень цифровізації у сферу ринку праці, прискоренням цифрової трансформації господарюючих суб'єктів, це вимагає формування новітніх підходів до забезпечення економічної безпеки підприємств, включаючи безпеку персоналу та безпеку інформації [1], розвитку цифрових компетентностей і цифрової культури [4].

Зважаючи на викладене, до актуальних напрямів підвищення ефективності діяльності підприємств за умов стрімкого розвитку цифрової економіки доцільно віднести:

- удосконалення вітчизняної законодавчо-нормативної бази, яка регулює питання цифровізації національної економіки та провадження діяльності господарюючих суб'єктів із використанням цифрових технологій;

- створення належного підґрунтя для використання технологій штучного інтелекту, максимально застосовуючи його позитивні можливості та уникаючи недоліків і загроз;

- сприяння розвитку матеріально-технічної бази підприємств за рахунок обладнання робочих місць новітньою комп'ютерною технікою та засобами комунікації;
- використання в діяльності господарюючих суб'єктів новітніх програмних продуктів і технологій, включаючи розширені засоби аналітичних розрахунків;
- подолання так званого «цифрового розриву» як у сфері доступу працівників до новітніх інформаційно-комунікативних технологій, так і щодо розвитку навичок їх використання, а також розвиток цифрової культури;
- пошук та диверсифікація джерел інвестицій у розвиток цифрових технологій підприємств;
- активізацію міжнародної співпраці у напрямі використання досягнень цифрової економіки, участь у міжнародних грантах і програмах у цій сфері;
- сприяння ефективній дистанцій зайнятості працівників підприємств (за тими напрямками роботи, де це можливо), що створює підґрунтя для підвищення продуктивності трудової діяльності, забезпечення особистої безпеки персоналу в умовах загроз воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Андріїв Н.М. Формування системи економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації ринку праці. Приазовський економічний вісник. 2023. Вип. 2. С. 25-29.
2. Каліна І.І., Палій С.А., Шуляр Н.М. Визначення основних пріоритетів реалізації стратегії цифровізації підприємств в умовах воєнного стану. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2022. Вип. 3. С. 63-69.
3. Міщенко В.І. Забезпечення стійкості кадрового потенціалу підприємства в умовах цифровізації. Економічний простір. 2022. №182. С. 93-100.
4. Чернух Д.В. Корпоративна культура польських та українських підприємств в умовах цифровізації: порівняльний аналіз. Вісник економічної науки України. 2023. №1. С. 151-160.

УДК 338.2

Євдокімова М.О., к.е.н., доцент;

*Соколовська А.С.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Державний біотехнологічний університет
м. Харків*

УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне функціонування підприємства в першу чергу залежить від правильного управління капіталом підприємства, а його важливою складовою є оптимізація структури капіталу.

На сьогодні не має єдиного методу оптимізації структури капіталу підприємства, завдяки якому воно може визначити оптимальне співвідношення між власними позиковими грошовими коштами. Отже, кожне підприємство повинне управляти не тільки капіталом, а його структурою, досягнути такого

співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел коштів, яке б могло здійснювати найбільший позитивний вплив на досягнення поставлених перед підприємством стратегічних цілей.

Подольська В.О. вважає, що оптимізація структури капіталу – це таке співвідношення між власним та позиковим капіталом, за якого забезпечується найбільш ефективна пропорційність між доходністю та фінансовою стійкістю підприємства [1]. Як правило, для розрахунку оптимальної структури капіталу використовується механізм фінансового важеля. Він дає можливість, враховувати переваги використання позиченого капіталу, збільшувати рівень показника рентабельності власного капіталу підприємства. Бланк І.О. визначає що, фінансовий леверидж – це один із основних механізмів реалізації такого завдання фінансового менеджменту, як максимізація рівня рентабельності за заданим рівнем фінансового ризику. Ефектом фінансового левериджу він називає показник, що відображає рівень додатково генерованого прибутку власним капіталом за різної структури залучення позикового капіталу [2].

Оптимізація структури капіталу – це важливий етап стратегічного аналізу капіталу підприємства, він полягає у визначенні співвідношення між вартістю, втіленою у кошти підприємства, які йому належать і приносять прибуток, та вартістю, інвестованою в грошові кошти, що залучаються на основі їх повернення, завдяки чому досягається максимальна ефективність діяльності підприємства.

Під час розрахунку оптимального співвідношення власного та позикового капіталу необхідно враховувати не тільки вже відпрацьовані методи оптимізації структури капіталу, але й показники резерву капіталу, рентабельності капіталу підприємства та кредитоспроможності.

Управління оптимальною структурою капіталу підприємства сприяє отриманню максимального прибутку, фінансовій стійкості рентабельності, високим показникам ліквідності, платоспроможності. Від правильного формування та раціональної структури капіталу значною мірою залежать темпи росту виробництва продукції і національного доходу країни.

Основною метою оптимізації структури капіталу є пошук оптимального співвідношення між власним і позиковим капіталом, то виходячи з цього можна сформулювати основні завдання оптимізації структури капіталу: формування необхідної структури капіталу, що забезпечує сталий розвиток підприємства та забезпечення таких умов, за яких підприємство отримуватиме максимальну суму прибутку. Виділяють три методи оптимізації структури капіталу:

- оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Цей метод ґрунтується на багатоваріантних розрахунках рівня фінансової рентабельності;

- оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості. Метод ґрунтується на попередній оцінці власного і позиченого капіталів за різних умов їх формування, обслуговування;

- оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків. Він пов'язаний із процесом диференційованого вибору джерел фінансування різних складників активів підприємства [3].

Процес управління структурою капіталу підприємства передбачає існування цільової структури капіталу, тобто таке співвідношення її елементів, яке дозволить забезпечити досягнення обраного критерію оптимізації. Цей показник відображає фінансову ідеологію її власників або менеджерів та входить у систему стратегічних цільових нормативів його розвитку. Визначення оптимальної структури капіталу підприємства потребує вибору компромісу між ризиком та дохідністю, між переважною часткою власного або ж позикового капіталу в загальній сумі капіталу, враховуючи переваги та недоліки їх залучення та використання [4].

Ефективність діяльності суб'єкта підприємницької діяльності значною мірою залежить від рівня розвитку та системи управління оптимізацією структури капіталу. Оптимізація структури капіталу – це один з основних атрибутів діяльності, від моменту створення підприємства до його ліквідації, а тому важливою характеристикою підприємства є ефективність його управлінської системи.

Список використаних джерел:

1. Подольська В.О. Фінансовий аналіз : навч. посібн. / В.О. Подольська, О.В. Яріш. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
2. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент : навчальний курс / І.А. Бланк. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Ніка-Центр, Ельга, 2004. – 656 с.
3. Великий Ю.М., Тешева Л.В., Височін З.В. Управління оптимізацією структури капіталу підприємства / Причорноморські економічні студії. 2018. Випуск 29. С.68-72.
4. Дуда С., Палько В. Узагальнення методичних підходів до оптимізації структури капіталу підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.2. С. 227-233.

УДК 338.984

Журило І.В., к.е.н., доцент;

Разумний В.В.,

*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З початку розвитку економічної науки питання ефективного функціонування підприємств були предметом пильної уваги дослідників і практиків. Особливої актуальності сьогодні набула проблема вимірювання ефективності як інструмента оцінки ступеня прогресу на шляху досягнення стратегічних цілей діяльності суб'єкта господарювання.

У намаганні створити найточнішу систему оцінки ефективності ГДП, включивши до неї якомога більшу кількість загальноприйнятих показників, дослідники часто не враховують той факт, що ці показники, як правило, не

пов'язані між собою. За словами Майєра Маршала В., в багатьох компаніях або їхніх підрозділах легко виявити слабку, а іноді й негативну кореляцію між рентабельністю, ринковою капіталізацією, задоволенням клієнтів та ефективністю бізнеса. Ці показники так само часто можуть змінюватися як в протилежних напрямках, так і в одному напрямку. Автор вбачає дві причини такого явища. По-перше, через багатофакторність концепції ефективності її оцінка є сама по собі доволі важким завданням. По-друге, труднощі виявлення і доведення переваг одних показників порівняно з іншими призводять до того, що їх вибір для оцінки ефективності майже завжди є довільним [4].

З іншого боку, якщо б усі показники були взаємопов'язані і сильно корелювали між собою (тобто збільшувалися або зменшувалися одночасно), то потреба у збалансованій системі множинних показників відпала б сама по собі, оскільки будь-який з показників повністю би відбивав стан ефективності підприємства.

У дійсності, взаємозв'язок між показниками оцінки ефективності є неістотним і кожен з них містить різну інформацію про ефективність діяльності. А тому, необхідно створити на рівні підприємства таку систему показників, які б повністю її характеризували.

Цікавою є практична порада щодо ведення бізнесу Роберта Каплана і Девіда Нортона: подібно пілотам, які використовують велику кількість приладів для відстеження параметрів роботи літака, менеджери повинні використовувати багатофакторні набори показників для оцінки ефективності своїх компаній. «Менеджерам необхідно мати збалансоване уявлення як про фінансові, так і про операційні показники... Система показників збирає в єдиний управлінський звіт множину уявно розрізнених елементів, які характеризують поточну конкурентоспроможність компанії» [3, с. 21].

Крім того, Р. Каплан і Д. Нортон піддавали критиці ті академічні дослідження, котрі не приділяли достатньої уваги ключовій ролі, яку відіграє система збалансованих показників у системі стратегічного управління компанією: «Концепція збалансованої системи показників бере свій початок із системи оцінки ефективності, щоб стати організаційною основою, операційною системою для нової системи стратегічного управління» [2].

Попри підтримку даної теорії збоку ряду науковців, знайшлися і такі, що були стурбовані можливими небажаними наслідками такого підходу, аргументуючи свою позицію недосконалістю усіх показників ефективності. Деякі з систем оцінки «безнадійно застаріли та перетворилися на жорсткі обмежувачі, які занаптали соціологічні економіки» [4, с. 20].

При цьому не йдеться, що без показників оцінки ефективності можливо обійтися. Мається на увазі, що з ключовими проблемами вимірювання ефективності необхідно розібратися до того, як відповідні показники ляжуть в основу стратегій.

Виникає питання: якими властивостями мають володіти показники оцінки ефективності? В ідеалі вони мають відповідати критеріям, відображеним у табл. 1.

Критерії, яким повинні відповідати показники оцінки ефективності

№ з/п	Критерії	Сутність критерію та аргументація	Наслідки недотримання критерію та/або відповідні дії
1.	Мінімальність	Система повинна містити відносно невелику кількість показників оцінки (наприклад, три фінансових і три нефінансових показника)	У випадку великої кількості показників буде порушено принцип оптимальності лімітів засвоєння інформації і її буде втрачено
2.	Корисність для прогнозування	Нефінансові показники повинні слугувати визначальними показниками ефективності та передбачати майбутні фінансові результати, натомість фінансові – підсумковими показниками (сумувати результати).	Нефінансові показники, що не проявили себе як визначальні, можуть бути відхилені, якщо тільки вони не є для підприємства обов'язковими контрольними показниками з точки зору регулювання, етики і контролю безпеки
3.	Всеохоплюючий характер	Ідеальні показники мають охоплювати всю організацію та використовуватися повсюдно. На відміну від вузькоспеціалізованих, їх можна відстежити від нижчих до вищих рівнів управління підприємством	Такі показники можна піддати аналізу за напрямком зверху вниз і надати топ-менеджерам можливість простежити ефективність на більш низьких ланках, а працівники зможуть побачити зв'язки між власними результатами і результатами компанії. Також можна порівняти їх на горизонтальному рівні між різними підрозділами, тим самим сприяючи інноваціям і заохоченню ефективності
4.	Стабільність	Система управління має бути стабільною, а показники повинні мінятися поступово	У разі нестабільності системи люди втрачають розуміння цілей компанії, а їхня поведінка стає непередбачуваною
5.	Застосовність до заохочення	Ідеальні показники повинні лежати в основі заохочення персоналу за результати його діяльності	Для заохочення можна використовувати фінансові результати або показники нефінансового характеру, які впливають на фінансові результати

Джерело: складено авторами на основі [4]

Слід зазначити, що вимоги до ідеальних показників оцінки ефективності є дещо жорсткішими, ніж вимоги до показників у системі збалансованих показників, яка висуває лише дві вимоги: мінімальність і корисність для прогнозування [4].

Враховуючи вищевикладене, ми проаналізували ряд методичних підходів до оцінки ефективності діяльності підприємств, з метою вибору найбільш доцільного з них для застосування підприємствами АПК, які спеціалізуються на

вирощуванні сільгосппродукції. Нашу увагу привернув метод, запропонований авторами [1], в основу якого покладено систему з шести показників:

1) абсолютна додана вартість у грошовому виразі (скрадається з річного прибутку до оподаткування, фонду оплати праці та річних відрахувань до соціальних фондів);

2) динаміка доданої вартості (темпи зростання) – характеризує зміну доданої вартості у часі (у поточному періоді порівняно з попереднім);

3) абсолютна ефективність діяльності підприємства – характеризує його поточну здатність створювати додану вартість, через співвідношення річного обсягу реалізованої продукції та вартості матеріально-технічних та інших придбаних ресурсів для її створення;

4) динаміка ефективності діяльності підприємства (темпи зростання) – характеризує зміну ефективності діяльності підприємства у часі;

5) відносна ефективність діяльності підприємства – характеризує рівень ефективності діяльності підприємства відносно інших підприємств, що працюють на тому ж ринку (галузі);

б) середньогалузева (ринкова) ефективність діяльності підприємства – характеризує поточну здатність галузі (ринку) з n підприємств створювати додану вартість через співвідношення річного обсягу реалізованої продукції у галузі (на ринку) та вартості матеріально-технічних та інших придбаних ресурсів, що використано для її створення.

Запропонована система оцінки ефективності є достатньо простою для застосування, містить показники, які зазвичай доступні у річній статистичній звітності підприємства, використовує абсолютні, відносні та динамічні критерії ефективності, дає можливість зіставляти відповідні показники не лише за періодами роботи, а й у порівнянні з іншими підприємствами галузі (конкурентами), а також розробляти відповідні заходи щодо підвищення ефективності діяльності аналізованого суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Горобець Т.А., Гончарук А.Г. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. Економіка та управління підприємствами, 2019. Вип. №5(73). С. 77-86.

2. Kaplan R., Norton D. Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management: part 1», Accounting Horizons, 15, 1. 2001. P. 87-104.

3. Kaplan R., Norton D. Using the balanced scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review, 1996. 81 p.

4. Marshall W. Meyer. Rethinking Performance Measurement Beyond the Balanced Scorecard. Published by the Press Syndicate of the University of Cambridge, 2002. 272 p.

ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан економіки України характеризується швидкими змінами умов функціонування підприємств, загрозами фінансовим інтересам з боку як окремих суб'єктів господарювання так і високим рівнем фінансових ризиків. Тому, важливим завданням щодо забезпечення життєздатності підприємства є гарантування його фінансово-економічної безпеки. Безпека підприємства у загальному вигляді характеризується як відсутність різного роду небезпек і загроз, або наявність можливостей щодо їх попередження, захисту своїх інтересів та недопущення втрат нижче критичної межі. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно керівництво і спеціалісти будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Забезпечення економічної безпеки припускає встановлення, аналіз та оцінювання існуючих загроз для кожної з функціональних складових і розробку на їх основі системи заходів, що попереджають і протидіють виникненню кризових явищ на підприємстві. Аналіз і оцінювання економічної безпеки підприємства виконують у такий послідовності (рис. 1):

1. Виявлення внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають економічну безпеку підприємства (щодо кожної з функціональних складових), аналіз і оцінювання ступеня їх впливу
2. Розрахунок узагальнених показників економічної безпеки для кожної з функціональних складових
3. Розрахунок інтегрального показника економічної безпеки підприємства, розробка комплексу заходів, спрямованих на підвищення економічної безпеки та оцінювання їх ефективності

Рис. 1. Напрямки оцінювання економічної безпеки підприємства

Оцінювання рівня економічної безпеки здійснюється порівнянням розрахункових значень показника з реальними величинами, одержаними раніше стосовно підприємства, а також (коли це можливо) щодо аналогічних суб'єктів господарювання відповідних галузей економіки.



Рис. 2. Класифікація показників економічної безпеки за ознаками

На наш погляд, до ключових показників фінансової складової економічної безпеки підприємств відносять (табл.1.):

Таблиця 1

Ключові показники, що характеризують складові економічної безпеки підприємств

Показник	Розрахунок
1	2
1. Управлінська діяльність	
1. Частка керуючих у чисельності працівників підприємства	$K_{\text{пит вага кер}} = \frac{\text{чисельність керуючих}}{\text{середньооблікова кількість працівників}}$
2. Кількість підрозділів	N
3. Плинність кадрів	$K_{\text{плин}} = \frac{\text{чисельність звільнених}}{\text{середньооблікова кількість працівників}} \cdot 100$
4. Прибутковість персоналу	$K_{\text{приб перс}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{середньооблікова кількість виробничого персоналу}} \cdot 100$
2. Економічна діяльність	
1. Прибутковість інвестицій	$K_{\text{приб інвест}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{інвестиції}} \cdot 100$
2. Прибутковість активів	$K_{\text{приб акт}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{усього активів-нематеріальні активи}} \cdot 100$
3. Прибутковість власного капіталу	$K_{\text{приб вл кап}} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{середньорічна вартість власного капіталу}}$
3. Фінансова діяльність	
1. Коефіцієнт автономки	$K_{\text{авт}} = \frac{\text{власний капітал}}{\text{пасиви}}$
2. Коефіцієнт поточної ліквідності	$K_{\text{пот лікв}} = \frac{\text{грошові кошти, їх еквіваленти}}{\text{поточні зобов'язання}}$
3. Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	$K_{\text{пк/вк}} = \frac{\text{позикові кошти}}{\text{власний капітал}}$
4. Коефіцієнт маневреності грошових коштів	$K_{\text{ман к}} = \frac{\text{грошові кошти}}{\text{власний капітал}}$

1	2
4. Виробнича діяльність	
1. Фондовіддача	$\Phi_{\text{від}} = \frac{\text{обсяг валової (товарної) продукції}}{\text{середньорічна вартість основних виробничих фондів}}$
2. Коефіцієнт зносу основних засобів	$K_{\text{зн}} = \frac{\text{сума зносу основних виробничих фондів}}{\text{балансова вартість основних виробничих фондів}}$
5. Ділова активність	
1. Коефіцієнт сталого економічного зростання	$K_{\text{сез}} = \frac{\text{чистий прибуток - сплачені дивіденди}}{\text{середньорічна вартість власного капіталу}}$
2. Обіговість активів	$K_{\text{овк}} = \frac{\text{чиста виручка}}{\text{середньорічна вартість активів}}$
3. Обіговість власного капіталу	$K_{\text{овк}} = \frac{\text{чиста виручка}}{\text{середньорічна вартість власного капіталу}}$
6. Інформаційної безпеки	
1. Коефіцієнт повноти інформації	$K_{\text{пн}} = \frac{\text{обсяг інформації, що є в розпорядженні особи, яка приймає рішення}}{\text{обсяг інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення}}$
2. Коефіцієнт точності інформації	$K_{\text{м}} = \frac{\text{обсяг релевантної інформації}}{\text{загальний обсяг наявної в розпорядженні ОПР інформації}}$
3. Коефіцієнт суперечливості інформації	$K_{\text{сі}} = \frac{\text{кількості незалежних свідчень на користь ухвалення рішення}}{\text{загальна кількість незалежних свідчень у сумарному обсязі релевантної інформації}}$

Після розрахунку впливу функціональних складових на зміну сукупного критерію економічної безпеки підприємства здійснюють функціональний аналіз заходів з організації необхідного рівня економічної безпеки підприємства за окремими складовими (рис. 3).

1. Визначення структури негативних впливів за функціональними складовими економічної безпеки. Розподіл об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів
2. Фіксація вжитих превентивних заходів для запобігання негативним впливам за всіма функціональними складовими економічної безпеки
3. Оцінювання ефективності вжитих заходів з погляду нейтралізації конкретних негативних впливів за кожною складовою економічної безпеки
4. Визначення причин недостатньої ефективності заходів, ужитих для подолання вже наявних і можливих негативних впливів на економічну безпеку
5. Виявлення не усунених і очікуваних негативних впливів на рівень економічної безпеки, а також тих, що можуть з'явитися в майбутньому
6. Опрацювання рекомендацій щодо усунення існуючих негативних впливів на економічну безпеку й запобігання можливій появі нових
7. Оцінювання вартості кожного з пропонованих заходів щодо усунення негативних впливів на рівень економічної безпеки й визначення відповідальних за реалізацію таких заходів

Рис. 3. Послідовність аналізу заходів з організації необхідного рівня економічної безпеки

Отже, для прийняття рішення щодо управління безпекою підприємства, вагоме значення мають і методичні засади здійснення оцінки рівня фінансової складової, що мають забезпечити формування оперативної, гнучкої та комплексної системи моніторингу економічної безпеки.

УДК 004.8:330.341.1

*Кернасюк Ю.В., к.е.н., доцент,
завідувач сектору економічних досліджень
та аналізу науково-інноваційного потенціалу
Інститут сільського господарства Степу НААН,
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОСНОВА НОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Останніми роками генеративний штучний інтелект (у варіанті англ. – Artificial Intelligence, AI) поступово проникає в усі сфери діяльності людини – від смартфонів і комп'ютерів, автономних систем керування автомобілями до виробничих систем в різних секторах економіки. Більшість вітчизняних та іноземних дослідників пов'язують це безпосередньо із цифровою революцією та її всеохоплюючим впливом на цивілізацію. Проте цей вплив може свідчити про значно більші зрушення, які в найближче десятиліття призведуть до формування нової інноваційної економіки знань. Метою даного дослідження є вивчення та аналіз основних тенденцій і перспектив впровадження штучного інтелекту в різних секторах регіональної економіки на прикладі Кіровоградської області.

У дослідженнях вітчизняних вчених це питання розглядається в роботах Г. Андрощука [1], О. Піжук [2], О. Могилевської [3] та інших. Іноземні дослідники, такі як D. Mhlanga, вказують на те, що AI як важлива складова частина нової економіки на основі технологій Індустрії 4.0 привертає все більше уваги, особливо з огляду на її потенційний вплив на людство та можливості, які AI демонструє у зміні рівня і якості життя, роботи та функціонування економіки, а також способу управління [4]. Штучний інтелект – це технології з когнітивними здібностями, подібними до людських, які навчаються, виконують роботу та приймають рішення [5].

Цифрові технології здійснюють істотний вплив на розвиток традиційних галузей економіки і є складовою частиною сучасних управлінських систем у підприємстві, державному управлінні, у сферах оборони країни, безпеки держави і забезпечення правопорядку, а також створюють нові бізнес-моделі. Технології штучного інтелекту, поширення яких засновано на масовому використанні цифрової інформації та стрімкому зростанні обчислювальної потужності комп'ютерів, виходять зі сфери чисто теоретичних досліджень і стають одним із сегментів світового ринку, що може зумовити по-справжньому революційні результати. Встановлюючи зв'язки між мільярдами зовні не

пов'язаних один з одним елементів інформації, системи AI в змозі забезпечувати підвищення точності прогнозів погоди і зростання врожайності культур, покращувати діагностику захворювань, передбачати епідемії та підвищувати продуктивність праці у промисловості [1]. Швидкий розвиток технологій AI уже впливає на трансформацію всіх галузей без винятку. Нині всі види комунікацій і бізнес-процесів максимально схильні до впливу інновацій, тим самим ще більше посилюючи попит на них і глобальне зростання інвестицій у цю сферу [2].

З іншої сторони ступінь економічного ефекту від використання AI може відрізнятися від регіону до регіону. Водночас, ця варіація можливостей може бути залежною від переважної економічної діяльності регіону, а отже, від здатності штучного інтелекту безпосередньо впливати на економічну діяльність. Із урахуванням сучасних тенденцій та доступності AI спроможний принести значні переваги як розвиненим країнам світу, так і країнам, що розвиваються [3].

На сучасному етапі AI широко використовується в сільському господарстві та допомагає покращити ефективність його ведення завдяки більш швидкому виявленню захворювань рослин та їх шкідників, більш точному прогнозуванню врожайності та визначенню земель, схильних до дефіциту поживних речовин і мікроелементів. Також AI знайшов практичне використання в медицині, розробці нових хімічних матеріалів, управлінні складними технічними системами і т.п.

Економіка Кіровоградської області досить суттєво залежить від розвитку аграрного сектору. Нині близько 40-50 % валової доданої вартості припадає на аграрний сектор та харчову переробну промисловість. Тому ця сфера діяльності має досить значні перспективи впровадження технологій штучного інтелекту. Насамперед, AI дозволить більш раціонально використовувати наявні і обмежені земельні, водні та трудові ресурси в умовах глобальних викликів, в тому числі пов'язаних зі зміною клімату. Вже сьогодні існують технології, які дозволяють фермерам використовувати AI для таких напрямків, як точне землеробство, відстежувати вологість посівів сільськогосподарських культур, склад і структуру ґрунту, а також вести моніторинг температури і опадів в місцях вирощування, що дозволяє підвищити врожайність, навчившись по розумному доглядати за ними і визначати оптимальну кількість води або добрив.

Найближчі перспективи використання AI полягають у поєднанні його із Big Data, Data Mining, Internet of Things, системами зв'язку 5G і 6G та інноваційними геоінформаційними технологіями. Це відкриває нові можливості отримання зображення з високою роздільною здатністю для визначення меж фермерських господарств, розподілу посівів, більш точної оцінки та прогнозу врожайності сільськогосподарських культур. Стане можливим отримувати дані про фактичну врожайність для різних сортів та гібридів сільськогосподарських культур, а також кліматичні дані, включаючи кількість опадів, вологість, сонячне світло, температуру, вітер. Досить значного поширення останнім часом набувають дрони, квадрокоптери, а в наступні 10 років слід очікувати на більш широке застосування різних видів безпілотних транспортних засобів, роботизованих сільськогосподарських машин та агрегатів. Водночас, у тваринництві вже декілька десятиліть використовуються автоматизовані і роботизовані доїльні установки та зали, які теж побудовані на основі технологій AI.

За даними проведених експертних досліджень та форсайт-прогнозу до 2030 року в умовах Кіровоградської області очікується досить широке використання

технологій, пов'язаних із AI, яке дозволить сформувати нові ланцюги вартості та збільшити валовий регіональний продукт щонайменше вдвічі. Також зазнає змін структура регіональної економіки та зайнятість населення області. Варто також очікувати появу нових фахових професій та видів діяльності.

У цілому застосування AI та розробка інноваційних моделей машинного навчання для системного аналізу багатьох факторів дозволить істотно підвищити точність прогнозування впливу кліматичних змін на сільське господарств. Значно покращиться контроль за утриманням тварин, в тому числі завдяки постійному моніторингу їх харчових звичок і виявленню відхилень від норм годівлі. Системи на основі AI дозволять більш раціонально використовувати найбільш обмежений ресурс цього століття – воду, а також запобігатимуть її витокам та втратам в іригаційних системах. Регіональна економіка загалом отримає від технологій AI синергетичний ефект якісного соціально-економічного та сталого екологічного розвитку у вигляді нових компетенцій, знань та інновацій завдяки оптимізації розподілу обмежених ресурсів та кратному підвищенню рівня продуктивності їх використання у сільському господарстві та інших секторах.

Список використаних джерел:

1. Андрощук Г. Штучний інтелект: економіка, інтелектуальна власність, загрози. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2021. № 2. С. 56–74. DOI: <https://doi.org/10.33731/22021.236555>
2. Піжук О.І. Штучний інтелект як один із ключових драйверів цифрової трансформації економіки. Економіка управління та адміністрування. 2019. № 3 (89). С. 41–46. DOI: [https://doi.org/10.26642/jen-2019-3\(89\)-41-46](https://doi.org/10.26642/jen-2019-3(89)-41-46)
3. Могилевська О.Ю., Слободяник А.М., Сідак І.В. Вплив штучного інтелекту на українську і міжнародну економіку. Київський економічний науковий журнал. 2023. № 1. С. 45–52. DOI [10.32782/2786-765X/2023-1-6](https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-6)
4. Mhlanga D. Artificial Intelligence in the Industry 4.0, and Its Impact on Poverty, Innovation, Infrastructure Development, and the Sustainable Development Goals: Lessons from Emerging Economies? Sustainability. 2021. 13. 5788. <https://doi.org/10.3390/su13115788>
5. Gardezi M., Joshi B., Rizzo D. M., Ryan M., Prutzer E., Brugler S. & Dadkhah A. Artificial intelligence in farming: Challenges and opportunities for building trust. Agronomy Journal. 2023. P. 1–12. <https://doi.org/10.1002/agj2.21353>

УДК 728.5

*Красномовець В.А., к.е.н., доцент,
докторант кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗБАР'ЄРНОСТІ ГОТЕЛІВ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Створення безбар'єрного середовища є однією з найважливіших проблем сучасного суспільства. Це стосується не лише людей з інвалідністю, але й людей

похилого віку, сімей з маленькими дітьми, вагітних жінок та інших маломобільних груп населення. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення безбар'єрного середовища для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» встановлює мінімальні вимоги до доступності будівель та споруд, а також передбачає відповідальність за їх недотримання [1]. В Черкаській області також діє ряд регіональних програм, спрямованих на створення безбар'єрного середовища.

У 2022 році вперше інвалідність було встановлено у 3650 осіб, з яких 34,2% – жінки у віці 18-54 років, а 41,9% – проживають у сільській місцевості. Найпоширенішими причинами інвалідності були захворювання системи кровообігу (23,8%), новоутворення (21,6%), захворювання кістково-м'язової системи і сполучної тканини (15,8%), травми та отруєння (8,4%), захворювання нервової системи (5,8%), захворювання ендокринної системи, розлади харчування, порушення обміну речовин (5,7%), розлади психіки та поведінки (5,5%). У 2022 році пенсію з інвалідності отримували 95,6 тис. осіб (24,1% від загальної чисельності пенсіонерів), середня сума якої становила 3868 гривень на місяць. На початок 2023 року державну соціальну допомогу особам, які не мають права на пенсію, та особам з інвалідністю отримали 7,2 тис. осіб (40,3% – жінки), середня сума якої становила 2119 гривень на місяць [2].

Наведемо готелі в Черкаській області, які, згідно сайту Booking [3], доступні для людей з інвалідністю (табл. 1).

Готелі в Черкаській області вживають різних заходів для забезпечення безбар'єрності, зокрема:

– Наявність пандусів та ліфтів. Більшість готелів в Черкаській області обладнані пандусами та ліфтами, що дозволяє людям з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення вільно пересуватися по будівлі.

– Спеціально обладнані номери. Деякі готелі пропонують номери, спеціально обладнані для людей з інвалідністю. Ці номери мають ширші двері, низькі вимикачі, поручні в ванних кімнатах та інші зручності.

– Навчання персоналу. Персонал готелів проходить навчання з питань надання допомоги людям з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення.

– Інформаційні стенди. У готелях розміщуються інформаційні стенди з інформацією про доступні послуги та зручності для людей з інвалідністю.

– Веб-сайти. Багато готелів мають веб-сайти, на яких є інформація про доступність готелю для людей з інвалідністю.

Таблиця 1

Ступінь доступності окремих готелів Черкащини для людей з інвалідністю згідно даних сайту онлайн бронювання Booking.com [3]

Назва готелю	Показники доступності		
	Підходить для людей з інвалідністю	Паркінг для людей з обмеженими можливостями	Ліфт для людей з обмеженими можливостями
1	2	3	4
Готель «Застава» м. Умань	+		

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Готель «Перлина» с. Свидівок	+		
Готель «Оптіма» м. Черкаси	+		
Готель «Дніпро» м. Черкаси	+	+	+
Готель «מלון אורוט OROT HOTEL», м. Умань	+	+	+

Черкащина планує впроваджувати регіональний План для втілення Національної стратегії створення безбар'єрного простору. У Черкаській області працюють над створенням безбар'єрного середовища в рамках регіонального Плану з виконання Національної стратегії щодо створення безбар'єрного простору. Цей документ прийняли на 2023-2024 роки. Регіональний План заходів був розроблений спільно з громадськістю в межах Національної стратегії створення безбар'єрного простору в Україні до 2030 року, прийнятої у 2021 році. Ініціатором роботи над стратегією була перша леді України Олена Зеленська [4].

«Коли ми говоримо про безбар'єрний простір, ми маємо на увазі забезпечення однаково вільного та комфортного доступу для мільйонів українців до закладів освіти, громадських місць, транспорту тощо», – зазначив голова Черкаської області Ігор Табурець. «Особливо зараз, коли війна загострила ці проблеми. Перший крок уже зроблений: Кабінет Міністрів ухвалив План заходів на 2023-2024 роки для виконання Національної стратегії створення безбар'єрного простору в Україні до 2030 року. На обласному рівні ми підтримуємо впровадження безбар'єрного простору для кожного. Відповідні кроки чітко прописані у Плані заходів на 2023-2024 роки в Черкаській області» [4].

Проведене дослідження показало, що готелі в Черкаській області вживають значних зусиль для забезпечення безбар'єрності. Однак, все ще є ряд проблем, які потребують вирішення. Наприклад, не всі готелі обладнані пандусами та ліфтами, а деякі номери, спеціально обладнані для людей з інвалідністю, не завжди відповідають всім їхнім потребам. Важливо також продовжувати навчання персоналу готелів з питань надання допомоги людям з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення. В цілому, можна зробити висновок, що ситуація з доступністю готелів в Черкаській області поступово покращується. Однак, ще багато роботи попереду, щоб зробити готелі по-справжньому доступними для всіх.

Отже, забезпечення безбар'єрності готелів є важливою проблемою, яка потребує комплексного вирішення. Держава, бізнес та громадянське суспільство повинні співпрацювати, щоб зробити готелі доступними для всіх людей, незалежно від їхніх фізичних можливостей.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення безбар'єрного середовища для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення: проект Закону України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NT2736> (дата звернення: 28.04.2024).
2. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/> (дата звернення: 28.04.2024).

3. Офіційний сайт Booking.com. URL: <http://surl.li/tknds> (дата звернення: 28.04.2024).

4. Офіційний сайт Черкаська обласна державна адміністрація. URL: <https://ck-oda.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Programa.pdf> ; <https://ck-oda.gov.ua/bezbaryernist/cherkashhina-uprovadzhuvatime-regionalnij-plan-z-realizaciyi-nacionalnoyi-strategiyi-iz-stvorenniya-bezbaryernogo-prostoru/> (дата звернення: 28.04.2024).

УДК 330.339

*Немненко А.А., асистент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Світ стрімко змінюється під впливом цифрових технологій. Цифрова трансформація економіки – це глибокий процес змін, який охоплює всі сфери економічної діяльності та ґрунтується на провадженні цифрових технологій. Цей процес веде до радикальних змін у тому, як створюються, пропонуються та споживаються товари, а також як функціонують підприємства та державні установи. Україна, як і багато інших країн, не стоїть осторонь цих змін. Цифрова трансформація економіки відкриває нові можливості для українського бізнесу, які не можна ігнорувати.

Ключовими аспектами цифрової трансформації є: впровадження цифрових технологій (штучний інтелект, машинне навчання, хмарні обчислення, робототехніка); зміна бізнес-моделей та поведінки споживачів (використання цифрових каналів для створення та пошуку товарів, послуг); вплив на суспільство (ринок праці, освіти, державне управління).

Переваги цифрової трансформації для бізнесу:

– *збільшення продуктивності та ефективності* – цифрові технології можуть допомогти автоматизувати рутинні завдання, оптимізувати процеси та приймати кращі рішення, що призводить до підвищення продуктивності та ефективності ведення бізнесу;

– *створення нових продуктів та послуг* – цифрові технології відкривають нові можливості для створення інноваційних продуктів та послуг, які можуть задовольнити потреби споживачів;

– *вихід на нові ринки* – цифрові канали, такі як електронна комерція та соціальні мережі, роблять доступ до нових ринків більш доступним для українських підприємств;

– *покращення доступу до інформації та ресурсів* – цифрові технології надають підприємствам доступ до широкого спектру інформації та ресурсів, які можуть допомогти їм розвиватися та бути більш конкурентоспроможними;

– *зміцнення зв'язків з клієнтами* – нові технології дозволяють підприємствам налагоджувати більш тісні зв'язки з клієнтами, краще розуміти їхні потреби та пропонувати їх більш персоналізований досвід.

Прикладами використання цифрових технологій українським бізнесом доцільно вважати інтернет – магазини, соціальні мережі, електронний документообіг, хмарні обчислення, штучний інтелект. Бізнес в Україні активно впроваджує новітні технології, досягаючи значних успіхів у різних сферах:

Електронна комерція:

– *Rozetka* – один з найуспішніших онлайн-магазинів, який пропонує широкий спектр товарів електроніки, одягу, продуктів харчування та іграшок;

– *Prom.ua* – платформа для оптового та роздрібного продажу, що об'єднує понад 200 000 постачальників та 1,5 мільйонів покупців;

– *Nova Poshta* – найбільший поштовий оператор України, який пропонує сучасні послуги доставки по всій країні та за її межами.

Фінансові технології:

– *Monobank* – перший мобільний банк України, який пропонує зручний та інноваційний банкінг без відділень;

– *Privat24* – інтернет-банкінг від ПриватБанку, який став еталоном для інших банківських установ;

– *Liqpay* – сервіс онлайн-платежів, який використовується для оплати товарів та послуг на багатьох веб-сайтах та мобільних додатках.

Агротехнології:

– *Agrosmart* – платформа для точного землеробства, яка допомагає фермерам оптимізувати використання ресурсів та підвищувати врожайність;

– *eAgronom* – агрономічна платформа, яка надає фермерам доступ до актуальних даних про погоду, стан посівів, ринкові ціни та інші важливі показники;

– *Державний аграрний реєстр* – державна автоматизована інформаційна система збирання, обліку, накопичення, оброблення та надання інформації про виробників сільськогосподарської продукції та сільськогосподарську діяльність, яку вони здійснюють.

IT-сфера:

– *EPAM Systems* – один з найбільших IT-розробників, який співпрацює із світовими лідерами в різних галузях;

– *Ciklum* – глобальна IT-компанія, яка надає послуги з розробки програмного забезпечення тестування та консалтингу;

– *SoftServe* – IT-компанія, яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення, надання IT-послуг.

Це лише деякі приклади успішного використання цифрових технологій українським бізнесом. Цифрова трансформація відкриває безліч нових можливостей для розвитку та зростання компаній України, роблячи їх більш конкурентоспроможними на світовому ринку. Цифрова трансформація – це не просто впровадження нових технологій. Це зміна мислення, культури та способу ведення бізнесу. Однак, цифрові можливості несуть і певні виклики, такі як необхідність інвестицій, кібербезпека, зміна навичок та ризик поглиблення нерівності.

Незважаючи на ризики, український бізнес вже досяг значних успіхів у цифровій трансформації. Багато компаній впроваджують нові можливості у своїй роботі, роблячи значні кроки до успіху.

Список використаних джерел:

1. Дергачова Г.М., Колешня Я.О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2020. № 17. С. 280–290.
2. Державний аграрний реєстр : веб-портал. URL: <https://www.dar.gov.ua/> (дата звернення 17.04.2024).
3. Міністерство цифрової трансформації України : веб-портал. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення 17.04.2024).
4. Піщуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти: доповідь / Центр Разумкова. Київ, жовтень 2020.
5. Цифрові навички українців : веб-портал. URL: <https://forbes.ua/news/mayzhe-60-ukraintsiv-volodiyut-tsifrovimi-navichkami-za-ostanni-tri-roki-chislo-zroslo-na-126-03012024-18290> (дата звернення 17.04.2024).

УДК 33

*Нісфоян С.С., к.е.н., доцент;
Сідалковський О.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність підприємства є основним аспектом функціонування ринкового середовища, який характеризує здатність будь-якого підприємства адаптуватися до ринкових умов, щоб зайняти лідируючу позицію на ринку та утримувати її якомога довше.

Наразі на ринку існує багато компаній, що виробляють аналогічну продукцію, і деякі з них мають найбільш сприятливі умови господарювання, тобто конкурентні переваги перед іншими компаніями. Виділять чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства [2]:

1. Виробнича, незалежно від уподобань споживачів.
2. Виробництво компанією продукції, яка повністю відповідає стандартам, встановленим конкурентами.
3. Випуск продукції, яка не враховує стандарти конкурентів, але завдяки реалізації певної стратегії компанії наближається до лідерів у галузі.
4. Успіх у конкурентній боротьбі пов'язаний не з виробництвом, а з управлінням компанією, яка стає лідером на певному ринку.

Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, прийнято поділяти на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори – це система і методи управління організацією, рівень технологічної складової виробничого процесу, організація виробничого процесу, організація системи короткострокового і довгострокового планування, маркетингова політика, інноваційна складова виробництва.

До зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність, належать: політична ситуація в країні, вдосконалення законодавчої бази, економічні зв'язки компанії, наявність конкурентів і компаній, що виробляють взаємозамінну продукцію, розташування виробничих сил, наявність необхідної сировини, рівень розвитку технологій в країні, система управління в галузі та концентрація виробництва [3].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як послідовний, довгостроковий процес пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, що здійснюється систематично відповідно до обраної довгострокової стратегії розвитку з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стані власних коштів підприємства і внесенням відповідних коректив [1].

Заходи, що підвищують рівень конкурентоспроможності компанії, які мають організаційний характер [3]:

1. встановлення пріоритетів для продукції, що випускається, та забезпечення її доступності;
2. зміна якісних і технічних параметрів продукції, що випускається, з урахуванням побажань і специфічних вимог споживачів
3. визначення переваг продукції над товарами-замінниками;
4. виявлення недоліків аналогічної продукції, що випускається конкурентами;
5. пошук шляхів удосконалення вимірювань, що використовуються конкурентами;
6. виявлення та реалізація факторів на основі цінової політики, які впливають на підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається;
7. нові канали збуту продукції;
8. диференціація продукції, яка забезпечить відносно стійкі переваги споживачів до певних видів взаємозамінних товарів;
9. прямий вплив на споживача, шляхом штучного обмеження виходу нових товарів на ринок, реклама.

Підвищення конкурентоспроможності компанії та збільшення її частки на ринку можна досягти такими засобами, як вихід на ринок з новим видом продукції, зниження ціни на продукцію або послуги, реклама товарів, збільшення кількості торгових представників, впровадження інновацій.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує компанія, є більш продуктивними і приносять більше прибутку, ніж її конкуренти на ринку. Це означає, що компанія займає стабільну позицію на ринку товарів і послуг, а її продукція користується постійним попитом у споживачів.

Керівництво компанії повинно бути здатним встигати за змінами в комерційному середовищі і вносити різні зміни в свою політику виробництва і продажу товарів. Ці зміни можуть бути пов'язані з диверсифікацією виробництва, виходом на нові ринки, зміною товарної політики, створенням спільних виробництв, впровадженням нових технологій та модернізацією методів продажу продукції.

Список використаних джерел:

1. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів, 2016. 484 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / Х. : ФОП Бровін О.В., 2020. – І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк 340 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С.М. Клименко, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко та ін. К. : КНЕУ, 2006. 527 с.

УДК 33

*Нісфоян С.С., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні організації відчувають гостру потребу в ефективному управлінні людськими ресурсами. Сьогодні існує значний розрив між зростаючою об'єктивною потребою в забезпеченні функцій управління людськими ресурсами та станом служб, що відповідають за них. Реальність така, що приводів для оптимізму небагато. Недостатньо змінити нормативні документи, що регламентують діяльність кадрових служб – потрібно змінити саму парадигму управління персоналом.

Функції управління персоналом розпорошені між різними підрозділами, які так чи інакше залучені до вирішення кадрових проблем. Відсутність необхідної координації не дозволяє здійснювати ефективне управління персоналом. Як наслідок, кадрові служби, як правило, ще не в змозі взяти на себе роль провайдера всього комплексу заходів з управління персоналом, що забезпечують якість підбору і розстановки кадрів на всіх рівнях. Їхній практичний вплив на ефективність роботи компанії мінімальний, а престиж серед інших підрозділів поки що невисокий.

Все це відбувається в умовах протиріччя між проголошеними цілями кадрових служб та їхніми реальними функціями.

Слід також зазначити, що змінюються традиційні цінності, що призводить до серйозних потрясінь в особистих переконаннях. Стрес, тиск і невизначеність все більше присутні в більшості форм життя в організаціях. Це значно ускладнило систему мотивації та заохочення працівників, головним чином через найм на короткострокові контракти, висування різних попередніх умов (у тому числі випробувальних термінів), тісний зв'язок між матеріальним заохоченням та отриманим прибутком та інші фактори.

На підприємствах також відсутня єдина система роботи з персоналом, зокрема система наукового вивчення здібностей і нахилів, професійного просування та сприяння працевлаштуванню працівників. Ці та інші проблеми ставлять питання про те, як удосконалити систему управління персоналом.

Однак ми часто стикаємося з тим, що, намагаючись вивести роботу з персоналом компанії на належний рівень, керівники припускаються низки помилок, які не дозволяють досягти тих цілей, заради яких, власне, і починалася робота з персоналом. При перегляді методів управління персоналом, які не відповідають стану зовнішнього середовища, керівництво може зіткнутися з конфліктом, викликаним неприйняттям нових методів організаційною культурою компанії через консерватизм та інертність частини колективу. Такий конфлікт може мати болючі та деструктивні наслідки.

Серед найбільш гострих проблем можна виділити: відхід кваліфікованих фахівців, відсутність дисципліни персоналу в частині виконання і роботи, недостатня кваліфікація персоналу і окремих керівників, незадовільний морально-психологічний клімат, низький рівень мотивації співробітників і, як наслідок, безініціативність співробітників, протистояння між керівництвом і персоналом.

Відомо, що успішний розвиток організацій в сучасних умовах значною мірою залежить від конкурентоспроможності персоналу, яка досягається завдяки постійному навчанню персоналу, підвищенню кваліфікації, стратегічному плануванню та профорієнтації. Сьогодні ринок освітніх послуг виявився незбалансованим по відношенню до реальних потреб ринку кваліфікованої праці, якісний рівень працівників значно нижчий від вимог міжнародного ринку праці.

Це свідчить про те, що настав час приділяти більше уваги системній підготовці та, зокрема, перепідготовці кваліфікованих фахівців. Тим не менш, дуже мало компаній надають пріоритет навчанню та постійному професійному розвитку свого персоналу.

Розвиток персоналу необхідно планувати. Насамперед необхідно спланувати природну плинність кадрів – вихід на пенсію, звільнення через хворобу, навчання, службу в армії. Зробити це нескладно, але важливо вчасно підготувати рівноцінну заміну; складніше інше – посилення потенціалу команди, підвищення її конкурентоспроможності.

Для цього є низка способів, серед яких: ретельний відбір персоналу, систематичне підвищення його кваліфікації, створення належних умов для максимально ефективного використання його навичок, розробка методів підвищення ефективності роботи.

Практика управління показує, що конфлікти неминучі в будь-якій організації через поєднання різних причин. Конфлікти часто виникають через незадоволення працівників оцінкою їхньої роботи з боку керівника. У випадку дуже серйозних конфліктів може навіть відбутися зміна цілей організації.

Дослідження психологів показують, що наявність «хорошого безпосереднього керівника» є найнеобхіднішим фактором для ефективного керівництва колективом.

Варто відзначити, що в нашій країні останнім часом докладаються зусилля, щоб ліквідувати прогалину в підготовці менеджерів високого рівня: організуються бізнес-школи, видаються спеціалізовані книги.

Проблеми, пов'язані з підвищенням ефективності праці, є специфічними для різних груп управлінського персоналу (керівники, фахівці, технічні працівники).

Але, в той же час, вони мають багато спільного, оскільки, в кінцевому рахунку, більшість цих проблем, так чи інакше, пов'язані, з одного боку, зі специфікою того чи іншого виду діяльності і, з іншого боку, з реальною економічною ситуацією, яка лежить в основі діяльності компанії.

Існують також проблеми на нижчому рівні управління персоналом, які мають свої аспекти та особливості. «Важливим моментом в їх оцінці є те, що за своїм менталітетом і ролями менеджери нижчої ланки належать до керівників, і навпаки, позиція сприяє тому, що вони за своєю психологією ближчі до робітників. Така подвійність становища в компанії часто призводить цих менеджерів до стану стресу».

Управління персоналом – кардинальне правило ефективного менеджменту в будь-якій організації. У переважній більшості випадків кризи, якщо вони взагалі трапляються, то більш ніж на половину, як показує статистика, з вини менеджменту.

Сьогодні існує багато теоретичних і практичних методів, як правильно управляти персоналом. Хороших результатів в управлінні персоналом можна досягти лише за умови постійного моніторингу існуючих проблем.

На думку аналітиків, існує низка проблем, на які необхідно звернути увагу:

- Проблема найкращого учня. Як правило, керівником призначають найкращого працівника. Однак ці працівники часто знають лише обмежену ділянку роботи, як правило, свою власну, а з іншими сферами знайомі лише поверхово, тому можуть припускатися помилок в управлінні персоналом.

- Синдром старшого. Працівники часто уважно спостерігають за керівництвом. Іноді багато керівників свідомо підкреслюють дистанцію між собою та підлеглими. В результаті, якщо лінійний керівник і зберігає керованість, то лише на рівні жорстких вимог.

- Це їхня проблема. Роль управління персоналом спочатку є конфронтаційною по відношенню до працівників. Не всім підлеглим подобається, коли їм доручають додаткову роботу або створюють проблеми. Менеджеру доводиться мати справу з опором, який виникає; управління йде пліч-о-пліч з негативом і латентним опором, який виникає.

- Синдром героїчних очікувань. Співробітник вгадує роботу, яку має виконати начальник, і вчасно з'являється перед ним з правильно виконаним завданням; якщо завдань немає, підлеглий сам знаходить роботу і виконує її, не ставить зайвих запитань, завжди готовий затриматися на роботі і навіть не говорить про просування по службі. Це ідеал.

- Позитивна проекція. Ця проблема пов'язана зі схильністю приписувати власні риси характеру працівникам, які вас оточують. Це помилка, оскільки кожен співробітник – особистість зі своєю точкою зору на ситуацію.

- Циркові зірки. Бос думає, що працівникові платять зарплату, тому він змушений працювати не покладаючи рук, до повного виснаження.

- Плинність кадрів. Дуже часто компаніям не вдається контролювати плинність кадрів через нечітко визначену кадрову політику або неефективне використання персоналу.

– Велика різниця в зарплаті між босом і працівником. В країні ця різниця досить відчутна і може досягати більше двох, а то й трьох разів, порівняно з третиною на Заході.

Успіх приходить до компаній, які орієнтуються на перспективу інноваційного управління працею. Досвід зарубіжних компаній показує, що замість стабільності роботи, винагороди та жорстких організаційних структур великі компанії пропонують своїм працівникам можливість створити умови, що сприяють розвитку знань, вдосконаленню навичок, постійному самовдосконаленню та розширенню повноважень працівників у прийнятті економічних рішень. Це також означає, що менеджмент звертає увагу на формування нових моральних цінностей, які поділяє весь персонал організації.

Останнім часом багато говорять про те, що проблеми більшості компаній пов'язані з неефективним менеджментом. Практичний досвід підтверджує, що сьогодні вирішальну роль у досягненні поставлених цілей відіграють людські здібності. Якими б сприятливими не були зовнішні умови, чудові ідеї та новітні технології, без добре підготовленого персоналу неможливо досягти високої ефективності роботи. Інвестиції в посилення ролі відділів управління персоналом стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності та виживання сучасних організацій.

Список використаних джерел:

1. Нісфоян С.С. Управління витратами на утримання і розвиток персоналу підприємств : [монографія] / С.С. Нісфоян. – Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. – 268 с.
2. Зайченко О.І., Кузнецова В.І. Управління людськими ресурсами: навч. пос. /за наук. ред. О.І. Зайченко. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2015. – 232 с.
3. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К., Кондор. – 2006. – 308 с.

УДК 65

Пелих О.Л., викладач;

Бабій В.Б.,

здобувач фахової передвищої освіти 3 курсу

Відокремлений структурний підрозділ

«Кропивницький інженерний фаховий коледж

Центральноукраїнського національного технічного університету»

м. Кропивницький

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ТА ВНУТРІШНІХ

В даний час галузь туризму динамічно розвивається і, незважаючи на поточну нестабільну економічну ситуацію, стала найбільш прибутковою галуззю. На його частку припадає 5% світового ВВП і 6% загального експорту. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, світовий ринок туризму зріс

на 3,9% у 2022 році і, як очікується, буде зростати на 4,6% щорічно протягом наступних 10 років [1].

Експерти відзначають, що міжнародний попит на подорожі в 2023 році залишався стабільним, незважаючи на різкі коливання валютних курсів, падіння цін на нафту та іншу сировину, а також необхідність посилення заходів безпеки.

Незважаючи на те, що в'їзний туризм обмежений багатьма факторами, політичною та економічною нестабільністю, що призводить до скорочення маршрутів, відсутністю необхідної матеріальної інфраструктури, антипропагандою України в західних країнах, внутрішньою Негативною інформацією про суспільно-політичну ситуацію. Як і Україна, так і багато інших країн, країна все ще має умови та потенціал для розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історико-культурні та трудові ресурси можуть привернути увагу вітчизняних та іноземних туристів.

Україна з її багатою історією, культурним розмаїттям і природною красою має великий потенціал для розвитку туризму. Однак донедавна цей потенціал недооцінювався, і країна втратила свою частку світового туристичного ринку. Проте за останні роки відбулися позитивні зміни, спрямовані на підвищення привабливості України не лише для громадян України, а й для туристів з усього світу [2].

Однією з ключових стратегій є розвиток інфраструктури та обслуговування туристів. Україна активно інвестує в будівництво та модернізацію готелів, ресторанів, транспортних засобів та інших туристичних об'єктів. Це дозволяє гостям комфортно відпочити і позитивно впливає на враження від країни. Ще один важливий аспект – агресивний маркетинг і піар-підхід. Уряди та приватні компанії активно просувають туристичні маршрути, культурні події та природні пам'ятки як усередині країни, так і за кордоном. Залучення відомих і впливових людей для популяризації країни також допомагає привернути увагу до України як привабливого туристичного напрямку [2].

Крім того, розвиток туризму в Україні також супроводжується заходами щодо підвищення безпеки та комфорту відвідувачів. Україна має всі шанси стати одним із найпривабливіших туристичних напрямків у світі. І хоча шлях до цієї мети може бути важким, країна з кожним роком стає все більш привабливою для туристів, що свідчить про позитивну тенденцію розвитку туристичної галузі в Україні [1]. Щоб більш детально дізнатися про внутрішній туризм України див. (рис. 1).

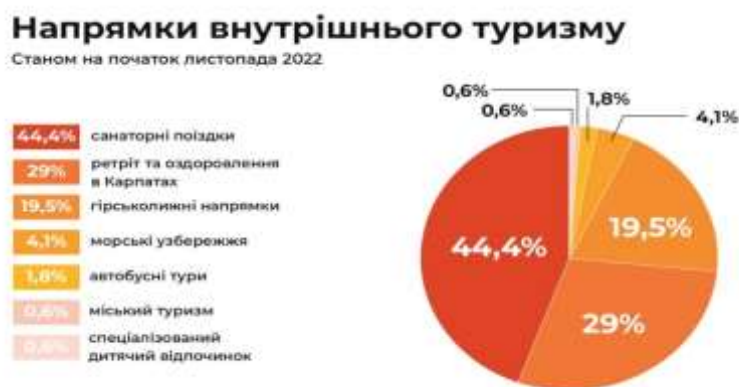


Рис. 1. Напрямки внутрішнього туризму.

На цій основі повинні бути розроблені та затверджені регіональні програми розвитку туризму та курортів. Для цього в кожній області та в кожному органі виконавчої влади має бути особа, департамент чи департамент, які відповідають за туризм. Дослідження показало, що деякі регіони не мають робочої сили для здійснення туристичної діяльності[3].

Також необхідно забезпечити інфраструктурно-інформаційне облаштування культурної спадщини та створити інтерактивну багаторівневу базу даних, в якій буде повністю висвітлена інформація про всі туристично-рекреаційні ресурси України. Війна в Україні вплинула не лише на український туризм, а й на ситуацію в Європі в цілому. Повномасштабне вторгнення Росії ще більше погіршило і без того високі ціни на нафту та логістику, посиливши занепокоєння європейців. Це перервало подорожі Східною Європою протягом перших шести місяців Першої світової війни.

За даними Всесвітньої туристичної організації, через війну в Україні найбільше скоротилася кількість рейсів у такі країни. Молдова (-69%), Латвія (-38%), Чехія (-35%)[2].

Потенційний збиток світової індустрії туризму від війни оцінюється в 14 мільярдів доларів. Водночас в Україні доходи промисловості щодо держбюджету на 2022 рік скоротилися на понад 30%.

У перший рік серйозної війни податки були зменшені. Кемпінги, кемпінги, дитячі табори відпочинку (-57%), турфірми (-35%).

За даними Національного управління розвитку туризму, зростання доходів на 46% відбулося виключно завдяки діяльності пансіонатів і хостелів. У 2022 році його використовували як тимчасовий притулок для біженців, вимушених покинути свої домівки через військові дії [2].

Ситуація не покращилася навіть у 2023 році. У середньому галузь скоротилася на третину порівняно з початком 2022 року: за перші три місяці 2023 року компанії сплатили на 29% менше податків, а кількість операторів туристичної галузі скоротилася на 34%.

Тим не менш, український туризм адаптувався до умов війни і поступово переходив до інших форм. Замість іноземних туристів з ЄС та Близького Сходу тепер у готелі проживають дипломати, громадські активісти, журналісти видань з усього світу та різноманітні волонтери. Лише у 2022 році в Україну в'їхало майже 2 мільйони іноземців, з них 1 мільйон під час повномасштабного вторгнення РФ. Цікаво, що активні бойові дії не завадили хасидам відсвяткувати Рош га-Шана в Умані у 2022 році. Так, до міста все одно прибуло 23 тисячі паломників, що вдвічі більше, ніж очікувала влада [3].

Найбезпечніші західні регіони України стали найпопулярнішими серед українців. Найбільше мандрівників у 2023 році планують подорожувати до Чернівецької, Львівської та Закарпатської областей.

Туристів найбільше цікавить оздоровчий відпочинок у санаторіях та подібних варіантах. Можливість максимально відновити мир від вибухів і авіаударів. Зростає попит на індивідуальні та сімейні подорожі. Натомість групові тури стають менш популярними. Наявність світла, води, комунікацій та розміщення є першочерговою вимогою до готелів, гуртожитків тощо. Українці зазвичай бронюють тури в останній момент, «завтра».

Серед учасників ринку вже точаться дискусії щодо повоєнного відновлення промисловості. Водночас туризм у звільненому місті має свої особливості, і необхідно створити екскурсійних маршрути з урахуванням місць скорботи та місць трагедії. Ці місця мають стати частиною пам'ятного туризму в Україні, а встановлення там будь-яких туристичних атракцій має бути заборонено[1].

Список використаних джерел:

1. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762. - (10.05.2024)
2. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/2686> – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.- (10.05.2024)
3. Карачина Н. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н. Карачина, О. Савіцька // Молодий вчений. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe– № 5 (08). – С. 109–113. (10.05.2024).

УДК 33

Пелих О.Л., викладач;

Кривохижа В.Ф.,

здобувач фахової передвищої освіти 3 курсу

Відокремлений структурний підрозділ

«Кропивницький інженерний фаховий коледж

Центральноукраїнського національного технічного університету»

м. Кропивницький

ЕКОНОМІКА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: РИЗИКИ ТА НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТІЙКОСТІ

Розв'язана РФ у 2014 році російсько-українська війна спочатку призвела до дестабілізації процесів регіонального розвитку: Росія окупувала Крим, конфлікти в окремих районах Донецької області та Луганської призвели до економічного спаду через завдані збитки. Втрачений контроль над частиною своєї території та економічним потенціалом.

Економіка регіонів України в умовах війни знаходиться під значним впливом різних факторів, які включають в себе воєнні дії, санкції, торговельні обмеження та інші аспекти. Ось деякі ключові аспекти економічної ситуації в регіонах України в умовах війни:

– військові дії: регіони, які знаходяться на передовій або біля зони конфлікту, стикаються зі значними викликами у зв'язку з руйнуванням інфраструктури, втратами людських життів та зруйнуванням підприємств;

– економічне сповільнення: війна може призвести до зменшення інвестицій та споживчого попиту через нестабільність та невизначеність;

- міжнародна ізоляція: у результаті війни Україна може стати об'єктом міжнародних санкцій, що обмежують доступ до зовнішніх ринків та інвестицій;
- переселення: внаслідок війни відбувається переселення населення з постраждалих районів до інших регіонів країни, що може призвести до додаткового навантаження на економіку та соціальну інфраструктуру приймаючих регіонів;
- енергетична безпека: конфлікт може вплинути на енергетичну безпеку країни через зміну геополітичних умов та обмеження доступу до енергетичних ресурсів[1].

Крім того, спостерігається чітке територіальне «перенесення» процесів економічної діяльності та інвестування держави на західні кордони: регіони, де традиційно зосереджено промисловий потенціал і генерують понад третину ВВП держави, виявились на узбіччі конкурентної боротьби Донецька та Луганська області через втрату значної частини території внаслідок російського збройного вторгнення, а також Дніпропетровська, Харківська та Запорізька області через втрату промисловістю конкурентоспроможності та нездатність створити сприятливий бізнес середовище.

Водночас з'явилися нові лідери (за потенціалом економічного зростання): Житомир (+35% за останнє десятиліття), Вінниця (+32%), Кіровоград (+21%), Тернопіль (+23%). Провінції мають зростання завдяки розвитку аграрного сектора.

Війна також призвела до значних змін у веденні бізнесу та пропозиції робочих місць на регіональних ринках праці[2].

Перш за все, це перехід на частковий режим роботи або повне припинення роботи 85% комерційних структур, з яких 1% повністю припинили роботу і не планують відновлювати роботу, а також те, що більшість комерційних підприємств організації (86%) або мали значні збитки, або працювали на нижчому рівні використання потужностей, ніж до війни.

Однак ще однією важливою перешкодою є брак кадрів необхідної кваліфікації та досвіду (17% представникам національного бізнесу не вистачає кадрів, а 15% визначили головну потребу як утримання ключових працівників).

Функціонування ринку праці в регіонах України в сучасних умовах війни та воєнного стану супроводжується низкою загроз:

- зростання безробіття;
- погіршується матеріальне становище людей і знижується купівельна спроможність;
- скорочення внутрішнього ринку.

Згідно з дослідженням консалтингової компанії Advanter Group, станом на 13 березня 2022 року в Україні майже 86,5% малих і середніх підприємств не працюють, 5,8% підприємств працюють частково, 5,85% підприємств скорочують обсяг своїх операцій і лише в 1,9% компаній фактичний обсяг операцій не змінився.

Дослідження, проведене цією ж компанією після місяця конфлікту, продемонструвало активізацію процесу адаптації малих і середніх підприємств до умов воєнного стану, а саме: кількість неактивних компаній зменшилась

майже на 56%; натомість більш ніж у 3 рази (до 19,1%) зросла кількість компаній, які частково повернулися до роботи, а також частка компаній, які збільшили навантаження – 8,5% (у тому числі понад 3,8% понад +40%). [3]

В умовах воєнного стану вищими органами державної влади вжито низку заходів, спрямованих на стабілізацію ситуації на українському ринку праці та зниження низки ризиків і загроз.

Зокрема, прийнято такі документи:

– Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» від 15 березня 2022 р. № 2136-ІХ;

Постанова Кабінету Міністрів України:

– «Деякі питання оплати праці працівників державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, підпорядкованих або дотаційних установ і організацій, що працюють з бюджету, в умовах воєнного стану» 7 березня, 2022 р. № 221;

– «Деякі питання реєстрації та перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу, накопичення та виплати допомоги по безробіттю під час дії воєнного стану» від 19 березня 2022 року № 334;

– «Про затвердження Порядку надання роботодавцям з компенсацією витрат на заробітну плату для працевлаштування внутрішньо переміщених осіб у зв'язку з воєнним станом на період введення воєнного стану в Україні» від 20 березня 2022 року № 331, сприяє забезпеченню роботою максимальної кількості громадян у районах без активних бойових дій, створенню нових галузевих і географічних секторів зайнятості в Україні.

Важливо зазначити, що стійкість економіки регіонів залежить не лише від державної підтримки, але й від активності та ініціативності місцевого бізнесу та громад.

Список використаних джерел:

1. Економіка України в умовах війни [Електронний ресурс]-Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Poharska_pr_01-02.06.2023.pdf?v=4 (дата звернення 08.05.2024)

2. Щодо економічного становища в умовах воєнного стану та напрямів його покращення [Електронний ресурс]-Режим доступу: <https://economics.org.ua/index.php/blog/377-economika-vv> (дата звернення 08.05.2024)

3. Як економіка України працює під час війни [Електронний ресурс]-Режим доступу: <https://ces.org.ua/velikiy-ekspleyner/> (дата звернення 08.05.2024)

*Рутинський М.Й., к.геогр.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький;*

*Quirini-Poplawski Łukasz, PhD in Geography,
Department of Entrepreneurship and Spatial Management,
Institute of Geography, Pedagogical University of Krakow
Krakow, Poland*

ТРЕНДИ ТРАНСКОРДОННОЇ МОБІЛЬНОСТІ ТА БІЗНЕС-АКТИВНОСТІ УКРАЇНЦІВ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

Як на початку повномасштабного російського вторгнення в Україну, так і на третій рік війни Республіка Польща демонструє найбільшу відкритість до українців: вимушених переселенців, трудових мігрантів, студентів та туристів. Уряд Польщі забезпечив доступні умови для підтримки та адаптації біженців. Вимірами такої політики добросусідства й підтримки українського народу є позитивні статистичні тренди транскордонної міграційної й туристичної мобільності та бізнес активності українців у Польщі упродовж 2022-2024 років.

Щодо туристичної мобільності, Польща повсякчас перебувала на лідерських (1-3) позиціях за обсягами відвідувань українцями. До війни конкуренцію їй складали туристичні потоки до рф і Молдови (за рахунок масовості т. зв. човникових туристів). Після початку війни з 2014 р. дотепер Польща щороку є місцем прибуття найчисленнішого виїзного туристичного потоку з України [2].

За січень-листопад 2023 р. масштабність перетину українцями кордону Польщі зростає ще на 10% порівняно з аналогічним періодом 2022 р.: із 14,5 до 15,9 млн осіб. Понад 94% мандрівників, які перетнули польсько-український кордон, це громадяни України [4]. Загалом транскордонна мобільність українців у Польщі за цей період перевищила мобільність самих поляків: 44,3% проти 34,7% (див. рис. 1).

За даними Прикордонної служби Республіки Польщі найбільш перевантаженою інтенсивним трафіком за останні роки є саме ділянка українсько-польського кордону. Зокрема, серед усіх прикордонних переходів найбільше мандрівників у 2023 р. зареєстровано в аеропорту Варшава-Окенце – 5,8 млн осіб (пересічно 19 тис. візитерів за добу); на другому місці – пункт перетину кордону в Медиці (кордон з Україною) – 3,9 млн мандрівників (12,9 тис. за добу), на третій позиції – також пункт перетину кордону з Україною – Корчова – 2,7 млн осіб (9 тис. за добу) [4].

Українці за роки російсько-української війни сформували чільний сегмент в національній структурі іноземних візитерів до Польщі. Так, у першому півріччі 2023 р. в країну в'їхало 16,3 млн громадян України, що склало понад 44% від сумарного транскордонного трафіку. Пік напливу гостей з України припав на липень та серпень 2023 р. (по бл. 4,8 млн візитерів), що пояснюється як сезонною трудовою міграцією, прийомом і мобільністю біженців, так і масовим напливом

туристів у період літніх відпусток (де Польща є як кінцевою дестинацією, так і проміжним пунктом турів українців в інші країни світу).

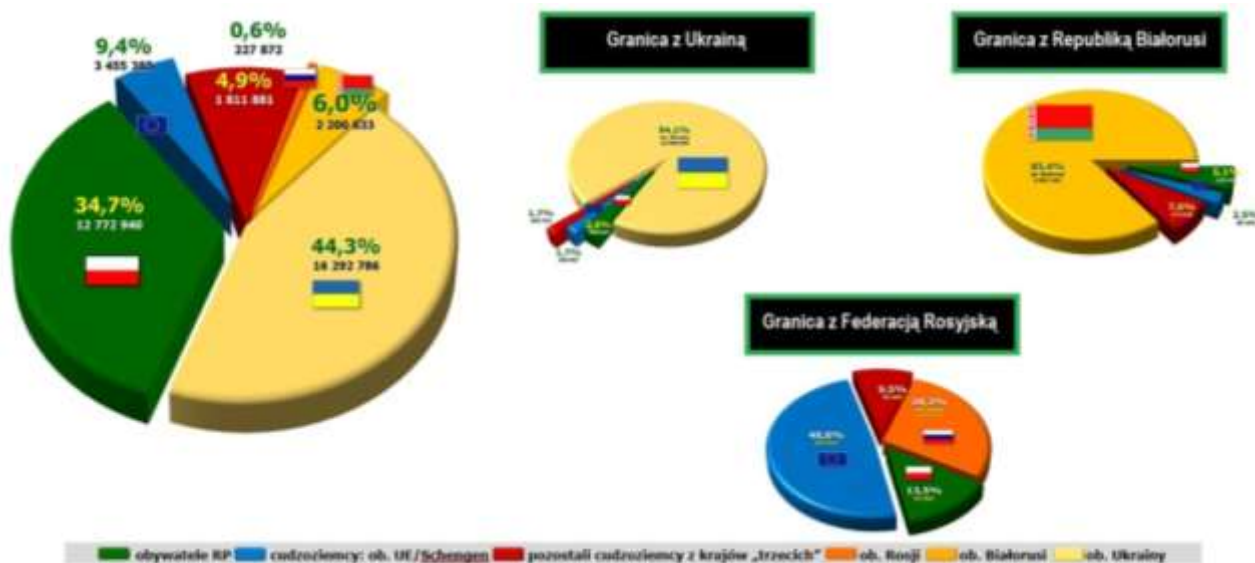


Рис. 1. Структура прибуттів у Польщу за період січень-листопад 2023 р.
Джерело: www.strazgraniczna.pl

Разом із хвилями вимушених переселенців відбувається трансфер бізнес-активності підприємливих українців на терени Польщі. Сприятливе бізнес-середовище, простота реєстрації та відкриття власної справи виступають сприятливими чинниками для низки українців-підприємців започатковувати у Польщі нові бізнеси. За даними Консультаційного центру Дія.Бізнес у Варшаві за підсумками 2023 року кожним десятим новим індивідуальним підприємцем у Польщі став українець [5].

У 2023 р. українці зареєстрували у Польщі 30 325 нових індивідуальних компаній, а за весь період з початку повномасштабної російсько-української війни – 48 464 ФОПів (jednoosobowa działalność gospodarcza (JDG)) у статусі самозайнятості / samozatrudnienie [1]. У цьому статусі підприємці сплачують усі належні податки та претендують на вищі оклади праці, порівняно з найманими працівниками.

Сукупна чисельність офіційно працевлаштованих українців у Польщі на кінець 2023 року складала 750 тисяч (тобто 66,7% із 1 млн 125 тис. усіх працюючих іноземців) [1].

У 2023 р. наймані й самозайняті українці в Польщі, за оцінками Польського інституту економіки, сплатили до польського бюджету податків на загальну суму понад 5 млрд злотих. У 2022 р. цей показник не перевищував 1 млрд злотих [3].

Щодо юридичних осіб – компаній з іноземним капіталом – має місце аналогічний тренд нарощення експансії українського інвестиційного капіталу у Польщу. За підсумками 2023 року, за оцінками Польського інституту економіки, майже третину, а саме 27 тис. компаній з іноземним капіталом в Польщі зареєстрували українці [3].

Серед найбільших українських компаній представлені, наприклад, 22 ІТ-компанії (Forte Group, Valtech, Plarium, Dev.Pro та ін, задіяно понад 870 працівників); платформа курсів із програмування GoIT; стримінговий сервіс Megogo; онлайн-магазин Rozetka; мережа пекарень-кав'ярень «Львівські круасани»; поштовий оператор «Нова пошта»; банк «monobank» тощо.

Географія бізнес-активності українців у Польщі тяжіє до найбільших міст. Так, у 2023 р. 9406 українців започаткували нове індивідуальне підприємництво у Варшаві, 2661 – у Кракові, 2128 – у Вроцлаві тощо.

Констатуємо: зростання кількості працевлаштованих вимушених мігрантів, активний розвиток підприємництва та індивідуальної самозайнятості українців у Польщі перетворюються на ключові чинники динамічного зростання транскордонної туристичної мобільності українців у кризових реаліях багаторічної російсько-української війни. Ці фактори чинитимуть вагомий вплив на подальше зростання статистичних показників туризму (в'їзного та виїзного) як в Україні, так і в Польщі та ЄС у найближчі роки.

Список використаних джерел:

1. Narodowy Bank Polski (2024). Sytuacja życiowa i ekonomiczna migrantów z Ukrainy w Polsce w 2023 roku. URL: <https://nbp.pl/publikacje/rozne-publikacje/publikacje-o-przeptywach-migracyjnych/>

2. Quirini-Popławski, Ł., Tomczewska-Popowycz, N., Dorocki, S., Kushniruk, H., & Rutynski, M. (2022). Three decades of tourism development in independent Ukraine. From the collapse of the USSR to the conflict in the Donbas. In H. Janta, K. Andriotis, & D. Styliadis (Eds.), *Tourism Planning and Development in Eastern Europe* (CABI Regional Tourism Series). Wallingford: CABI. pp. 117-132. DOI: 10.1079/9781800620353.0008

3. Polski Instytut Ekonomiczny (2024). Makroekonomia. URL: <https://pie.net.pl/makroekonomia/>

4. Straż Graniczna (2024). Ruch graniczny osób - dane statystyczne osób ewakuowanych do Polski z terytorium Ukrainy (bez odprawy pozasystemowej) oraz osoby odprawione - do/z RP (baza ruchu granicznego osób) / dniami 24.02.2022 r. - 31.03.2024 r. URL: <https://dane.gov.pl/pl/dataset/2705,dane-statystyczne-dotyczace-sytuacji-na-granicy-z-Ukraina>

5. Консультаційний центр для українців Дія.Бізнес у Варшаві (2024). URL: <https://business.diaa.gov.ua/warsaw>

УДК 330.1

Сторожук О.В., к.е.н., доцент;

Пугач К.Д.,

здобувач вищої освіти першого (бакалавр.) рівня

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький

АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАГРОЗАМИ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління загрозами в діяльності українських підприємств набуває особливої значущості під час воєнного стану та безпрецедентної невизначеності [1].

Російська агресія, перетворившись на затяжну війну на виснаження, призвела до серйозних наслідків для економіки України. Цілеспрямовані ракетні атаки на критичну інфраструктуру обмежують роботу підприємств і зменшують обсяги виробництва. Скорочення фінансових ресурсів населення та бізнесу загострює економічну нерівність та негативно впливає на споживчу активність.

Керівники підприємств та власники бізнесу змушені постійно тримати у світлі своєї уваги питання захисту життя своїх працівників, підтримку фінансової стабільності бізнесу, збереження бізнес-процесів і контингенту клієнтів, забезпечення неперервності виробництва і постачань. Це вимагає постійного пошуку і удосконалення підходів до управління загрозами в системі соціально-економічної безпеки підприємства.

Одним із варіантів захисту від дії загроз воєнних ризиків є переміщення виробничих потужностей у більш спокійні регіони чи за кордон. Однак, такий підхід може мати певні недоліки. Перенесення виробництва може бути дорогим і складним процесом, особливо якщо потрібно будувати нові заводи та налагоджувати логістичні ланцюжки. Крім того, таке рішення однозначно негативно впливає на економіку і ринок праці регіону. Зрештою, навіть на більш спокійних територіях не можна гарантувати повну відсутність ризиків, пов'язаних із війною.

В умовах війни загрози для бізнесу значно зростають, тому важливо мати ефективну стратегію управління ними.

Захист особистої безпеки працівників – першочергова умова. Підприємства повинні забезпечити її, включаючи тренінги з безпеки, можливість евакуації, залучення охоронних служб. Відповідні заходи безпеки для захисту майна, такі як встановлення систем спостереження, зберігання важливих документів та даних в безпечних місцях або в хмарних сервісах, і створення планів негайного виїзду. Важливо переглянути контракти та ризики, пов'язані з партнерами та постачальниками, зменшити залежність від конкретних постачальників, ринків або регіонів шляхом диверсифікації бізнесу та розробити плани надзвичайних ситуацій у разі невиконання їх зобов'язань. Посилену увагу потрібно приділити розробці планів заходів для швидкого реагування на будь-які негативні події, а також працювати над планами відновлення діяльності після кризи. Підвищення кібербезпеки для захисту від можливих кібератак, які можуть бути використані для наслідків війни, таких як збої в роботі систем, крадіжка даних або розповсюдження дезінформації – теж важливий аспект управління загрозами.

Точне дотримання законодавства допомагає управляти загрозами діяльності підприємства. Топ-менеджери, як лідери підприємства, несуть основну відповідальність за забезпечення цього дотримання на всіх рівнях [2]. Вони повинні бути обізнані про актуальні вимоги законодавства, що стосуються їхньої діяльності, та розробляти та впроваджувати відповідні політики та процедури для їх виконання. Крім того, менеджери мають підтримувати культуру внутрішньої відповідальності серед всіх працівників, щоб забезпечити повагу до закону на всіх рівнях підприємства. Формування команди та процесів кризового управління для оперативної реакції на надзвичайні ситуації може включати регулярні тренування та симуляції для підготовки персоналу до дії в екстремальних умовах.

Вчасне визначення, аналіз та оцінка ризиків є важливими аспектами управління будь-якою сферою діяльності, особливо важливою є ця практика у контексті безпеки. При розгляді ризиків безпеки, важливо не лише ідентифікувати потенційні загрози, але й оцінити їхні наслідки та ймовірність настання. Ретельний аналіз дозволяє не лише приділити увагу найбільш важливим ризикам, але й розробити стратегії їхнього управління та запобігання. При цьому важливо враховувати поточні умови та спрогнозувати можливі зміни, що можуть вплинути на ризики у майбутньому.

Ефективна реакція на загрози передбачає розробку планів надзвичайних ситуацій та тренування персоналу щодо їх виконання. При цьому важливо мати механізми контролю за ситуацією, щоб оперативно реагувати на зміни та мінімізувати можливі збитки.

Загалом, управління загрозами є ключовою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства чи проєкту, особливо коли мова йде про соціально-економічну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Кучер Д. Менеджмент під час війни: стратегія управління для виживання та розвитку. URL: <https://mind.ua/openmind/20256930-menedzhment-pid-chas-vijni-strategiya-upravlinnya-dlya-vizhivannya-ta-rozvitku>(дата звернення: 14.05.2024).

2. Скибінська, З., & Ішук, Е. (2024). Формування моделі ризик-менеджменту у системі управління підприємством. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-123>

УДК 642.59

*Харченко І.В., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПЕРЕМОЖНІ СТРАТЕГІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В МІСТІ КРОПИВНИЦЬКОМУ

Метою дослідження даної статті є розгляд конкурентних стратегій ресторанного бізнесу підприємств в місті Кропивницькому, які в умовах досить жорсткої конкуренції проводять до успіху ресторани заклади. На даному етапі розвитку нашої економіки України готельно-ресторанний бізнес отримав значний поштовх в своєму розвитку. Створюється досить багато нових підприємств ресторанного бізнесу, таких як кафе і ресторани. Це викликано складнощами в економіці України і в її політичній ситуації на даний момент, власне кажучи, у війні, і тим що ресторанний бізнес є тим бізнесом, де вкладення досить швидко відшкодовуються.

Так, ми можемо побачити створення цілих мереж ресторанів, які мають свої характерні риси, які в даному контексті можна назвати конкурентними перевагами, тобто тими рисами, що дозволяють підприємствам, які працюють в умовах ринкової економіки, залучати і утримувати своїх споживачів. Класики

стратегічного менеджменту, формулюючи характерні риси конкурентної стратегії, говорять, що основними рисами цієї стратегії є два фактори – 1) широта ринкового сегменту і 2) як компанія намагається досягти конкурентної переваги – за рахунок менших цін або за рахунок диференціації. [1]. Описуючи різні конкурентні стратегії, класик стратегічного менеджменту професор гарвардської школи бізнесу Майкл Портер виділив їх три – 1) стратегія лідерства по цінам і витратам; 2) стратегія диференціації, і 3) стратегія фокусування. Не будемо описувати сенс кожної конкурентної стратегії вважаємо що зацікавлені розуміють про що йде мова. Як відомо, Майкл Портер визнавав спроби поєднати високу якість і менші ніж у конкурентів ціни- тобто те, що зараз називається стратегією оптимальних витрат і засновником якої є фірма Toyota – він визнавав таку стратегію помилковою і називав її «загрузнути на півдорозі або опинитися між двох стільців.» [1, ст. 58], і говорив про те, що дана стратегія приведе лише до проблем. Це пов'язано з тим, що реалізувати цю стратегію досить складно, можна сказати – дуже складно, хоча звучить вона і її лозунги дуже привабливо. В подальшому стратегія оптимальних витрат визнана такими відомими дослідниками стратегічного менеджменту як Стрікленд, Томпсон, Гембл і Пітерс [2]. Підручник цих авторів є класичним для вивчення стратегічного менеджменту у вищих навчальних закладах Сполучених Штатів Америки. Безумовно, там вивчаються і інші підручники, але цей підручник витримав дуже багато видань і найбільш розповсюджений серед всіх американських економічних вузів. Тому описання конкурентних стратегій даними авторами ми вважаємо за класичне формулювання.

Описуючи сенс кожної стратегії, в даному підручнику приділяється велика увага якості виробленої продукції. Тому, на погляд автора даних тез, формулюючи конкурентні стратегії, треба говорити про якість і ціну а не тільки про величину ринкового сегменту. Описуючи в подальшому загальну конкурентні стратегії, ми враховувати саме ці два показники- якість і ціну. Чому на даному етапі широкий розповсюдження отримало створення нових підприємств ресторанного бізнесу? На наш погляд це викликано тим, що ресторанний бізнес не вимагає дуже серйозних технологічних знань і навичок і складного дуже дорогого технологічного устаткування. Це перша причина, друга причина полягає в тому, що на наш погляд, економіка України на даний момент переживає етап повторного відродження. Першими і актуальними на даному етапі стають саме такі галузі, як торгівля гуртова і роздрібна, легка, харчова промисловість і інші, які не потребують складного технологічного устаткування і продукція яких є важливою для більшості населення. Також важливий момент – за кількістю послуг кафе і ресторанів Україна знаходиться на останніх місцях в Європі. А ці послуги користуються значним попитом у вільних демократичних країнах з відкритою економікою. «Для прикладу, в Європі в середньому на одне місце в ресторані (кафе, фаст-фуд) припадає вісім жителів, у Києві – 35, у Дніпропетровську – 40, у Львові – 25 жителів. Виходячи з цих даних, можна зробити висновок, що перспективи розвитку галузі в Україні чималі.» [7].

Існують різні переліки якостей продукції, яку треба оцінювати при визначенні якості наданих ресторанних послуг. Нас задовольняє такий перелік

ознак: соціальна адресність, культура обслуговування, якість продукції, надійність та доступність, інформаційність, номенклатура послуг.

В Україні оцінювання та контроль якості послуг закладів ресторанного господарства виконують за допомогою вимірювальних (аналітичний, фізико-хімічний, мікробіологічний, медико-біологічний), експертних (органолептичний) та соціологічних методів, затверджених в установленому порядку [3].

Існують багато досліджень де сформульована причини незадоволення якістю обслуговування в ресторанному об'єкті, наприклад таке;

«За результатами опрацювання інформації з книг відгуків визначено, що серед основних причин, які зумовлюють незадоволеність споживачів послуг, є: неякісне обслуговування (50%), повільне обслуговування (15%), недбале ставлення (10%), помилки під час виконання замовлення (9%), незадовільна якість продукції (8%), очікування вільного місця (6%), обраховування (неправильно визначена вартість замовлення) (2%)». [7]. Такий перелік причин незадоволення не задовольняє нас. Що означає недовільне обслуговування? Це термін дуже широкий – тут може бути і тривалий час очікування непривітна манера обслуговування, занадто голосна атмосфера, і незадовільна якість продукції (їжі), і неуважне рахування чеку.

На наш погляд, якість обслуговування в ресторані може бути визначена на підставі таких визначальних факторів: приємний інтер'єр, приязне обслуговування без обрахунків, якісна їжа та прийнятні ціни. Кожен з цих факторів важливий, але є більш важливі і менш важливі. На наш погляд, найважливішим фактором є якість їжі та її прийнятна ціна, інакше кажучи, стратегія оптимальних витрат при наданні головної послуги – їжі.

Особистий досвід автора в дослідженні роботи ресторанів міста Кропивницького це підтверджує. Найбільш ефективною стратегією на даний момент на наш погляд, є стратегія оптимальних витрат. Конкретно це означає – високоякісна їжа за прийнятними цінами, приязне обслуговування без обрахунків, приємний інтер'єр.

Особливо важливим фактором, на нашу думку є перший серед названих. Якщо аналізувати успішність роботи ресторанних закладів міста Кропивницького, то на нашу думку, саме така стратегія є найбільш ефективною. А головне – такою, яку намагається реалізувати менеджери більшості закладів. На думку автора, це правильний підхід. Це підтверджує ефективна робота багатьох новостворених ресторанів, наприклад «Кавказький двір», який, незважаючи на те, що він розташований далеко не в центрі міста, користується помітним успіхом, і погіршення становища інших закладів при порушенні умов цієї стратегії. З етичних міркувань ми не називаємо назви тих закладів, які, на нашу думку і за нашими дослідженнями, втрачають свою конкурентну позицію.

В центрі Кропивницького розташовані деякі ресторани і які мають прекрасний інтер'єр високу якість їжі чудове обслуговування. Якщо користуватись термінами стратегії то вони реалізують стратегію диференціації тобто дуже високоякісний продукт за відповідними цінами. Але за нашими спостереженнями вони не є занадто успішними, незважаючи на те що є певна частина містян, які легко можуть дозволити собі відвідувати дані заклади. Тому

ми не вважаємо таку стратегію на даному етапі розвитку нашого міста і економіки України занадто вдалою.

Список використаних джерел:

1. Портер Майкл Е. П. Стратегія конкуренції/Пер з англ.-К.Основи.1998, 390с.
2. Thompson A.A. Peteraf M.A. Gamble G.E. Strickland A.J. Crafting and executing strategy McGraw-Hill companies 2014, 800р.
3. Ткачова С.С. Конкурентні стратегії ресторанних мереж. Економічні науки / 6. Маркетинг і менеджмент.
3. URL https://www.rusnauka.com/23_NTP_2010/Economics/70486.doc.htm
4. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в підприємствах ресторанного господарства : [підручник] / Н.О. П'ятницька. – К. : Київ. КНТЕУ, 2005.
5. Рябенка М.О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. Причорноморські економічні студії Випуск 52-2. 2020, с.46-51 http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb18_173.pdf
6. Крамарчук С.П. Методичні підходи до формування конкурентних переваг підприємства на засадах бенчмаркінгу. Менеджмент та підприємництво в Україні, Вип. , 2019, с.24-30
7. <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2019/dec/20448/kramarchuk.pdf>
8. Кукліна Т.С., Корнієнко О.М. Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 11. 2016 с.416-419 https://tourlib.net/aref_tourism/voronjuk.pdf

УДК 657.631.8

Шалімов В.В., к.е.н., доцент

Донецький державний університет внутрішніх справ;

Андрощук І.І., к.е.н., доцент

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: SMART-РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПОСТМОНІТОРИНГ

За даними платформи Open Budget в Україні станом на 01.01.2024 року функціонує 1079 бюджетів, з яких більше половини є бюджетами територіальних громад (625); інші місцеві бюджети представлені бюджетами сільрад (сіл) – 229, районними бюджетами – 136 [5]. Важливість державного фінансового аудиту місцевих бюджетів не викликає заперечень, оскільки він дозволяє встановити типові проблеми в управлінні публічними фінансами в ОТГ, а також сформулювати рекомендації щодо збільшення дохідної спроможності бюджету, підвищення ефективності управління бюджетними видатками, вдосконалення управління активами ОТГ, управління фінансами та організації внутрішнього фінансового контролю. Разом з тим, проведений аналіз кількості контрольних заходів в сфері місцевих бюджетів свідчить про дуже низьку кількість місцевих бюджетів, у яких проводився державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів. Якщо в 2008 році (перший рік після запровадження відповідного

Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту місцевих бюджетів [3]) було перевірено 109 місцевих бюджетів, то в 2016 році – лише 17, в 2017 – лише 38, 2019 – 86, 2021 – 53, 2022 – 14, 2023 – 47, тобто менше 5% від загальної їх кількості.

Активізація контрольних-аналітичних заходів є необхідною, в першу чергу, для підвищення обґрунтованості та ефективності формування та використання коштів місцевих громад. Але необхідною є і підвищення результативності таких заходів, особливо з точки зору їх результатів. Розгляд пропозицій та рекомендацій, що містяться у звітах за результатами державного фінансового аудиту, є обов'язковим (п. 25 Порядку [3]). Така обов'язковість накладає відповідальність щодо їх коректного формулювання, оскільки, дійсно, як обґрунтовано підкреслено в [1, с. 29-30], складнощі, недоліки і проблеми, які виникають у громадах, знаходяться не тільки під впливом органів місцевого самоврядування, але й зовнішнього середовища та рішень і політики органів державної влади, і можуть бути розподілені за трьома групами: 1) проблеми, які є наслідком неефективної діяльності (бездіяльності) органів місцевого самоврядування, і вирішення яких залежить від удосконалення управління ресурсами в самій громаді; 2) проблеми, вирішення яких залежить від самих громад, проте є обставини, які не дають змоги повністю реалізувати ресурсний потенціал громади; 3) проблеми, вирішення яких залежить переважно від відповідних змін на законодавчому рівні, а не від органів місцевого самоврядування.

Відповідно необхідно сконцентруватися на формуванні рекомендацій, виходячи з владних повноважень та можливостей органів місцевого самоврядування, за принципом Smart-підходу. Такі вимоги рекомендує і фінансовий регламент Європейського Союзу [4]: цілі для програм і заходів повинні бути встановлені заздалегідь; мають бути встановлені конкретні, вимірні, досяжні, релевантні та обмежені в часі цілі (фактично – Smart-цілі), а також визначені релевантні, прийнятні, надійні, прості та надійні показники; прогрес у досягненні цілей повинен контролюватися за допомогою показників ефективності.

Процедура контролю виконання таких рекомендацій або постаудиторський моніторинг (процес можна назвати по-різному) відіграє чи не найважливішу роль у забезпеченні ефективності процесу державного фінансового аудиту місцевих бюджетів, оскільки аудит не може існувати заради процесу, а головним має бути – підвищення ефективності та забезпечення відповідності законодавству. Разом з тим, на відміну від звітів інформація про стан та результати розгляду пропозицій, а також результати моніторингу не публікується, що не відповідає принципам прозорості і публічності. Віддаючи належне забезпеченню прозорості звітів у вітчизняній практиці, важливо забезпечувати принцип прозорості та публічності і під час роботи над результатами звітів з державного фінансового аудиту місцевих бюджетів.

Список використаних джерел:

1. Гладченко Л., Тимченко О. Державний фінансовий аудит об'єднаних територіальних громад. Ключові проблеми та шляхи їх вирішення. Аналітичний звіт. 2019. 44 с. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/520/12.2019_2.pdf (дата звернення 10.05.2024).
2. Державна аудиторська служба України. Статистичні звіти. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/53> (дата звернення 10.05.2024).
3. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту місцевих бюджетів : постанова КМУ від 12 травня 2007 року № 698 (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення 10.05.2024).
4. European Commission, Directorate-General for Budget. Financial regulation applicable to the general budget of the Union : July 2018, Publications Office. URL: <https://data.europa.eu/doi/10.2761/816722> (дата звернення 10.05.2024).
5. Open Budget : офіційний державний веб-портал. URL: <https://openbudget.gov.ua/local-budget?id=1110000000> (дата звернення 10.05.2024).

УДК 658.5

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент;
Болгаров І.С.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК»

З метою забезпечення злагодженої роботи і досягнення сприятливого результату вище керівництво постійно і систематично впливає на діяльність структурних підрозділів організації. Це – процес управління виробничим підприємством. У ринковій економіці одним із найважливіших елементів, що впливають на ріст і роботу підприємств з виробництва косметики, є менеджмент. Об'єктивні вимоги виробництва і реалізації продукції, потреби економічної взаємодії, підвищення ролі споживача – все це вимагає постійного удосконалення цієї діяльності.

Підтримуючи тісні стосунки з безпосередніми клієнтами, компанія ТОВ «Астра Косметик» збільшує обсяги виробництва та підвищує технічний рівень.

Ідея створення системи управління передбачає використання сучасної інформаційної системи з комп'ютерними технологіями та постійну модифікацію цілей і програм відповідно до стану ринку.

Система управління підприємством складається з постійного контакту та координації співробітників з метою виконання завдань управління для досягнення мети господарської діяльності.

У системі управління компанією необхідно удосконалити такі ключові напрями:

- удосконалення організаційної структури корпоративного управління;

- краще управління виробничими ресурсами та запасами;
- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві внаслідок підвищення якості продукції;
- оптимізація організації управлінських і бізнес-процесів за рахунок удосконалення системи планування, обліку та контролю основних показників підприємства.

Щоб удосконалити організаційну структуру підприємства, насамперед необхідно з'ясувати ідеальну чисельність і склад керівного персоналу, а також кількість робітників у відділах і виробничих підрозділах відповідно до галузевих норм, стандартів і реальних потреб підприємства.

Варто розвивати комп'ютерну комунікаційну мережу, впроваджувати ефективну систему внутрішнього контролю, широко і ґрунтовно використовувати комп'ютерні технології, використовувати управлінські та інформаційні технології.

Систему планування, обліку та контролю за основними показниками «ТВК» ТОВ «Астра Косметик» можна удосконалити. Насамперед, це стосується бюджетування, структури системи фінансового менеджменту та контролю фінансових потоків і витрат.

Об'єктно-орієнтований підхід з повним циклом управління для визначення організаційної структури, нових прав і обов'язків працівників, обсягу їх професійних функцій як керівників і спеціалістів різних рівнів є однією з можливостей удосконалення системи управління. Продумана і практична структура управлінського апарату дозволить якісно, ретельно, компактно і швидко здійснювати управлінські процедури — все те, чого вимагає ринкова економіка. Цільовими орієнтирами господарювання є: готова продукція, інші засоби, праця, гроші та матеріальні цінності.

Вважається, що управління ресурсами в цілому складається з взаємопов'язаних інформаційних потоків, які проходять через усі адміністративні завдання (такі як облік, контроль і планування).

Одним зі способів удосконалити систему управління та допомогти створити більш логічну корпоративну структуру управління та більш ефективне використання бізнес-інформації для виробництва є створення автоматизованої системи збору та обробки бізнес-інформації.

Коли ця система працює, вона скорочує час, необхідний для прийняття управлінських рішень, покращує якість цих суджень і багато іншого. Це також звільняє керівників і експертів усіх рівнів від фізичної праці, пов'язаної зі збором і обробкою інформації.

Основними цілями плану удосконалення системи управління ТОВ «ТВК» «Астра Косметик» повинні бути:

- метод і цілі розробки удосконалення інтегрованої системи менеджменту компанії та її складових частин для забезпечення ефективних рішень і взаємної координації інформаційних потоків і процедур прийняття рішень, а також організаційних, людських і технологічних факторів;

– інтеграція сучасних методів та інструментів управління в складно підібрану ідею системи управління (інтегроване управління автоматизованим виробничим процесом);

– удосконалення організаційних структур корпоративного управління, зокрема за рахунок використання сучасних гнучких форм (адаптивних структур, цільових програм тощо);

– удосконалення корпоративної інформаційної системи для підвищення рівня стандарту інформаційної матриці та забезпечення більших можливостей її швидкого використання;

– використання інформаційних технологій та автоматизації для підвищення технічної та фінансової планки та покращення якості продукції (робоча сила, адаптоване виробництво);

– використання глобального досвіду та співпраця з міжнародними партнерами в країні для забезпечення необхідного рівня якісного розвитку системи управління бізнесом.

Удосконалення системи управління ТОВ «ТБК» «Астра Косметик» має здійснюватись за такими основними напрямками:

– покращити структуру організації управління бізнесом;

– удосконалення системи планування, обліку та контролю основних показників господарської діяльності з метою удосконалення організації управління та господарської діяльності;

– посилити контроль за товарними запасами та виробничими ресурсами;

– підвищити ефективність управління інноваціями організації, щоб підвищити якість її результатів.

Удосконалення управління ресурсами та виробничими запасами передбачає раціональне використання всіх наявних матеріальних ресурсів, використання енергоефективних технологій, контроль за використанням виробничих запасів відповідно до найсучасніших стандартів.

УДК 658.5

Яковенко Р.В., к.е.н., доцент;

Верета А.Р.,

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ВИКОРИСТАННЯ ФІЛОСОФІЇ КАЙДЗЕН В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ІНСТИТУТУ ІМЕНІ Р. ЕЛЬВОРТІ

Кайдзен – це японська практика та філософія ведення бізнес-стратегій та удосконалення процесів виробництва, розробки допоміжних бізнес-процесів і управління, а також усіх аспектів життя організації. У своїй філософії цей метод фокусується на покращенні всіх функцій бізнесу, в чому задіяні всі працівники

та всі ланки управління компанією. Покращуючи стандартизовані процеси, метод кайдзен має на меті усунути всі витрати, які виникають у процесі виробництва (метод ощадливого виробництва ТОЙОТА).

У контексті цієї філософії втрат, три «Му» розглядаються як негативні точки втраченого потенціалу і мають бути ліквідовані чи мінімізовані:

«муда» – втрати, марне витрачання часу;

«мура» – відхилення в процесах;

«мурі» – перевантаження працівників та машин.

Мурі з боку студента. Перенавантаження з боку студента може проявлятися у:

– значній кількості домашньої та самостійної роботи, яку має виконувати студент;

– завищеному рівні вимог викладачів до робіт студента;

– значній кількості годин (пар), які студент повинен провести в ЗВО (08:00-17:00);

– виконанні великої кількості проектів протягом одного дня, тривалість пари – 1 година 30 хвилин.

Мурі з боку викладача. Перенавантаження з боку викладача може проявлятися у:

– великій кількості годин, які вони мають вчитати студентам;

– великій кількості нормативних завдань, які потрібно підготувати на лекції/семінари;

– великій кількості студентів у групі;

– значному обсязі відповідальності за студентів;

– надмірному рівні бюрократизації.

Мура з боку студентів: наявність значної кількості факторів відволікання студента, що збиватимуть його ритм:

– постійні непотрібні та нецікаві заходи від ЗВО;

– непотрібні додаткові завдання;

– предмети, які не потрібні.

Мура з боку викладачів:

– неорганізовані або нечіткі матеріали для навчання, які ускладнюють засвоєння матеріалу студентами;

– відсутність зворотного зв'язку та корекції завдань;

– неефективне використання часу на заняттях, таке як зайві паузи або відволікання від основної теми;

– ігнорування зацікавленості студентів у предметі, відсутність запобіжних заходів.

Муда для студентів:

– втрати у зосередженості: студент може втрачати увагу через різні відволікання, такі як телефонні дзвінки, повідомлення, розмови з одногрупниками під час занять тощо. Це може ускладнювати засвоєння матеріалу та впливати на результативність студента;

– втрати в навчанні: недостатня увага до матеріалу, неякісні навчальні матеріали або недостатня підтримка викладачів також можуть викликати втрати

в навчанні. Це може призводити до неефективного засвоєння інформації та погіршення академічних результатів;

– втрати в організації: студент може стикатися з втратами в організації, якщо його розклад незбалансований або непродуманий, він не використовує ефективні методи планування часу, або він не визначив свої пріоритети належним чином.

Муда для викладача:

– неефективний розподіл матеріалу, що викладається, стосовно лекцій/семінарів;

– проведення лекцій/семінарів різними викладачами (запрошеними практиками) з одними й тими ж думками/підходами;

– продовження використання непродуктивних методів навчання;

– відсутність демонстрації практичного використання лекційного матеріалу.

No muri, mura чи muda в ЕТІ для студента:

– відсутність перенавантаження, тривалість пари – 1 година 20 хвилин;

– баланс між домашнім завданням та вільним часом;

– наявність профільно-орієнтованих предметів, відсутність непотрібних додаткових завдань;

– підтримка з боку викладачів, допомога у засвоєнні матеріалів;

– відсутність непотрібних заходів, що сприяють втраті зосередженості, наявність невеликої, але потрібної їх кількості.

No muri, mura чи muda, в ЕТІ для викладача:

– відсутність значного понаднормового навантаження викладачів;

– збалансованість годин викладання, розподіл годин між різними днями, місяцями, семестрами;

– розробка лекцій на підставі та з урахуванням власного досвіду;

– зацікавлення студентів інтеграцією у лекції, творчі практичні роботи разом зі студентами;

– відносно невелика кількість студентів, можливість індивідуального підходу до кожного студента;

– розуміння потреб та можливостей студента, відсутність тиску на студента, відсутність примусу у навчанні;

– незначний рівень бюрократизації.

Список використаних джерел:

1. Ведишева А. Кайдзен – японський секрет досконалості. URL: <https://taslife.com.ua/blog/kaizen> (дата звернення: 14.05.2024).

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті;
м. Кропивницький;*

*Давидейко І.Р.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ СПОТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СИТУАЦІЇ ЯК МЕХАНІЗМ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОКРЕМИХ СУБ'ЄКТІВ

Конкуренція (досл. змагання) – наявність на ринку великої кількості незалежних один від одного продавців, найхарактерніша ознака ринкової економіки. Позитивні наслідки конкуренції – зниження цін та підвищення якості продукції [1, с. 19].

Конкуренція та конкурентні тенденції в системі української економіки мають доволі умовний вигляд та сумнівний прояв. Абсолютна більшість галузей та сфер економіки замість того, щоб підлягати процесам посилення конкуренції, протягом років незалежності, підлягала укрупненню, посиленню монопольної влади та економічної концентрації саме внаслідок втручання органів державного управління, регулювання та нагляду. Навіть ті галузі, що традиційно вважаються галузями з високим рівнем конкуренції, не говорячи вже про галузі з обмеженим рівнем конкуренції, в Україні офіційно, або ж у тіньовий спосіб, є монополізованими.

Так, наприклад, у абсолютній більшості світових і вітчизняних підручників та навчальних посібників сільське господарство наводиться в якості прикладу галузі, що являє собою ринок продукції чистої/досконалої конкуренції [2, с. 76; 3, с. 25]. Натомість, в Україні навіть за формальними ознаками значні сектори агропродукції є монополізованими за товарною або територіальною ознаками. Замість того, щоб вкладати кошти у сумлінну конкурентну боротьбу, триває нагромадження капіталу у середовищі різноманітних маніпуляцій та зловживань.

Також поширеним явищем є вплив силових структур на дію ринкового механізму, зокрема обмеження допуску певних виробників чи продавців до певного сегменту продажів, до участі у тендерах (інколи й до їх економічного або навіть фізичного знищення), сприяння діяльності «потрібних» ринкових агентів, з кінцевою метою монополізації частки ринку, та отримання необмеженої економічної влади [4, с. 35].

У економічній моделі державного регулювання економіки України головним елементом виступає державний управлінський апарат, що здійснює або намагається здійснювати прямий вплив на попит чи пропозицію в інтересах крупних ринкових структур. Головною метою його діяльності є вплив на рівноважну ціну через зловживання державною владою: або підвищення цін в

інтересах монополістів, або зниження цін, якщо йдеться про потребу скуповування (наприклад в умовах приватизації або ринку землі). Така економіка виробляє те, що вона спроможна виробити. При цьому регулювання спрямовується не в ті сектори, де воно є потрібним, а туди, де присутній особистий інтерес окремих представників державного сектору; характерним є зловживання державними закупівлями. Сила державного впливу виступає механізмом монополізації окремих ринкових секторів, «закріпачення» населення, встановлення додаткових зобов'язань та неофіційних «податків» на бізнес, викривлення та спотворення дії традиційного ринкового механізму. Головна сфера створення доходу – це сфера державного управління через створення схем перерозподілу доходів в усіх сферах та призначення на керівні посади лише потрібних осіб, сировинний експорт та зловживання службовим становищем [5].

Крім традиційних зовнішніх факторів формування конкурентної ситуації на конкретному ринку конкретного товару, яка відбувається унаслідок скорочення витрат виробництва, управління якістю, пошуку внутрішніх унікальних особливостей в Україні спотворення конкурентної ситуації здійснюється у такі специфічні способи:

- вибіркоче застосування законодавства та нормативно-розпорядних актів до тих суб'єктів конкурентної боротьби, які є небажаними. У такий спосіб створюються конкурентні преференції або взагалі прибираються конкуренти тим суб'єктам конкурентної боротьби, які знаходяться у офіційному симбіозі влади та бізнесу;

- застосування дострокових перевірок та вибіркової «строгості» контролюючими органами суб'єктів будь-якої діяльності, зокрема й неекономічної, але такої, яка внаслідок посилення концентрації в ній спроможна сприяти отриманню монопольних доходів. Метою таких дій є обмеження конкуренції. Крім параметрів наведених у попередньому пункті, тут можна досягати окремих «піків» гострої ситуації на ринку через короткочасне скорочення пропозиції та формування ажіотажного попиту;

- рейдерство в інтересах власників крупного капіталу, т. зв. «соціальних паразитів»;

- застосування методів несумлінної конкуренції в процесі формування списків претендентів та участі в процесі обрання на політичні посади, керівні посади державних підприємств, що призводить до тотальної неефективності бізнесового та політичного управління;

- у контексті російсько-української війни – вибіркоче застосування інструменту мобілізації для позбавлення своїх конкурентів головного ресурсу – людського, у вузькофункціональному розумінні, а у більш розлогому аспекті – позбавлення на регіональному рівні окремих бізнесменів не лише прибутків, а й можливості політичного впливу на суспільне життя.

Беручи до уваги те, що конкуренції намагаються уникнути або спотворити її в абсолютній більшості можливих ситуацій, це призводить до суспільної економічної, кадрової та суспільно-політичної деградації. Сьогодні можна

остаточно стверджувати, що саме відсутність об'єктивної конкуренції призвела до знищення СРСР країнами, які в усіх сферах своєї життєдіяльності спираються на конкуренцію.

Список використаних джерел:

1. Яковенко Р.В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник. Вид. 2-ге, випр. Кіровоград : видавець Лисенко В. Ф., 2015. 130 с.

2. Яковенко Р.В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб. Кіровоград : «Поліграф-Сервіс», 2009. 120 с. : іл.

3. Яковенко Р.В. Економічна теорія : конспект лекцій та тестові завдання для студентів спеціальностей «Економічна кібернетика», «Менеджмент», «Управління персоналом та економіка праці», «Економіка підприємства», «Організація комерційної діяльності у сфері послуг і торгівлі», «Економіка та організація бізнесу», «Міжнародні економічні відносини». Кропивницький : ЦНТУ, 2019. 98 с.: іл.

4. Яковенко Р.В. Необхідність трансформації завдань державного регулювання в умовах сучасного стану економіки України. Агросвіт. 2019. № 8. С. 33–40. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.8.33.

5. Яковенко Р.В. Соціальна відповідальність у класичній моделі ринкового саморегулювання та в системі державного регулювання економіки України. Ефективна економіка. 2020. № 6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7979> (дата звернення: 14.05.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.66.

УДК 005.95/96

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький;
Давидейко І.Р.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИВАТНОГО ЗВО

Перший автор запропонованого дослідження неодноразово звертав увагу на зловживання, що мають місце у сфері вищої освіти державної форми власності, зокрема це відображено у його публікаціях [1; 2; 3]. Проте й приватний сектор вищої освіти має безліч вад, що безпосередньо віддзеркалюється на процесі організаційно-економічних відносин, зокрема в системі управління персоналом, та посилюється новітніми обставинами, що виникли унаслідок російської збройної агресії.

В той час як цивілізований світ рухається від капіталістичних та ринкових відносин до інформаційного буття, в сфері вищої освіти України процвітають відносини традиційного капіталу [1, с. 73]. Приватна вища освіта, що

характеризується приватною власністю та «прив'язується» і фінансується за рахунок приватних інвесторів знаходиться в системі прямої залежності від прибутковості їх бізнесу. А беручи до уваги те, що показники недержавного сектору економіки набагато погіршились, наслідком цього стало те, що приватна вища освіта опинилась у доволі суперечливому стані, і подальші її перспективи не можна узагальнити, а варто розглядати у прив'язці до кожної конкретної ситуації. При цьому конкурентоспроможність освітньої організації може формуватися виключно внаслідок тенденцій конкурентоспроможності їх інвесторів. Наведемо можливі варіанти розвитку подій у відповідності до результатів особистих спостережень.

Погіршення можливостей фінансування приватних ЗВО супроводжується бажанням його керівництва продемонструвати якомога більше результатів роботи при мінімальному використанні коштів, тобто має місце, де-факто, інтенсифікація безкоштовної роботи креативного прошарку персоналу. При цьому системності набувають багатомісячні затримки з виплатою заробітної плати, відсутність будь-якої системи матеріальної мотивації праці, і, як наслідок, погіршення популярності як керівництва навчальних закладів, так і робочих місць. При цьому керівництво, якщо воно є некомпетентним у системі управління персоналом, не розуміє, що конкурентні переваги всього підприємства (організації), можуть формуватися та мати місце лише на окремих, чітко визначених робочих місцях, і створювати їх можуть лише конкретні особи на конкретних посадах. При цьому вивільнення саме цих працівників може призвести до погіршення або взагалі ліквідації наявних конкурентних переваг цього навчального закладу; конкурентостійкість навчального закладу відносно зовнішніх факторів конкурентного середовища за таких умов взагалі може бути перетворена на нуль.

За умови нульового рівня кваліфікації адміністрації ЗВО, що також може бути наслідком радянського виховання, дитячих психологічних травм та невпевненості у собі, вона може намагатися у будь-який спосіб зберегти свої пануючі позиції всупереч показникам ефективності своєї діяльності. Це може досягатися шляхом приборкання або взагалі ліквідації профспілок та студентських органів самоврядування. Для перемоги над профспілками створюються умови для «витискання» членів профспілок зі складу персоналу у різні несумлінні способи. Студентські ради можуть прямо переходити на бік адміністрації у разі їх непрямого підкупу через фінансування адміністрацією різноманітних подорожей (під час невиплати зарплати основному персоналу), надання преференцій у складанні сесій або інших заходів, залежно від фантазії керуючих. Але й тут міститься потенційна загроза: можливість емоційного та фізичного перевантаження представників учнівського самоврядування у разі надання їм зовнішньої кількості доручень, що може призвести до психоемоційного «вигорання».

При плануванні структури персоналу керівництво може сподіватись на збереження високопродуктивних кадрів з додатковим навантаженням, що забезпечуватиме якісні показники всього персоналу (зокрема примус підготовки публікацій та різноманітної документації із включенням адміністративного персоналу в якості співавторів) зі збереженням або суттєвим зменшенням оплати

праці. Це сприятиме формуванню позитивних рейтингів «кола потрібних осіб», особливо якщо їх складатимуть зацікавлені особи. При цьому керівництво може планувати скорочувати низькопрофесійні та низькопродуктивні кадри, натомість це призведе до витоку високоякісних фахівців, через їх перевантаження та можливість отримання альтернативних доходів у інших місцях. Внаслідок цього такі виші взагалі позбавляться конкурентних переваг.

При оплаті праці працівників гостро постає проблема оплати непродуктивного адміністративного складу (скорочення їх кількості не розглядається) та прагнення у будь-який спосіб зберегти креативний персонал, який забезпечуватиме високий рівень доходів «панівного класу». Яким чином система управління персоналом намагається розв'язувати свої проблеми за рахунок власних працівників: скорочення оплати праці; примусове звільнення та відмова від офіційного оформлення працівників з метою скорочення податкової складової витрат; спроби маніпуляцій свідомістю працівників шляхом надання їм неправдивої інформації щодо реального стану справ на підприємстві, перекладання відповідальності з менеджера на власника підприємства за непопулярні рішення і навпаки; примусове спрямування кадрів у відпустку за власний рахунок тощо [4, с. 390].

При намаганні розв'язання цих проблем, «капіталісти» від освіти оцінюють конкурентний стан оплати праці в галузі. Якщо ситуація в сфері оплати праці в галузі або найближчому конкурентному середовищі погіршується – це не заохочує їх до поліпшення умов та принципів оплати праці, вони також можуть «рухатись у фарватері» погіршення існуючих організаційно-економічних умов. І навпаки, якщо ситуація поліпшуватиметься (зокрема приймаються нові нормативи оплати праці чи нові вимоги до науково-педагогічних працівників), приватні заклади не поспішають рухатись у цьому напрямі (за виключенням оплати праці «обраного кола»), обґрунтовуючи це складним станом інвестора та неможливістю виконувати існуючі вимоги законодавства та визначені норми.

Саме унаслідок цього в системі приватної вищої освіти спостерігається постійна висока плинність кадрів, що є набагато вищою, ніж у системі державних ЗВО. Це обумовлено тим, що кошти на фінансування непродуктивної адміністрації потрібні дуже значні, креативний клас оплачується доволі скромно, і лише в тому разі, коли він підвищує особисті конкурентні позиції непродуктивних адміністративних кадрів.

Таким чином, існуюча система управління персоналом робить неможливим розвиток та розширене відтворення людського потенціалу внаслідок застосування несумлінної конкуренції в сфері оплати праці, рейтингового оцінювання працівників та безпосередньо у сфері управління.

Список використаних джерел:

1. Яковенко Р.В. Традиційний та інтелектуальний капітал у системі вищої освіти України. Економіка та держава. 2019. № 5. С. 72–76. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.5.72.
2. Яковенко Р.В. Специфіка корпоративної соціальної відповідальності у сфері вищої освіти України державного сектору України в умовах пандемії covid-19. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 17-18 вересень. С. 57–62. DOI:10.32702/23066814.2020.17—18.57.

3. Яковенко Р.В. Автоматизація оцінювання якості роботи у ВНЗ як чинник підвищення її ефективності. Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 14 квіт. 2020 р. / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. Ун-т. Кропивницький : ЦНТУ, 2020. С. 36-38.

4. Яковенко Р.В., Підкамінна Ж.С., Сідалковський О.М. Специфіка мотивації та управління персоналом у середовищі українського бізнесу під час війни. Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Кропивницький, 07-08 грудня 2023 р.). / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. С. 390-391.

УДК 658.5

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент,
Іванченко М.Р.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна культура представляє собою систему цінностей, норм і правил, визначених керівництвом компанії, які отримують загальне визнання серед всіх її працівників і формують психологічний контекст у колективі. Спеціалісти визначають процес формування корпоративної культури як аналогічний становленню суспільства, з його власними принципами та нормами поведінки [1, с. 82-83]. Культура компанії виявляється у дизайні інтер'єрів, у культурі спілкування та етиці, на корпоративних заходах, у корпоративному стилі, а також в одязі. Зміни в корпоративній культурі найчастіше розпочинаються з впровадження нових атрибутів, оновлення офісу, зміни іміджу та рекламних слоганів. Трансформації впливають на всі аспекти корпоративного середовища, включаючи навіть таблички для офісу [2, с. 329].

ТОВ «Онікс-Системз» – це аутсорсингова ІТ-компанія з міста Кропивницький, яка займається розробкою та підтримкою програмного забезпечення, веб-ресурсів та додатків для IOS та Android. Компанія налічує близько 400 співробітників і 23 технічні та нетехнічні департаменти.

Вивчаючи корпоративну культуру ТОВ «Онікс-Системз», відзначається, що ця компанія втілює найсучасніші підходи в управлінні та розробці продуктів. Однак існують потенційні недоліки, зокрема в області організації тимблдингів та командних заходів. Важливо забезпечити баланс фінансових обмежень, систематично оцінювати ефективність ініціатив, а також враховувати зміни у розмірах та структурі компанії для підтримки відповідності таких заходів поточним потребам та очікуванням працівників.

Недоліком є стандартизація подарунків, орієнтація на матеріальні заохочення та відсутність глибоких форм визнання. Можна запропонувати такі варіанти для поліпшення цих аспектів. Потрібно розглянути можливість

індивідуалізації подарунків, дозволяючи працівникам обирати або зазначати свої уподобання. Необхідно вивчити інтереси та хобі співробітників, щоб забезпечити більш персоналізовані та цінні подарунки. Також варто розробити баланс між матеріальними та нематеріальними подарунками, необхідно впроваджувати більш глибокі форми визнання, таких як особисті слова подяки від керівництва, нагороди за внесок у проєкт, або можливості професійного зростання.

Далі пропонуємо щоквартальні розмови з психологами та впровадження механізмів для збору фідбеку, таких як анонімні анкети, електронні платформи або регулярні обговорення на засіданнях команд. Потрібно забезпечити різноманіття способів висловлення проблем та думок співробітників. Довідникову базу можна поліпшити вдосконаливши інтерфейс та пошукові можливості довідкової бази, а також проводити тренінги для співробітників з ефективного використання ресурсу. Доцільно забезпечувати актуальність та доступність інформації і кожному колезі при приході на роботу розповідати та демонструвати принцип роботи цього сервісу.

Зустріч із директором компанії також потребує певних поліпшень: потрібно забезпечувати більшу активність учасників, наприклад, через питання та відповіді, анкети або регулярні обговорення конкретних питань. І постійно визначати, чи всі працівники відчувають зручність та можливість висловлювати свої думки. У процесі компенсації навчальних процесів необхідно створити прозорий механізм обговорення та прийняття рішень щодо вибору курсів та їх бюджету.

У аспекті «навчання та розвитку» виділимо можливість розширення програм Onix Academy та Talents Mining Process на екстерні аудиторії, сприяючи загальному розвитку місцевої IT-спільноти. Компанія має забезпечити прозорість та відкритість процесів набору персоналу, а також можливість розгляду інших пропозицій та партнерств для розвитку міста, саме тоді це буде потужним інструментом у розвитку спільноти міста Кропивницький.

Потрібно провести аналіз і на основі нього здійснити модернізацію або видалення тих елементів, що викликають стрес і є непотрібними. Керівництву компанії варто забезпечити чіткі та прозорі процедури для подання запитів на перегляд рівня знань та зарплати, з уникненням можливості маніпулювання даними. Це в компанії вже є, але весь цей процес потрібно постійно поліпшувати. Загальний підхід має полягати в забезпеченні балансу між внутрішнім розвитком та зовнішніми ініціативами для сприяння розвитку глобального IT-середовища.

Зараз спостерігається ситуація, коли колеги не хочуть працювати на волонтерських проєктах, бо там платять в рази менше, ніж на певних комерційних проєктах. Саме для цього потрібно вводити додаткову систему стимулювання: бонуси чи премії, таким чином колеги самі хотітимуть займатися волонтерськими проєктами, а компанія буде будувати позитивну думку про себе у суспільстві.

Такий аспект корпоративної культури, як проведення тимблдингів та інших зустрічей є найбільш обговорюваним серед співробітників компанії та керівництва. Щоб вирішити питання з фінансових обмежень потрібно зробити

кілька простих вчинків: збільшити бюджет на такі зустрічі та створити систему пропозицій, де працівники зможуть подавати пропозиції та брати участь у виборі заходів, це допоможе враховувати різноманіття інтересів. Також можна спробувати запровадити онлайн чи комбіновані формати зустрічей, це допомогло б вирішити питання доступності у будь-якому контексті.

Щоб вирішити питання щодо відсутності зворотного зв'язку, варто просто забезпечити системи опитувань та збору зворотного зв'язку для оцінки задоволення та виявлення можливостей удосконалення сценаріїв проведення зустрічей. Також, було б непогано створити майданчик для обговорення та обміну враженнями після тимблдингу для сприяння відкритому діалогу.

Ці рекомендації обрані на основі їхньої потенційної ефективності у впровадженні та здатності впливати на різні аспекти корпоративної культури. Гнучкі формати та фінансова підтримка тимблдингів є ключовими для створення задоволення та командної співпраці, а онлайн формат, зворотний зв'язок та участь працівників у виборі ініціатив допоможуть адаптувати культуру до потреб сучасного робочого середовища та індивідуальних уподобань співробітників.

У жодному разі не можна намагатися впроваджувати всі зміни одночасно, оскільки це може негативно вплинути як на результат, так і на колег, оскільки для них це може бути надто різко, може виникнути сильний стрес через зміни тощо. Саме тому необхідно проранжувати всі зміни у порядку важливості та реалізовувати їх за принципом SMART цілей, тобто, всі цілі впроваджувати поступово і переходити до наступних лише після повного виконання попередніх цілей.

Отже, були виділені основні цілі, які ми б рекомендували ТОВ «Онікс-Системз» впровадити в першу чергу, зокрема: поліпшити процес організації тимблдингів, а саме, чітко вказати бюджет, прописати в яких випадках і на що доступна компенсація, а на що компенсація не поширюється, також необхідно з часом, після вирішення будь-яких операційних проблем вносити зміни в існуюче положення та визначати шляхи вирішення потенційних нюансів тощо.

Наступною рекомендацією буде автоматизація процесу компенсації навчальних процесів, оскільки це теж є важливою складовою процесу корпоративної культури компанії. Покращити цей процес можна за рахунок зменшення кількості кроків та учасників, які беруть участь у цьому процесі. Третьою ціллю, яку ми б рекомендували поліпшити буде розширення та стабільність навчальних програм і бази практики.

Список використаних джерел:

1. Фіщук Н.Ю., Ломачинська І.В. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. Зб. наук. праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. 2012. № 1(56). Том 4. С. 81-85.
2. Чернишова А.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 17. С. 328–330.

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький;*

*Кандиба М.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БАГАТСТВА УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Існує багато підходів до тлумачення поняття багатства, використовуємо один з авторських, який вже отримав певний резонанс у науковому середовищі. Багатство – отримання доходів та володіння майном, що суттєво перевищують середньостатистичний рівень життя [1, с. 8]. Відповідно до нього, у певному середовищі певна особа може вважатися багатою, володіючи доволі незначним обсягом благ, якщо вона знаходиться в оточенні малозабезпечених осіб. Такий підхід оцінює матеріальні цінності та уникає урахування нематеріальних факторів, що входить у суперечність з прогресивною науковою методологією.

Національне багатство (національний капітал) – це величина накопичених у країні матеріальних (основний та оборотний капітал підприємств, обіговий капітал) і нематеріальних (людські здібності, досягнення у науці та техніці, культурі і спорті, у мистецтві, а також нагромаджений виробничий досвід суспільства) цінностей, створених для виробництва і споживання, золотовалютних запасів, боргів інших країн (за вирахуванням боргів іншим країнам) і власності даної країни в інших країнах та людський капітал [2, с. 74].

Наприклад, ще в 2010 році в Україні стояло питання не лише «розроблення нових методів оцінки багатства нації», а й «управління збалансованістю його сукупного нагромадження» [3, с. 10]. А вже в 2022 році, у зв'язку з початком росією загарбницької війни на території нашої держави, стоїть виключно питання збереження та відновлення національного багатства.

Російська федерація системно знищує або привласнює матеріальну складову національного багатства України. В першому випадку ми говоримо про руйнування інфраструктури, військових, виробничих та цивільних об'єктів, вбивства військових та цивільного населення. У другому випадку ми говоримо про привласнення результатів національного виробництва, основних та оборотних виробничих фондів суб'єктів господарювання, грабування банків і банкоматів, позбавлення українців житла та особистого майна на тимчасово окупованих територіях тощо. Окремої уваги заслуговує мародерство та грабунок музеїв, театрів та інших матеріальних проявів української культури. Тобто російська агресія спрямована не лише на знищення фізичних атрибутів української держави, а й на ліквідацію всіх матеріальних та нематеріальних проявів і наслідків української культури.

14 травня виповнилося 70 років з дня прийняття Конвенції ЮНЕСКО про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту. З приводу цього британська розвідка вирішила присвятити цій темі окрему увагу.

Згідно з даними Міністерства культури та інформаційної політики України, станом на 2 травня 2024 року 1 987 закладів культури зазнали втрат та пошкоджень від початку повномасштабної російсько-української війни. Понад тисяча об'єктів культурної спадщини було зруйновано або пошкоджено, а ЮНЕСКО окремо підтвердила пошкодження 129 релігійних об'єктів станом на 10 квітня 2024 року.

ЮНЕСКО у середині лютого 2024 року оцінила збитки, які завдали російські окупанти культурній спадщині України. Вони склали 3,5 мільярда доларів, а для їх відновлення знадобиться 10 років та дев'ять мільярдів доларів [4].

До цього моменту більшість науковців вважали, що нагромаджене національне багатство є наслідком та результатом економічної діяльності. Ми пропонуємо принципово інший підхід, який є абсолютно доречним в умовах ведення війни, та виражається постійним руйнуванням матеріальних параметрів і людського капіталу. Дозволимо собі припустити, що існуючий стан та співвідношення матеріальної та нематеріальної часток у структурі національного багатства будуть спроможні здійснювати вплив на повоєнне відновлення нашої держави, відтворення як матеріальної, так і нематеріальної складової розширеного економічного та соціального відтворення.

Через те, що матеріальна складова національного багатства України зазнає щоденних втрат унаслідок російських атак, можна однозначно зазначити, що нематеріальна складова однозначно зростає в якості частки. До таких нематеріальних складових ми відносимо: патріотизм, побудову правильних пріоритетів міждержавної співпраці внаслідок втрати ілюзій щодо можливості продуктивної взаємодії з РФ, підвищення знань населення у сфері медицини, суттєве зростання інтелектуальної складової військового потенціалу, зокрема навичок та ноу-хау, високий рівень згуртованості суспільства, посилення адаптаційних здібностей бізнесу, що полягають у можливостях швидкої переорієнтації виробництва.

Список використаних джерел:

1. Яковенко Р.В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник. Вид. 2-ге, випр. Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. 130 с.

2. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. [2-ге вид., випр.]. Кіровоград : «КОД», 2010. 548 с. : іл.

3. Бобух І.М. Пропорції та перспективи формування національного багатства України : монографія. Київ : Ін-т екон. та прогноз., 2010. 372 с. ; табл., рис. ISBN 978-966-02-5926-3.

4. Як Росія нищить культурну спадщину України: аналіз британської розвідки. URL: <https://trueua.info/news/yak-rosiya-nitshit-kulturnu-spadtshinu-ukraini-analiz-britanskoi-rozvidki> (дата звернення: 14.05.2024).

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент;
Круценко Д.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ОЦІНКА ЯКОСТІ МЕБЛІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Якість меблів визначається загальною сукупністю характеристик, які визначають їх здатність задовольняти конкретні потреби відповідно до призначення.

Під споживчими властивостями меблів розуміють їх об'єктивні особливості, які можна перевірити під час процесу розробки, виробництва та користування.

Кількісна оцінка характеристик меблів, які впливають на їх якість, зазвичай називається показниками якості меблів. Ці показники розглядаються у контексті умов їх створення, експлуатації та використання.

Показники якості меблів можуть бути одиничними, якщо вони належать лише до однієї характеристики меблів, або комплексними, якщо вони охоплюють кілька характеристик одночасно.

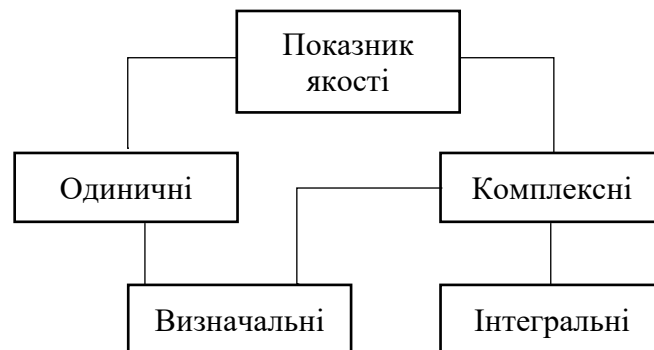


Рис. 1. Показники якості меблів

Інтегральний показник меблевої якості відображає співвідношення загальної корисності, що отримується у процесі використання чи споживання меблів, до загальних витрат, пов'язаних з її створенням та використанням.

Визначальний показник якості меблів – це параметр меблів або набір параметрів, за якими приймається рішення оцінювати її якість. Він є особливістю або характеристикою меблів, на яку робиться акцент при оцінці якості, виключаючи всі інші властивості меблів.

Важливо відрізнити показники якості меблів від параметрів. Показники якості оцінюють ті властивості меблів, які впливають на її якість. Тоді як параметри меблів охоплюють властивості, що впливають на якість та на всі інші характеристики меблів.

Показники якості меблів кількісно вимірюють, наскільки продукція здатна задовольнити конкретні потреби. Вони оцінюють лише ті аспекти меблів, які впливають на її якість.

Параметри меблів стосуються як властивостей, що впливають на якість, так і всіх інших характеристик меблів. Таким чином, поняття «параметр» ширше, ніж поняття «показник якості».

Показник якості меблів може залежати від одного або кількох параметрів. Базове значення показника якості меблів – це значення, яке приймається як відправна точка при порівняльній оцінці якості меблів. Як базові значення можуть використовуватися показники якості кращих зразків меблів, що виробляються як усередині країни, так і за кордоном. Також можна використовувати значення показників якості, досягнуті в минулому, показники перспективних зразків, отримані експериментально або теоретично, а також значення, визначені у вимогах до меблів. Значення показників якості меблів можуть бути виражені у різних одиницях виміру або залишатися безрозмірними. Показники якості також можуть використовуватися для оцінки однорідності різних видів меблів.



Рис. 2. Класифікація показників якості меблів за однорідністю

Рівень якості меблів визначається як відносна оцінка їх якості, яка ґрунтується на порівнянні сукупності показників якості з відповідною групою базових показників.

Обґрунтований вибір показників якості меблів для оцінки їх рівня якості є ключовим завданням. Щоб зробити цей вибір, треба мати певний перелік груп показників якості, який відповідає вимогам необхідності та достатності. Іншими словами, цей перелік повинен включати лише ті показники, які будуть корисними у практичному застосуванні (тобто вони будуть необхідними).

Такими показниками якості, що відповідають цим вимогам, є: призначення, безвідмовність, тривалість служби, можливість ремонту, збереження, ергономіка, естетика, технологічність, транспортабельність, стандартизація та уніфікація, патентно-правові аспекти, однорідність, стійкість до зовнішніх впливів, вплив на навколишнє середовище та безпека.

Характеристики меблів, що визначають їх якість, включають у себе аспекти, які закладені при розробці, забезпечуються під час виробництва і проявляються під час експлуатації. Отже, розподіл таких характеристик на три групи, а саме конструктивні, виробничі та експлуатаційні (споживчі), є в певному розумінні умовним. Більшу частину показників якості можна віднести до цих трьох груп з більшою визначеністю.

До групи конструктивних відносять показники якості, які можуть бути найбільш достовірно визначені на основі проектних даних або моделей виробу. Це включає такі характеристики, як призначення (класифікаційні, технічної досконалості та структури), ергономічні характеристики, стандартизація та уніфікація, патентно-правові аспекти та естетика.

До виробничих показників належать ті, які можуть бути достовірно визначені під час виробництва, такі як технологічність та однорідність.

До експлуатаційних показників входять ті, які можуть бути визначені під час тривалої експлуатації або на основі результатів спеціальних експлуатаційних випробувань, наприклад, надійність та транспортабельність.

Показники якості меблів, виражені в технічних одиницях, називаються технічними показниками. Економічні показники представляють собою групу характеристик, які відображають витрати матеріально-технічних ресурсів на створення та експлуатацію меблів. Для оцінки рівня якості меблів промислові продукти класифікуються як об'єкти дослідження, розділені на групи, кожна з яких має обмежену кількість видів показників, що визначають якість.

УДК 658.5

Яковенко Р.В., к.е.н., доцент;

Овчінников С.С.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,

слухач курсів MBA (Master of Business Administration)

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті

м. Кропивницький

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ «ТД ГІДРОСИЛА»

Для підвищення показника повторних продажів і забезпечення більшої лояльності клієнтів, компанії можуть застосовувати такі стратегії:

1. Програми лояльності: запровадження програм лояльності зі знижками, бонусами, подарунками або ексклюзивними пропозиціями для постійних клієнтів може стимулювати повторні придбання.

2. Персоналізований підхід: аналіз покупок клієнтів і надання персоналізованих пропозицій, знижок або рекомендацій може зробити процес купівлі більш привабливим для них.

Таблиця 1

Аналіз клієнтів, що зробили одне замовлення та повторні за 2021-2023 рр.

Показник	2021	2022	2023
Клієнтів, які зробили 1 замовлення, осіб	534	670	833
Сума реалізації клієнтам, які зробили 1 замовлення, грн	2 361 581,96	3 658 292,87	5 154 294,34
Середньорічна закупівля клієнта, який зробив 1 замовлення, грн	4 422,44	5 460,14	6 187,63
Клієнтів, які зробили 2 і більше замовлень, осіб	95	140	210
Сума реалізації клієнтам, які зробили 2 і більше замовлень, грн	1 667 098,61	4 367 186,09	6 547 250,47
Середньорічна закупівля клієнта, який зробив 2 і більше замовлень, грн	17 548,41	31 194,19	31 177,38
Клієнти, які здійснюють покупки повторно в середньому дають зростання, %	397	571	504

3. Ефективна комунікація: встановлення системи ефективної комунікації з клієнтами через електронну пошту, повідомлення у месенджерах або смс-розсилку для нагадування про нові товари, акції та спеціальні пропозиції.

4. Якісне післяпродажне обслуговування: забезпечення високоякісного обслуговування після покупки, вирішення проблем і запитань клієнтів швидко та ефективно, щоб зберегти їхню довіру та лояльність.

5. Аналіз та оптимізація процесу покупки: вивчення та оптимізація процесу покупки в Інтернет-Магазині для забезпечення зручності та простоти покупки, що збільшить імовірність повторних відвідувань і покупок.

Ці стратегії допоможуть збільшити відсоток повторних покупок і підвищити лояльність клієнтів, що сприятиме стійкому росту і успіху Інтернет-Магазину компанії.

Зробивши аналіз прибутку, бачимо, що ті, хто здійснює покупки повторно в середньому дає в п'ять разів більший дохід, ніж клієнт, який зробив одне замовлення (див. таблицю 1).

Зниження середнього чеку в 2023 році у порівнянні з 2022 роком в першу чергу пов'язане зі зменшенням номенклатури реалізованої продукції (див. таблицю 2). Частка виробництва залишилась на тимчасово окупованій території (заводи ТЕТІС та МЗТГ), які виготовляли розподільники та гідроциліндри.

Таблиця 2

Аналіз реалізації та середнього чеку через Інтернет-Магазин за 2021-2023 рр.

	2021	2022	Зростання 2022 до 2021, %	2023	Зростання 2023 до 2022, %
Сума реалізації, тис. грн	4 028,68	8 025,48	+99,2%	11 701,54	+45,8%
Сума реалізації, тис. \$	147,62	248,16	+68,1%	319,98	+28,9%
Середній чек на 1 замовлення, грн	5 112,54	7 389,94	+44,5%	7 500,99	+1,5%
Середній чек на 1 замовлення, \$	187,34	228,51	+22,0%	205,11	-10,2%

Середній чек показує стан справ нашого бізнесу. І сам по собі, і з іншими показниками він дає відповіді на багато запитань, зокрема:

- наскільки платоспроможним є наш клієнт;
- чи достатній у нас асортимент товарів;
- чи злагоджено працює система й менеджери-продажники;
- чи ефективною є акція, яку ми проводимо;
- які періоди високого й низького сезону продажів;
- яку групу товарів чи послуг найбільше купують клієнти.

Проведений аналіз незадовільного попиту клієнтів (див. табл. 3) показує, що компанія втрачає прибуток та зменшує лояльність клієнтів, тим більше, якщо це нова продукція не серійна. «Нові» види продукції мають більш високу маржинальність і є більш перспективними з точки зору збільшення обсягу продажів, ніж серійна продукція.

Таблиця 3

Аналіз незадоволеного попиту клієнтів Інтернет-Магазину за 2023 р.

Назва вузла	Кількість запитів	Ціна одного вузла, без ПДВ, грн	Загальна сума, без ПДВ, грн
GM2K 23R-F281C-F-VE24-AJ-FD	5	23 800	119 000
GP2.5K28/2K10/2K10R-A333AAA-F	4	15 500	62 000
GP2K11/2K11R-B231FF-TS-JD	3	9 575	28 725
GP3T 51 B-Z1C5G-V	3	9 325	27 975
GP3T 61 B-Z1C5G-V	4	9 400	37 600
GP3T 82 B-Z1C5G-V	4	9 900	39 600
PBF20TH.107/R(L)E81N	2	18 333	36 666
PBF20TH.80/R(L)E81N	4	15 833	63 332
PBF20T.56/R(L)E81N	4	15 266	61 064
НШ250А-4	4	47 154	188 616
НШ250А-4Л	2	47 154	94 308
PVC45	4	26 400	105 600
Прибуток, грн			864 485
% від загального продажу ІМ			7,3%

УДК 658.5

Яковенко Р.В., к.е.н., доцент;

Тимова О.В.,

слухач курсів МВА (Master of Business Administration)

*Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

АНАЛІЗ БАЛАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»

Розглянемо динаміку основних показників балансу згідно фінансової звітності форма 1 і форма 2 приведених в таблиці 1 та на рис. 1.

Основні показники балансу

Показник, тис. грн	код	2018	2019	2020	2021	2022	Абс. відхилення 2022 до 2018, тис. грн	Темп прир. 2022 до 2018, %
Необоротні активи	1095	16 395	13 776	11 379	27 475	25 603	9 208	56,2
Оборотні активи	1195	16 181	21 590	22 056	29 984	33 072	16 890	104,4
Баланс	1300	32 576	35 367	33 435	57 459	58 675	26 098	80,1
Гроші та їх еквіваленти	1165	613	2 770	3 933	2 092	931	318	51,8
Власний капітал	1495	21 660	22 921	23 199	41 820	45 582	23 922	110,4
Довгострокові зобов'язання	1595	1 499	1 630	2 056	2 147	1 422	-77	-5,1
Поточні зобов'язання	1695	9 417	10 816	8 181	13 493	11 670	2 253	23,9

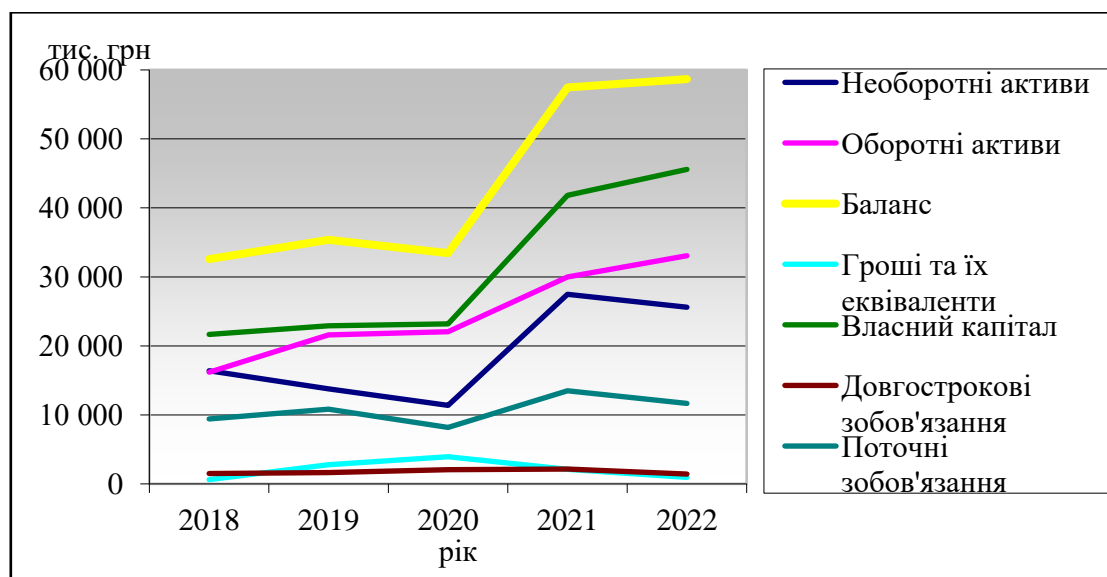


Рис. 1. Динаміка показників балансу

Спостерігається позитивна динаміка щодо зростання оборотних активів за 2022 рік і в порівнянні з 2018 роком. Необоротні активи зросли в 2021 і стабілізувалися в 2022 році. Зростання власного капіталу відбувалося в усі аналізовані періоди. Присутнє невелике зростання зобов'язань. Структура активів і пасивів підприємства відображена на рис. 2, 3, 4.

Згідно з даними фінансової звітності власний капітал зріс в балансі на 110% в порівнянні з 2018 роком, а також зростала його частка в структурі пасивів (рис. 4) з 66% до 78% за 5 аналізованих років, що є позитивною динамікою для показників фінансової стійкості.

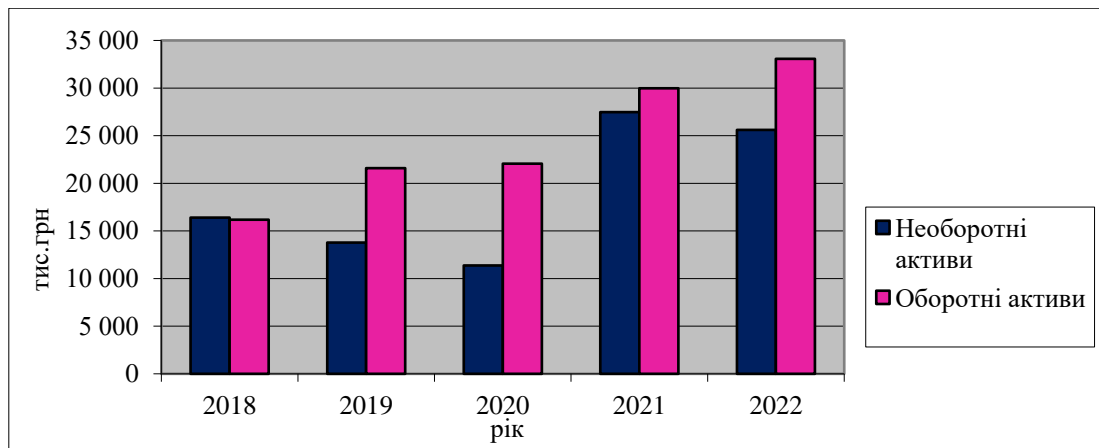


Рис. 2. Структура і динаміка активів

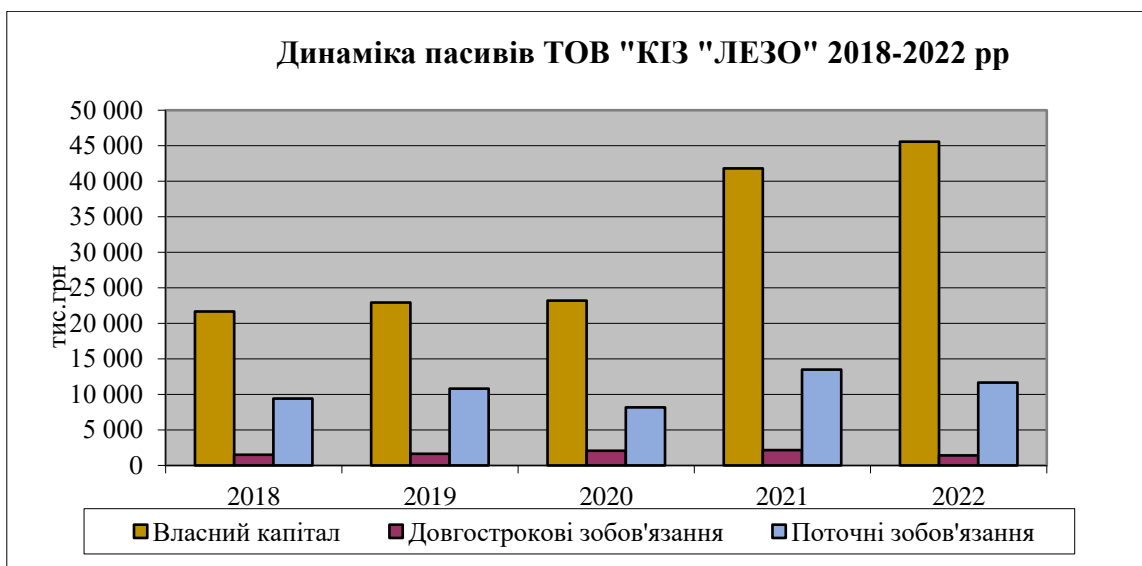


Рис. 3. Динаміка пасивів

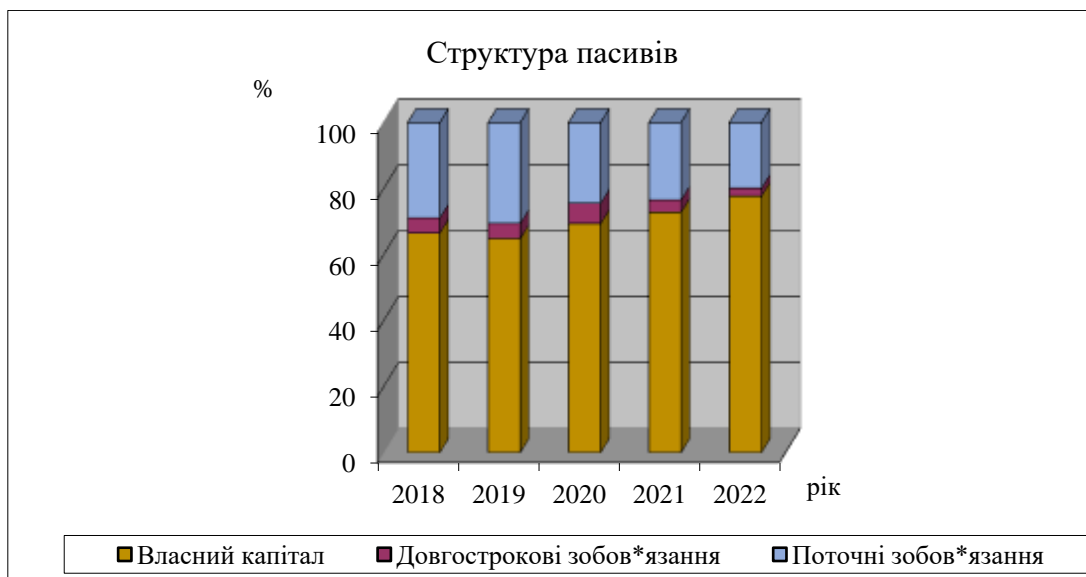


Рис. 4. Структура пасивів

Аналіз фінансової стійкості показав абсолютну стійкість, що вказує на достатність власних оборотних засобів для покриття запасів підприємства.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР» ЯК ВАЖІЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Робота підприємства має відбуватися, як то кажуть, «з коліс», оскільки технічні можливості зберігання сировини та готової продукції є доволі обмеженими, до того ж строки зберігання обмежені 4 місяцями з моменту виготовлення (за вимогами ДСТУ). А для цього треба чітке узгодження роботи відділу закупівлі з відділом реалізації.

Для того, щоб гарантувати споживачеві високу якість продукції в лабораторії заводу здійснюється трирівневий контроль:

– вхідний контроль сировини – після перевірки супровідних документів, визначаються органолептичні та фізико-хімічні показники сировини. Контроль технологічного процесу виробництва комбікормів від початку й до кінця здійснюється виробничим персоналом і лабораторією. З урахуванням даних, отриманих при аналізі сировини, що надійшла, розраховуються рецепти вироблюваних комбікормів;

– контроль готової продукції – є одним з найбільш важливих і відповідальних етапів роботи, для кожної партії комбікорму визначаються органолептичні показники, зараженість шкідниками і вологість продукції, перевіряється вміст у продукції протеїну, жиру, клітковини, тощо;

– на етапі реалізації комбікорму відбираються проби для зберігання і подальшої вибіркової перевірки показників поживності.

Виробнича лабораторія забезпечена національними стандартами та іншими документами, що визначають вимоги до продукції та методи досліджень. Є бібліотека для користування персоналом.

Лабораторія повністю забезпечена необхідними засобами вимірювальної техніки, випробувальним і додатковим обладнанням. Для лабораторних досліджень використовується сучасний інфрачервоний аналізатор зерна і комбікормів SupNIR-2750.

Також на підприємстві є дипломований ветеринарний лікар, до обов'язків якого також входить розробка та корегування рецептів у залежності від сировини, що є в наявності, для дотримання основних характеристик якості згідно ДСТУ. На кожну партію виробленої продукції виготовляється свідоцтво про якість.

Збут продукції – це така сфера діяльності, яка дуже залежить від цілої низки конкретних показників. По-перше, товар повинен бути в наявності, мають бути чітко визначені ціна, упаковка та якісні показники. Будь-які перемови з потенційним клієнтом рано чи пізно доходять до позначки – «а що конкретно у

вас є та за якою ціною». І якщо немає оперативної відповіді на це питання, то вся комунікація може бути зруйнована зі значним негативним ефектом.

За розрахунками бухгалтерії, точка беззбитковості підприємства настане на позначці 200 т продукції, що продана за місяць. Для виходу на такі обсяги потрібно організувати відповідний попит. Але для цього треба більш докладно описати ситуацію, що склалася в тваринництві Кіровоградської та прилеглих областей.

Тваринництво є основною галуззю сільського господарства. Його функціональне призначення полягає в забезпеченні населення молоком, різними видами м'яса, вовною, яйцями тощо. Проте впродовж останніх двадцяти років у його розвитку намітилися негативні тенденції. Тваринництво розглядається як стратегічно важлива галузь у загальній структурі сільського виробництва. Галузь має не лише виробниче, а й соціальне, політичне та стратегічне значення, бо тваринництво – це зайнятість сільського населення, виробництво необхідних продуктів харчування, забезпечення харчової та переробної промисловості сировиною.

Процес переходу країни до ринкових методів господарювання ознаменувався кризою, яка охопила, насамперед, сільське господарство. При цьому, найбільшого спаду зазнало тваринництво. Так, протягом останніх 20-ти років поголів'я ВРХ скоротилося більш, ніж на 84%, свиней – на 74%, овець та кіз – на 79%.

Така ситуація пов'язана з тим, що за ринкових умов сільськогосподарським товаровиробникам не вигідно займатися такою фінансо- та матеріаломісткою галуззю. Зміна економічних відносин між виробниками аграрної сфери та переробними підприємствами, недосконала система ціноутворення й збуту продукції тваринництва, невідповідні механізми постачання кормів і забезпечення ними та іншими необхідними ресурсами, відсутність цілеспрямованої державної підтримки призвели до того, що собівартість продукції цієї сфери почала значно перевищувати її реалізаційну ціну.

Значне зниження чисельності поголів'я корів, звісно негативно відбивається на обсязі сировини для молочної промисловості. Для цього треба збільшувати поголів'я великої рогатої худоби і підвищувати її продуктивність. Це питання можна вирішувати і за рахунок розведення високопродуктивних молочних порід України. Породи для тваринництва мають вирішальне значення для розвитку сільськогосподарського виробництва. Питання вибору породи завжди залежало від природних зон та економічної ефективності. Є породи, які вимагають постійного селекційного удосконалення на придатність до машинного доїння, оплати корму молочною продукцією та інше. Одночасно, із введенням промислових технологій у великих тваринницьких комплексах з повною механізацією основних трудомістких процесів виробництво поставило вимоги до продуктивності порід молочного напрямку. Худоба, виведена для таких комплексів повинна відрізнятися міцним здоров'ям, придатністю до машинного доїння на сучасних установках, стійкістю до хворіб.

В Україні щорічно зменшується поголів'я великої рогатої худоби, в тому числі корів і відповідно валове виробництво молока, що призводить до

зменшення споживання молока і молочних продуктів населенням. Тому перед селекціонерами України стоїть важливе завдання удосконалення кращих молочних порід, які мають відповідати світовим стандартам.

Призупинити занепад м'ясного скотарства та підвищити конкурентоспроможність його продукції можна за умови розробки і виконання довгострокової національної програми відродження та стабілізації м'ясопродуктового підкомплексу. Основні положення зазначеної програми мають розроблятися на базі прийнятих законів розвитку сільського господарства та прогнозів розвитку галузі, указів Президента щодо ціноутворення й функціонування аграрного ринку. При розробці цієї програми потрібно передбачати, насамперед, зростання обсягів виробництва м'яса яловичини на основі збільшення чисельності поголів'я та підвищення їх середньодобового приросту ваги.

Частковому вирішенню зазначених проблем може сприяти створення і розвиток вертикально інтегрованих аграрних холдингів, які б організаційно пов'язували усі етапи бізнесу від вирощування зернових культур, виготовлення комбикормів, відгодівлі тварин, переробки м'яса і молока до їх реалізації через власні збутові мережі.

Іншими напрямками, які потребують значної уваги і підтримки з боку держави, є відродження племінної справи і розвиток селекційних програм, сприяння створенню кооперативів у молочному скотарстві, посилення ветеринарно-санітарного контролю, розробка нових і сприяння дотриманню існуючих стандартів, обов'язкове виконання вимог яких забезпечило б надходження на ринок дійсно якісної і конкурентоспроможної продукції.

УДК 005.95/96

*Болгаров І.С.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти;*

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКРУТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК»

Для підвищення ефективності праці потрібне ґрунтовне вирішення зазначеної проблеми з урахуванням досвіду західних країн. Удосконалення процедури найму та стандартів – перший крок до покращення. Для ТОВ «Астра Косметик» було б розумно зосередити свою увагу на таких сферах, щоб покращити процес найму:

1. Розміщення інформації про компанію та відкритих вакансій на сайті. Ми вважаємо важливим оптимізувати веб-сайт, аби відвідувачі могли швидко дізнатися, чим займається компанія, де вона розташована та які кадри потрібні.

У результаті, коментарів до відкритих вакансій буде більше, що покращить репутацію компанії як роботодавця.

2. Ведення сторінки в соціальних мережах. Заявники використовують соціальні мережі, щоб дізнатися більше про компанію. У зв'язку з цим рекомендовано, щоб ТОВ «Астра Косметик» мала профілі на низці відомих веб-сайтів, де також можна включити блок із переліком відкритих вакансій.

Для покращення практики найму компанії Astra Cosmetics LLC пропонується ряд конкретних дій, зокрема:

1. Відділ кадрів підготував атрибуту відбору працівників компанії.

2. Внесення запропонованих змін. Звернення до колишнього роботодавця потенційного кандидата щодо вакансії може суттєво змінити результат співбесіди та вплинути на рішення про прийом на роботу. Збираючи інформацію про кандидата, доцільно запитати про тривалість його попередньої роботи, причину звільнення, чи мали місце запізнення або прогули, як часто вони брали лікарняні та приклади будь-якої незвичної поведінки з їх боку.

3. Участь безпосереднього майбутнього керівника кандидата ТОВ «Астра Косметик» у прийнятті рішень про прийом на роботу. Це може полегшити процес співбесіди в цілому, оскільки кандидат працюватиме під наглядом цієї людини в майбутньому, а експерт відділу кадрів зможе краще оцінити професійні якості потенційного клієнта.

Практика підбору персоналу в ТОВ «Астра Косметик» також повинна відповідати стратегічним цілям компанії. Це означає, що, особливо в наш час, слід включити будь-які технологічні показники, які впливають на процес найму, включаючи бренд роботодавця та досвід кандидата. Ми говоримо про використання можливостей Інтернету.

Однією з перших технічних розробок у цій галузі, яка викликала більший інтерес у практиків і вчених, був рекрутинг через Інтернет. Найпершими додатками в інтернет-рекрутингу були дошки вакансій або сайти працевлаштування, які надавали компаніям можливість публікувати вакансії для широкої аудиторії. Як рекрутери, так і шукачі роботи часто вважають ці сайти доволі успішними, тому вони й сьогодні користуються великим попитом.

Подібним чином підприємства висловили зацікавленість у створенні спеціалізованих дошок зайнятості, на яких вони могли б публікувати вакансії. Завдяки технологіям сайти пошуку роботи тепер можуть підтримувати кампанії та політику брендингу роботодавця, що робить їх ще більш корисним інструментом для заманювання та утримання кандидатів. Наприклад, компанії можуть публікувати відео-відгуки на своїх веб-сайтах із наявними співробітниками, які обговорюють, як це – працювати в них, або менеджери з підбору персоналу проводять потенційних кандидатів через процес найму. Компанії також можуть вживати додаткових заходів, як-от відстеження трафіку на веб-сайті, покращення функціональності веб-сайту, пошук потенційних клієнтів через різні медіа, наприклад соціальні мережі тощо.

Нехтувати системою мотивації співробітників надзвичайно «небезпечно» для розвитку бізнесу. Поширеним явищем в організації є демотивація співробітників, які пропрацювали в ній більше п'яти років.

Слід підкреслити, що демотивований працівник становить ризик для будь-якого бізнесу, оскільки він може отруїти атмосферу в команді та зробити її стійкою до просування. Зрештою, дуже важливо розпізнавати таких працівників на ранній стадії, щоб можна було вжити відповідних заходів для удосконалення управління персоналом і надихнути працівників. Завдяки специфічним діагностичним методикам можна виявити тенденцію до демотивації персоналу. Частиною цього можуть бути періодичне тестування, спостереження, опитування, інтерв'ю та бесіди. З огляду на це ми рекомендуємо керівництву дії щодо усунення демотивації співробітників (рис. 1).



Рис. 1. Управлінські кроки у напрямку роботи з демотивацією персоналу

УДК 332.142.4

Бричка Б.О.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
(Науковий керівник: д.е.н., професор Зайченко В.В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЖКГ УКРАЇНИ

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) є важливою складовою інфраструктури будь-якої країни, забезпечуючи життєдіяльність населення та підтримуючи базові життєві потреби. В Україні, стан ЖКГ потребує суттєвих покращень, зокрема в контексті модернізації та впровадження інноваційних технологій. Потреба в інвестиціях є очевидною, оскільки існуюча інфраструктура є застарілою, а обсяги державного фінансування не забезпечують належного рівня розвитку та підтримки. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств ЖКГ є ключовим фактором для забезпечення стійкого економічного зростання, покращення якості послуг та зниження витрат. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції, інвестиції в інновації стають важливими для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Важливою є також роль міжнародного досвіду та залучення іноземних інвестицій, що сприяє впровадженню передових технологій та управлінських практик. У зв'язку з цим, дослідження перспектив інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України є актуальним та своєчасним.

Проблема інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України включає кілька ключових аспектів, які потребують глибокого дослідження та аналізу:

1. Низький рівень інвестиційної привабливості. Підприємства ЖКГ стикаються з проблемами залучення інвестицій через низький рівень рентабельності, високі ризики та недостатню правову захищеність інвесторів.

2. Застаріла інфраструктура. Більшість об'єктів ЖКГ в Україні експлуатуються понад свій нормативний термін, що потребує значних капіталовкладень для модернізації та реконструкції.

3. Низький рівень впровадження інновацій. Відсутність сучасних технологій та методів управління негативно впливає на ефективність діяльності підприємств, підвищує витрати та знижує якість послуг.

4. Відсутність комплексної стратегії розвитку. Бракує скоординованої національної стратегії, яка б враховувала особливості регіонів, пріоритетні напрямки розвитку та потреби споживачів.

5. Фінансові обмеження. Бюджетні обмеження та високий рівень заборгованості підприємств обмежують можливості для залучення необхідних інвестицій.

6. Регуляторні та правові бар'єри. Невідповідність законодавства, складні процедури та корупційні ризики створюють додаткові перешкоди для залучення інвестицій та впровадження інновацій.

Також війна в Україні створює додаткові проблеми для інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ. Серед них можна виділити наступні ключові аспекти:

1. Руйнування інфраструктури.
2. Переривання постачання матеріалів та обладнання.
3. Зниження інвестиційної привабливості.
4. Втрата кваліфікованих кадрів.
5. Фінансові обмеження.
6. Погіршення соціально-економічної ситуації.
7. Відсутність стабільності та прогнозованості.
8. Зростання витрат на безпеку.
9. Збільшення технологічних розривів.

Врахування цих додаткових проблем є критично важливим для розробки ефективних стратегій інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ в Україні в умовах війни.

Загалом вирішення цих проблем потребує комплексного підходу, який включає розробку та впровадження ефективних механізмів залучення інвестицій, стимулювання інноваційної діяльності, поліпшення регуляторного середовища та розробку довгострокових стратегій розвитку підприємств ЖКГ. Дослідження перспектив інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України є важливим кроком для формування науково обґрунтованих рекомендацій, які сприятимуть підвищенню ефективності їх діяльності та якості наданих послуг.

Питанням інноваційної та інвестиційної політики в ЖКГ та розробленню шляхів розвитку підприємств ЖКГ та підвищенню ефективності їх

функціонування присвячено науковій праці вітчизняних і зарубіжних вчених таких як А.В. Бодюк, П.П. Борщевський, Б.В. Буркинський, В.В. Величко, Б.М. Данилишин, Є.Б. Добровець, В.І. Захарченко, І.Н. Звягін, Ю.Н. Казанов, В.В. Костецький, Ю.В. Колесник, О.О. Костусев, Н.І. Кротова, В.П. Ніколаєв, В.Д. Новосільський, А.І. Озорніков, Г.Ю. Перерва, М.І. Порівський, П.О. Скок, Б.С. Стогній, О.С. Токарев та інші. Вагомий внесок у дослідження різних аспектів розвитку житлового та комунального господарства є в роботах провідних західних вчених, зокрема таких як У. Дюбуа (Dubois U.), П. Саплакан (Saplaan P.), С. Лобіна (Lobina C.), Д. Холлаб (Hall D.), Дж. Глачанд (Glachant J.), Д. Паркер (Parker D.), В. Саведофф (Savodoff W.), П. Шпиллер (Spiller P.), Г. Райлі (Riley G.). Проте проблема визначення перспектив інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України в умовах війни залишається актуальною.

Перед тим, як визначити перспективи розвитку підприємств ЖКГ України, потрібно зробити огляд сучасного стану підприємств житлово-комунального господарства України. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств ЖКГ протягом останніх двох років, зокрема в умовах війни в Україні, свідчить про їх збитковість. Зокрема, у багатьох комунальних підприємствах обсяг збитків у декілька разів перевищив обсяг їх прибутків, і понад третина підприємств комунальної власності України є збитковими. Протягом аналізованого періоду прибутковість підприємств знизилася на 40-60% через збільшення заборгованості та витрат. Статистичні дані свідчать, що комунальним підприємствам характерні від'ємна рентабельність власного капіталу та активів. Найбільше це стосується підприємств, що надають послуги водопостачання, теплопостачання та електропостачання. Негативні рівні дохідності власного капіталу та активів не забезпечують оновлення й підтримку основних фондів та інвестиції в людський капітал, необхідних для забезпечення належної якості суспільних послуг. Також, зношеність основних фондів у ЖКГ досягає 80%, що потребує значних інвестицій для модернізації та оновлення. Відсутність систематичних капіталовкладень призводить до аварій та погіршення якості послуг, що надаються населенню. Основними джерелами фінансового забезпечення підприємств комунальної власності є кошти державного та місцевих бюджетів, гранти, кредити банків, кошти міжнародних організацій та власні фінансові ресурси (прибуток, амортизаційні відрахування). Однак, для більшості комунальних підприємств України характерна збитковість, тому фінансування значною мірою відбувається за рахунок державної допомоги, що може спотворювати конкуренцію та створювати корупційні ризики. Проте, державна підтримка ЖКГ з місцевих бюджетів в Україні зросла у майже два рази за останні два роки, але залишається недостатньою порівняно з плановими показниками через обмеженість фінансових ресурсів місцевих бюджетів. Недофінансування галузі може призвести до аварійних ситуацій, підвищення соціальної напруги та погіршення екологічної ситуації у містах. Відтак, підприємства ЖКГ України стикаються з численними проблемами, що загрожують їх сталому функціонуванню. Основними з них є збитковість, зношеність основних фондів, недостатня державна підтримка та фінансове

забезпечення, корупційні ризики та низька інвестиційна привабливість. Для вирішення цих проблем необхідно впроваджувати нові підходи до реформування комунальної сфери, зокрема забезпечення достатнього фінансування, контролю за ефективністю використання коштів та підвищення рентабельності і якості послуг.

Ми пропонуємо напрями підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості підприємств ЖКГ України. Для підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості підприємств житлово-комунального господарства (ЖКГ) України необхідно реалізувати комплекс заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для залучення інвестицій та впровадження інноваційних рішень. Основні напрями включають:

1. Законодавчі та регуляторні зміни:

- спрощення регуляторних процедур: спрощення та оптимізація процедур для отримання дозволів, ліцензій та погоджень на реалізацію інвестиційних проектів у сфері ЖКГ;

- захист прав інвесторів: вдосконалення законодавства щодо захисту прав інвесторів, включаючи гарантії повернення інвестицій та захист від недобросовісної конкуренції.

2. Фінансові стимули:

- податкові пільги: запровадження податкових пільг для інвесторів, які вкладають кошти в модернізацію та розвиток підприємств ЖКГ, зокрема зниження ставок податку на прибуток та податку на додану вартість;

- фінансові інструменти: розробка нових фінансових інструментів, таких як «зелені» облігації, спеціальні фонди для підтримки інвестиційних проектів у сфері ЖКГ.

3. Інфраструктурні інвестиції:

- модернізація інфраструктури: залучення інвестицій у модернізацію та реконструкцію інфраструктури ЖКГ, включаючи водо- та теплопостачання, електропостачання та управління відходами;

- впровадження інноваційних технологій: сприяння впровадженню сучасних технологій та рішень, таких як розумні мережі, автоматизовані системи управління, енергоефективні технології.

4. Покращення фінансового стану:

- зменшення заборгованості: впровадження ефективних механізмів управління дебіторською та кредиторською заборгованістю для покращення фінансового стану підприємств;

- оптимізація витрат: реалізація заходів з оптимізації витрат та підвищення ефективності операційної діяльності, що дозволить збільшити прибутковість підприємств.

5. Розвиток кадрового потенціалу:

- підвищення кваліфікації працівників: організація програм навчання та підвищення кваліфікації для працівників підприємств ЖКГ, зокрема у сфері управління проектами, фінансів та нових технологій;

- мотивація персоналу: впровадження системи мотивації для залучення та утримання висококваліфікованих кадрів, включаючи конкурентоспроможні заробітні плати та додаткові соціальні пакети.

6. Партнерство та міжнародна співпраця:

– державно-приватне партнерство (ДПП): стимулювання розвитку державно-приватного партнерства для реалізації інфраструктурних проектів у сфері ЖКГ, що дозволить залучити додаткові інвестиції та технологічні рішення;

– співпраця з міжнародними організаціями: активізація співпраці з міжнародними фінансовими та донорськими організаціями для залучення грантів та кредитів на розвиток інфраструктури та впровадження інновацій.

7. Підвищення прозорості та відкритості:

– прозорість фінансової звітності: впровадження прозорих процедур звітності та аудиту фінансової діяльності підприємств ЖКГ для підвищення довіри інвесторів;

– відкриті дані: публікація відкритих даних про діяльність підприємств, включаючи фінансові звіти, інформацію про інвестиційні проекти та їх результати.

8. Залучення інновацій:

– інноваційні хаби та кластери: створення інноваційних хабів та кластерів, що об'єднують підприємства, науково-дослідні установи та інвесторів для розробки та впровадження нових технологій у сфері ЖКГ%;

– стимулювання наукових досліджень: підтримка науково-дослідних робіт у галузі ЖКГ для розробки інноваційних рішень та підвищення ефективності підприємств.

9. Підвищення енергоефективності:

– енергоефективні проекти: залучення інвестицій у проекти, спрямовані на підвищення енергоефективності підприємств ЖКГ, що дозволить зменшити витрати на енергію та підвищити стійкість до зовнішніх економічних шоків;

– впровадження альтернативних джерел енергії**.

Розвиток альтернативних джерел енергії, таких як сонячні, вітрові електростанції та біогазові установки, для зменшення залежності від традиційних джерел енергії. Реалізація цих напрямів сприятиме підвищенню інвестиційно-інноваційної привабливості підприємств ЖКГ України, забезпечить їх стійкий розвиток та покращення якості наданих послуг.

На основі проведеного дослідження, ми визначили перспективи інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України. На основі аналізу поточного стану та визначення напрямів підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості, можна виділити кілька ключових перспектив для розвитку підприємств ЖКГ України.

1. Залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій. Покращення законодавчої бази та створення сприятливих умов для інвесторів відкриває значні можливості для залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій. Запровадження податкових пільг, спрощення регуляторних процедур та забезпечення правової захищеності інвесторів сприятимуть активізації інвестиційної діяльності в галузі.

2. Розвиток державно-приватного партнерства. Створення умов для розвитку державно-приватного партнерства дозволить залучити додаткові фінансові ресурси та передові технології для модернізації інфраструктури ЖКГ. Це сприятиме підвищенню ефективності підприємств та якості наданих послуг.

3. Модернізація інфраструктури та впровадження новітніх технологій. впровадження сучасних технологій, таких як розумні мережі, автоматизовані

системи управління, енергоефективні рішення, значно підвищить ефективність роботи підприємств ЖКГ. Модернізація та оновлення зношених основних фондів допоможуть знизити витрати на обслуговування та підвищити надійність інфраструктури.

4. Підвищення енергоефективності. Проекти з підвищення енергоефективності дозволять знизити енергоспоживання та витрати на енергію, що сприятиме підвищенню фінансової стійкості підприємств. Впровадження альтернативних джерел енергії, таких як сонячні та вітрові електростанції, зменшить залежність від традиційних енергоресурсів.

5. Розвиток інноваційної культури. Створення інноваційних хабів та кластерів, підтримка науково-дослідних робіт, впровадження інноваційних рішень та нових технологій сприятимуть розвитку інноваційної культури в галузі ЖКГ. Це забезпечить постійне оновлення технологій та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

6. Підвищення кваліфікації та мотивації персоналу. Інвестиції у навчання та підвищення кваліфікації працівників дозволять забезпечити підприємства висококваліфікованими кадрами. Мотиваційні програми для утримання та залучення фахівців сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємств.

7. Прозорість та відкритість діяльності. Впровадження прозорих процедур звітності та аудиту фінансової діяльності підвищить довіру з боку інвесторів та споживачів. Публікація відкритих даних про діяльність підприємств забезпечить прозорість та підзвітність.

8. Підтримка з боку держави та міжнародних організацій. Збільшення державної підтримки та співпраця з міжнародними фінансовими організаціями дозволять залучити додаткові фінансові ресурси для реалізації інвестиційно-інноваційних проектів. Гранти, кредити та технічна допомога сприятимуть модернізації інфраструктури та впровадженню інновацій.

Висновки. Перспективи інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств ЖКГ України залежать від комплексного підходу до вирішення існуючих проблем та реалізації запропонованих заходів. Забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, розвиток державно-приватного партнерства, модернізація інфраструктури, підвищення енергоефективності та підтримка інновацій дозволять забезпечити стійкий розвиток галузі та підвищення якості наданих послуг.

Список використаних джерел:

1. Величко В.В., Гайденок С.М. Актуальні питання управління підприємствами житлово-комунального господарства в сучасних економічних умовах. Економіка і суспільство. 2016. Випуск # 4. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/18.pdf (дата звернення: 24.04.2024).

2. Лук'янов В.І. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку житлово-комунального господарства регіонів України. Регіональна економіка. 2017. № 4. С. 206–211. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-206_211.pdf (дата звернення: 26.04.2024).

3. Михайлик О. Бірак Є. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2023. (58). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-86> (дата звернення: 26.04.2024).

4. Ровенчак Т.Г., Шевчук С.В. Проблеми інноваційного розвитку ЖКГ. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/itb/itb2016/paper/viewFile/1592/1293> (дата звернення: 27.04.2024).

УДК 658.15

*Виговський П.О.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Мульська О.П.);*

*Гресь Б.А.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: к.е.н., с.д. Левицька О.О.);*

*Сарахман В.М.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Васильців Т.Г.)*

*ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»
м. Львів*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НА РИНКУ ПРАЦІ В СЕКТОРІ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Аналізування – одна з невід’ємних функцій управління. Власне, у підсумку ретельного аналізування стає зрозумілим, по-перше, чи були досягнуті цілі й реалізованими завдання регіональної політики; по-друге, на скільки покращилися значення індикаторів (очікуваних результатів політики), які характеризують відповідні структурні зміни та інституційні реформи; по-третє, як це в цілому вплинуло на соціально-економічний розвиток регіону та його територій; по-четверте, якою є динаміка відповідних процесів і які чинники її визначають у найбільшій мірі; по-п’яте, якою є ситуація на сьогодні та які сфери / напрями регулювання потребують подальшого втручання / активізації. Саме аналізування дозволяє сформуванню інформаційно-аналітичну основу для вироблення рішень щодо подальшого регулювання розвитку процесів інноваційно-технологічного зростання, особливо в частині становлення потрібного для планових зрушень інституційного середовища.

Якщо вести мову про наявні на сьогодні методи, методики й методичні підходи до аналізування інноваційного розвитку, то можна вільно стверджувати, що їх напрацьовано багато. Чого не скажеш, до прикладу, про оцінювання інституційного середовища інновацій. Показники останнього є свідченням ефективності регіональної політики становлення сприятливих економіко-правових та організаційних умов для належного ведення науково-дослідної діяльності і впровадження її результатів у бізнес-секторі.

Однак, попри тісний зв'язок, такі паралелі мають у значній мірі й умовний характер, коли, наприклад, попри якісне інституційне середовище, бажані темпи інноваційного прориву не спостерігаються чи, навпаки, попри очевидні перешкоди та трансакційні витрати чималими є обсяги інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Зрозуміло, що все може бути обумовлене впливом інших чинників, однак, це, за звичай, парадокс, ніж правило.

Таким чином, при оцінюванні середовища інноваційної діяльності наріжними стають питання: (1) надання загальної характеристики ситуації (зі застосуванням методів аналізу та синтезу, статистичного аналізу і розрахунку, індексного, інтегрального, кореляційно-регресійного аналізу, причинно-наслідкового і системного аналізу, каузального та балансового моделювання, дисперсійного аналізу соціологічного й експертного опитування; переваги – необмежене поле для аналізу, складання загальної цілісної картини ситуації, вихід на застосування методів економіко-математичного моделювання для прогнозування процесів і їх наслідків відносно впливу інноваційно-технологічних змін на соціально-економічний розвиток, економічну безпеку та виявлення критичних і оптимальних рівнів найбільш важливих з позиції зміцнення конкурентоспроможності регіональної економіки параметрів) чи обчислення композиційного показника (зі застосуванням методів економіко-математичного моделювання, кластерного аналізу, головних компонент, нелінійних економетричних залежностей, еластичності, стохастичної, нелінійної динаміки, евристичного та методу Брауна-Робінсона (а також експертного, кластерного аналізу, імітаційне моделювання, кореляційних залежностей, головних компонент, еластичності, граничних значень та ін. при визначенні границь і порогів, вагових коефіцієнтів); переваги – можливість отримати інтегральну оцінку для порівняння зі ситуацією в інших регіонах, за секторами та галузями регіональної економіки, відстеження динаміки зміни ситуації, а також ідентифікації міри впливу на узагальнюючу діагностику окремих складових та індикаторів інноваційного розвитку); (2) застосування методів і підходів, які мають характер кількісного аналізування (статистичний метод, метод експертних оцінок, рейтинговий метод, метод аналогій, метод дерева рішень, аналітичний метод) й оцінювання чи орієнтування на застосування якісних методів збору даних (методи експертного оцінювання).

На наше переконання, найбільш ретельний звіт передбачає поєднання всіх зі зазначених аспектів, а саме результати загального макроекономічного аналізування ситуації з обсягів, динаміки і структурних характеристик інноваційно-технологічної діяльності в регіоні, декомпозиції інноваційно-технологічного розвитку на окремі складові та їх індикатори, складання й обчислення на цій основі композиційного індексу зі застосуванням числових статистичних даних, показників діяльності підприємств та елементів інституційного середовища, а також результатів експертних оцінок і соціологічних досліджень.

Ми також розуміємо, що в такому кейсі (максимально системне й комплексне аналізування) мова, скоріше, йде про оцінювання інноваційно-технологічного розвитку регіону в цілому, а не безпосередньо про діагностику

інституційного середовища в цій сфері, яка, як логічно, є лише окремим напрямом, складовою більш масштабного дослідження. Однак, ці аспекти взаємопов'язані та взаємообумовлювальні, формуючи фактично дві сторони єдиного цілого.

Список використаних джерел:

1. Vasylytsiv T.H., Klipkova O.I., Lupak R.L., Mitsenko N.G., Mishchuk I.P. Monetary and financial policy of Ukraine: theoretical-empirical connections and priorities of state regulation. Financial and credit activity problems of theory and practice. 2019. № 4 (31). P. 320-330.

2. Mulska O., Levytska O., Panchenko V., Kohut M., Vasylytsiv T. Causality of external population migration intensity and regional socio-economic development of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2020. № 18 (3). P. 426.

3. Уразалієв Р.М., Васильців Т.Г. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21 (2). С. 153-158.

УДК 330:65

*Ворона Є.С.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ТЕХНОЛОГІЇ БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ

У сучасному динамічному світі бізнесу технології бізнес-процесів відіграють все більш важливу роль у забезпеченні успіху компаній. Ці технології дозволяють організаціям оптимізувати свої операції, підвищити ефективність та адаптуватися до постійно змінюваних умов ринку. Використання інноваційних інструментів та методологій управління бізнес-процесами може значно збільшити продуктивність, знизити витрати та покращити якість продукції та послуг. Бізнес-процес – це послідовність дій, в результаті яких створюється новий продукт/послуга, або проводиться аналіз діяльності всіх співробітників. Коротко – інструмент для вирішення завдань бізнесу; це те, що ви робите в рамках своєї роботи/діяльності [1]. Планування бізнесу є ключовим для визначення стратегічного напрямку та шляхів розвитку організації. Чіткий та логічно побудований бізнес-план не тільки дозволяє глибоко аналізувати всі аспекти діяльності, але й сприяє привабливості інвестицій та мінімізації можливих ризиків.

Першим етапом бізнес планування є постановка мети. Передусім, критично важливо встановити конкретні цілі та місію, які будуть направляти діяльність компанії. Визначення унікальної торгової пропозиції, асортименту продукції та послуг, а також цільової аудиторії є фундаментальними для створення стійкої бізнес-моделі. Компанія повинна чітко розуміти, як вона вирізнятиметься на ринку, які потреби споживачів задовольнятиме, та яким чином зможе забезпечити додану вартість своїм клієнтам [3].

Наступним етапом можемо виділити аналіз структури ринку та конкурентів. Глибокий аналіз можливостей ринку, актуальних тенденцій споживачів та стратегій конкурентів є важливим для ідентифікації основних клієнтів бізнесу та їхніх потреб. Це дозволить не тільки визначити, кого обслуговувати, але й розробити ефективні методи залучення та утримання клієнтів, враховуючи їхні переваги та очікування. Стратегічне позиціонування на ринку з урахуванням цих даних може стати запорукою успіху та сталого розвитку компанії [3]. Стратегічне позиціонування – це процес визначення місця компанії на ринку таким чином, щоб вона вигідно відрізнялася від своїх конкурентів і приваблювала цільову аудиторію. Це включає розробку унікальної ціннісної пропозиції, яка відображає особливості бренду, його переваги та те, як він може задовольнити потреби клієнтів краще, ніж конкуренти [2].

Третім етапом варто виділити розробка продукту або послуги. Визначення ключових характеристик та відмінностей вашого продукту для створення ціннісної пропозиції, що відповідає потребам цільового ринку та клієнтів [3]. Іншими словами необхідно відповісти на питання: Які сильні сторони вашого продукту? Чим він відрізняється від конкурентів? Які потреби та проблеми клієнтів він вирішує? Як ваш продукт може зробити життя клієнтів кращим?

На четвертому етапі ключовим є акцент на маркетингових зусиллях та комерційній діяльності, включаючи розробку ефективних рекламних кампаній, стратегій просування продукту та оптимізацію цінової політики [3]. Це передбачає створення залучаючих рекламних матеріалів, вибір відповідних каналів для просування, а також аналіз ринку для встановлення конкурентоспроможних цін, які водночас забезпечать прибутковість.

Наступним не менш важливим етапом є створення організаційного плану. Цей етап включає розробку організаційної структури, формування корпоративної культури та визначення розподілу ролей і обов'язків [3]. Важливо визначити необхідну кількість співробітників з потрібними навичками, а також чітко окреслити зони відповідальності та взаємодії між різними позиціями. Доповненням до цього є розробка системи мотивації та оцінки ефективності праці, що сприятиме залученню та утриманню талановитих працівників, а також підвищенню загальної продуктивності організації.

Шостий етап включає в себе фінансовий план. Одним із ключових аспектів розробки бізнес-плану є оцінка фінансової перспективи: прогнозування доходів, витрат, потенційного прибутку та можливих збитків. Необхідно також визначити потребу в капіталі для запуску та підтримки бізнесу, а також вибрати найбільш підходящі джерела фінансування [3].

Останні етапи включають в собі оцінку ризиків та управління ними а також виконання всього поставленого плану та його моніторинг. Необхідно аналізувати потенційні загрози, які можуть негативно вплинути на успішність бізнес-плану, та розробити дієві стратегії для їх нейтралізації. Щодо виконання та контролю, це означає запуск бізнес-плану в дію, систематичне спостереження за його прогресом та вносити зміни, коли це потрібно, для забезпечення досягнення поставлених цілей [3].

Ефективне бізнес-планування є вирішальним для успіху. Воно включає в себе чітке визначення місії та цілей, глибокий аналіз ринку та конкуренції, розробку унікальних продуктів чи послуг, стратегічне позиціонування, активні маркетингові дії, створення організаційної структури, фінансове планування, оцінку ризиків та постійний моніторинг виконання плану. Всі ці кроки разом формують міцний фундамент для сталого розвитку та адаптації до змін, забезпечуючи компанії перевагу в конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Що таке бізнес-процеси та які їхні основні елементи? URL: <https://it-artel.ua/instruction/chto-takoe-byznes-procессu-y-kakye-yh-osnovnye-elementu/> (дата звернення: 14.05.2024)
2. Що таке стратегічне позиціонування компанії URL: <https://www.economiafinanzas.com/uk/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97/> (дата звернення: 14.05.2024)
3. Як самостійно скласти дієвий бізнес-план: етапи планування, структура та обсяг URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/ak-samostijno-sklasti-dievij-biznes-plan-etapi-planuvanna-struktura-ta-obsag> (дата звернення: 14.05.2024)

УДК 33:65

*Гончаров А.В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

У сучасному динамічному ринковому ландшафті компанії повинні застосовувати інноваційні стратегії, щоб забезпечити стабільне зростання та отримати конкурентну перевагу.

Розуміння важливості стратегічного планування є ключовим, оскільки воно передбачає постановку цілей та визначення оптимальних кроків для їх досягнення.

Хоч стратегію розробляють по відповідній методології [1], для кожного підприємства вона індивідуальна, з врахуванням особливостей.

Останнім часом з'являються різні курси, зокрема on-line (наприклад, [2, 3, 4]), які допомагають малому бізнесу опанувати методологію по різних напрямках стратегії.

Для малого бізнесу впровадження ефективних стратегій зростання, таких як проникнення на ринок, розвиток ринку та загальні стратегії розвитку, може стати

інструментом досягнення успіху та розширення. Ці стратегії є важливими для навігації у швидкозмінному технологічному середовищі, характерному для стратегій зростання на сучасному ринку.

У міру розвитку галузей підприємства повинні відповідним чином адаптувати свої стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними та використовувати нові ринкові можливості.

Малий і середній бізнес може використовувати різні кредитні продукти та інвестиції для свого розвитку та зростання. Державна підтримка, зокрема для малого бізнесу, з точки зору пільгового кредитування, є необхідною умовою для розвитку бізнесу.

Чітко визначена стратегія розвитку бізнесу виходить за рамки простого виживання – вона включає конкурентне позиціонування на ринку та стійке зростання.

Бізнес-стратегія є проектом і робочою моделлю рекомендованих стандартів для розвитку компанії [5].

Розробка всеосяжного бізнес-плану, який окреслює пропозицію продукту, маркетингові стратегії, стратегії виробництва, інфраструктуру та фінансові міркування, має вирішальне значення для довгострокового успіху.

Таким чином, маючи надійну стратегію, підприємства можуть не тільки процвітати, але й підтримувати свої основні цінності, навіть попри зміни персоналу, забезпечуючи безперервність і успіх у ринковому ландшафті, що постійно змінюється.

Список використаних джерел:

1. Особиста стратегія розвитку бізнесу 5 принципів стратегії. (n.d.) відновлено May 12, 2024, від www.myroniuk.com/page-2/
2. Види стратегій розвитку для малих підприємств - CSSD. (n.d.) відновлено May 12, 2024, від www.cssd.org.ua
3. Стратегія розвитку бізнесу як складова маркетингової (n.d.) відновлено May 12, 2024, від www.integ.top
4. Розроблення бізнес-стратегії. (n.d.) відновлено May 12, 2024, від businessguide.ebrd.com.ua/posts/rozborka-biznes-strategii
5. 7 прикладів бізнес-стратегій. (n.d.) відновлено May 12, 2024, від www.plerdy.com/ua/blog/business-strategy-examples/

*Гресь А.М.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Мульска О.П.);*

*Магас Д.О.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Васильців Т.Г.);*

*Матвеев О.Д.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Мульска О.П.)*

*ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»
м. Львів*

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУВАННЯ СТРУКТУРНИХ ЗМІН У ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УМОВАХ БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ

Методика аналізування структурних змін і реформ має вагоме прикладне значення, оскільки з її застосуванням стає можливим запровадження моніторингу, аналізу й діагностики як ефективності, так і динаміки перебігу процесів структурного реформування, а, відтак, формування висновків у частині якості і дієвості регіональної політики в цій сфері. Крім того, результати аналізування дозволяють додатково визначати причини й чинники відхилення від очікуваних результатів, роблять зрозумілішими прорахунки у системі регулювання макроекономічних пропорцій і соціальної системи регіону.

Потрібно одразу вказати на те, що методика аналізування структурних реформ априорі не може бути однозначною (єдино вивіреною та єдино визнаною), адже, по-перше, у регіонах з різним рівнем розвитку та, відповідно, різною структурою економіки на початковому етапі будуть різнитися цілі та завдання структурної політики, відповідно, її результати як критерії ефективності реформ; по-друге, у процесі аналізування фокус уваги концентрується в більшій мірі на наданні характеристики процесам перебігу змін, а не безпосередньо результату, як от, наприклад, конкурентоспроможності регіональної економічної системи, коли зрозуміло, що це різні речі і конкурентоспроможність є похідною, наслідком успішного структурного реформування; по-третє, під час аналізування структурних реформ у полі уваги перебуває широкий спектр безпосередньо не пов'язаних між собою процесів, більшість з яких потрібно оцінити і оптимальними для цього є різні методи і методики, підходи до аналізування; головним підсумком цього аспекту є неможливість інтегрального оцінювання структурних реформ; по-четверте, предмет дослідження може опозиціонуватися, коли, з одного боку, це якість й інтенсивність реформ, але, з іншого, – рівень структурних дисбалансів економіки регіону.

Через існування цих особливостей зачасти в економічній літературі можна віднайти методичні підходи, які позиціонуються для аналізування структурних змін і реформ, але стосуються (охоплюють) лише окремого чи кількох аспектів.

Чітко простежуються наступні підходи – вектори до аналізування структурних реформ (з відповідними індикаторами, що їх характеризують):

1) галузевий (частка і темпи зростання: ВДВ галузей промисловості, високотехнологічних галузей регіональної економіки, виробництва товарів і нематеріальних послуг);

2) відтворювальний (обсяги ВРП на одну особу населення, обсяги валових заощаджень, рівень оплати праці в економіці, обсяги чистих інвестицій у нефінансові активи, кінцеві споживчі витрати, внутрішнє кредитування приватного сектору, видатки на: соціальний захист, освіту, охорону здоров'я);

3) технологічний (частка і темпи зростання: ВДВ високотехнологічних галузей промисловості, високотехнологічного експорту обробної промисловості, чисельності інноваційно активних підприємств, витрат на НДДКР; продуктивність праці);

4) інституційний (сприятливість здійснення підприємницької діяльності, доступність кредитів і фінансових ресурсів, рівень безробіття, у т. ч. в сегменті молоді, рівень тінізації: регіональної економіки, зайнятості, оплати праці);

5) зовнішньоекономічний (коефіцієнти: експортної та імпоротної залежності, покриття експортом імпорту; обсяги прямих іноземних інвестицій, обсяги та частка високотехнологічного експорту, енерго- та матеріаломісткість експорту; частка: експорту в загальних обсягах споживчих товарів, виробництва продукції іноземними та спільними підприємствами).

Таким чином, формування методики аналізування структурних реформ одне з найбільш складних завдань з-поміж функцій регіональної структурної політики. Вона априорі не може бути типовою для різних регіонів та за різної зовнішньої і внутрішньої ситуації, однозначно потребує застосування системного комплексного підходу, причому відносно всіх з можливих аспектів аналізування.

Відтак, побудова оптимальної і раціональної системи економічного аналізу у цьому кейсі потребує дотримання низки принципів аспектів.

По-перше, це врахування всіх напрямів (складових) перебігу процесів структурного реформування регіональної економічної системи.

По-друге, це вибудування алгоритму аналізування і оцінювання, за якого послідовно проходяться наступні етапи дослідження: а) ідентифікація та характеристика структурних дисбалансів регіональної економіки у контексті формування викликів для економічного і соціального розвитку регіону; оцінювання макроекономічних передумов структурних змін в умовах кризи та повоєнного відновлення; аналізування інвестиційних та інноваційних чинників структурної динаміки регіональної економіки; характеристика інституційного середовища структурного реформування; узагальнення результатів аналізування та формування висновків щодо критичних дисбалансів і перешкод реформ, орієнтирів інституційних змін та структурної модернізації, системи механізмів й інструментів регулювання структурно-динамічних процесів.

По-третє, застосування найбільш адекватних методів економічного аналізу на відповідному етапі здійснення аналітичної роботи.

Список використаних джерел:

1. Vasylytsiv T.H., Klipkova O.I., Lupak R.L., Mitsenko N.G., Mishchuk I.P. Monetary and financial policy of Ukraine: theoretical-empirical connections and priorities of state regulation. Financial and credit activity problems of theory and practice. 2019. № 4 (31). P. 320-330.
2. Mulska O., Levytska O., Panchenko V., Kohut M., Vasylytsiv T. Causality of external population migration intensity and regional socio-economic development of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2020. № 18 (3). P. 426.
3. Уразалієв Р.М., Васильців Т.Г. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21 (2). С. 153-158.

УДК 33

*Данилюк В.І.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
Херсонський державний аграрно-економічний університет;*

*Луговська О.В.,
старший судовий експерт групи технічних досліджень
документів та обліку відділу криміналістичних видів досліджень
Кіровоградський науково-дослідний
експертно-криміналістичний центр
МВС України*

АГРОБІЗНЕС В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Забезпечення ефективної роботи будь-якого суб'єкта господарювання, прийняття ефективних управлінських рішень насамперед передбачає встановлення існуючих показників цього суб'єкта, з'ясування впливу на нього зовнішніх та внутрішніх факторів і результатів прогностичних розрахунків щодо його подальшої діяльності.

Сьогодні інформація є однією з основних рушійних сил економічного розвитку [1], а її формування і використання відбувається в умовах застосування цифрових технологій. Це орієнтує сферу агропромислового комплексу не тільки на застосування цифрових рішень обліково-фінансовим персоналом, а і на «розвиток цифрового землеробства та цифрового тваринництва, цифровізацію сільської інфраструктури» [2].

Цифрове землеробство сьогодні – це «нові підходи до менеджменту, які формуються на засадах використання цифрових технологій, одним з елементів яких є Big Data» [2]. Так, інформація щодо сільськогосподарських культур потребує адекватного сприйняття та аналізу, що уможливорює прийняття на її підставі ефективних управлінських рішень. Вже сьогодні досягнення в управлінні даними призводять до експоненціального зростання розумного фермерства, оскільки дані стали ключовим елементом у сучасному сільському господарстві, що допомагає виробникам приймати важливі рішення [3].

Виникнення суттєвих переваг щодо максимізації продуктивності та стійкості агробізнесу насамперед пов'язано із можливістю використання об'єктивної і своєчасної інформації, яка отримується за допомогою датчиків.

Сьогодні цифрові технології у сільському господарстві застосовуються з метою прогнозування результатів як у рослинництві так і у тваринництві.

У рослинництві це здійснюється шляхом обробки даних про ґрунти та їх стан, про метеорологічні умови, про стан посівів та процеси проведення польових операцій. Це уможливорює «диференціювання способів обробки та захисту рослин, внесення добрив, проведення меліоративних та іригаційних робіт тощо. За оцінкою фахівців, діджиталізація у рослинництві може забезпечити зниження витрат матеріально-технічних ресурсів понад 30 млрд. грн.» [2].

У тваринництві цифровізація спрямована на з'ясування потреб тварин, оптимізацію систем годівлі і дистанційне керування подачею кормів, контроль за якістю, регулювання температурного режиму утримання тварин (худоби, птиці і т.і.) та ін.

Використання цифрових технологій в агробізнесі сприяє отриманню даних, які дозволяють підвищити ефективність, при цьому уникати нераціонального використання ресурсів і забруднення навколишнього середовища.

Сучасний цифровий агробізнес має базуватися на використанні методів штучного інтелекту, закладає основу для сталого сільського господарства майбутнього. У цьому документі розглядається поточний стан передових систем управління фермерським господарством, знову розглядаючи кожен найважливіший етап, від збору даних на сільськогосподарських полях до застосування змінних норм, щоб виробники могли ухвалювати оптимальні рішення для економії грошей, одночасно захищаючи навколишнє середовище та змінюючи спосіб виробництва продуктів харчування, щоб стійко відповідати майбутньому зростанню населення.

Стратегічні напрями розвитку сучасного агробізнесу сьогодні безпосередньо пов'язані із формуванням інноваційної стратегії, цифрової зрілості одночасно із забезпеченням дотримання умов для реалізації Цілей сталого сільського розвитку [4].

Сучасні системи управління агробізнесом уможливають врахування індивідуальних особливостей кожного суб'єкта господарювання. Проте, оптимальне використання переваг цифровізації потребує і адекватного кадрового забезпечення. Ефективний агробізнес сьогодні повинен забезпечити оптимальне управління на основі застосування сучасних цифрових технологій і сприяти вирішенню проблем щодо виробництва продуктів харчування у ХХІ столітті.

Список використаних джерел:

1. Боровік, Л.В., Карнаушенко, А.С., & Петренко, В.С. (2021). Роль інформації у формуванні глобальної економіки та економічного розвитку суспільства. Вісник Херсонського національного технічного університету, (1 (76)), 192-197. <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2021.1.24>
2. Дерій Ж.В., Конопля Н.В., Меметов А. Стратегічні напрями цифровізації АПК України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 44. С. 24-29. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2021_44_6

3. Saiz-Rubio, V., & Rovira-Más, F. (2020). From smart farming towards agriculture 5.0: A review on crop data management. *Agronomy*, 10(2), 207. <https://doi.org/10.3390/agronomy10020207>

4. Савченко, В., Кононенко, Л., & Сушич, В. (2024). Стратегічні напрями сільського розвитку в умовах становлення «Agriculture 5.0». *Економічний простір*, (190), 182-186. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-33>

УДК 330.46

*Євдокимов Є.В.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: к.е.н., доцент В'юник О.В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ

У сучасних умовах викликів і загроз, які стоять перед Україною, глобалізації економіки та активізації міжнародних економічних зв'язків Україна звертається до євроінтеграційних процесів з метою розвитку та модернізації своєї економіки. Однією з ключових складових цього процесу є професійний розвиток персоналу підприємств, оскільки від якості кадрів залежить конкурентоспроможність та успішність у впровадженні нових стандартів та технологій, що вимагаються для відповідності європейським стандартам, що дасть змогу вижити Україні та прийняти нові виклики і загрози.

Україна, рухаючись у напрямку євроінтеграції, стикається з численними викликами та проблемами у професійному розвитку свого персоналу. Зміни в економічній, політичній та соціокультурній сферах потребують під час сучасних викликів і загроз від підприємств активного адаптування до нових умов. Професійний розвиток персоналу стає ключовим аспектом успішної адаптації та конкурентоспроможності підприємств на шляху до європейських стандартів. Розглянемо актуальні проблеми професійного розвитку персоналу підприємств в умовах нових викликів і загроз, що стоять перед Україною [1].

Основними проблемами професійного розвитку персоналу підприємств в сучасних умовах викликів є:

1. Недостатня кваліфікація та обізнаність персоналу.

Однією з найактуальніших проблем є недостатність кваліфікованого персоналу у багатьох галузях промисловості та послуг. Це стосується як фахівців з технічною освітою, так і спеціалістів зі знанням іноземних мов, менеджерів тощо. Недостатня кількість кваліфікованого персоналу ускладнює процеси виробництва, знижує конкурентоспроможність підприємств та гальмує їхній розвиток.

Багато підприємств стикаються з проблемою недостатньої підготовки свого персоналу до впровадження європейських стандартів та вимог. Це може включати необхідність навчання нових методів роботи, оволодіння іноземними мовами та ознайомлення з міжнародними практиками.

Недостатня кваліфікація та обізнаність персоналу на часі є однією з зловбодених проблем професійного розвитку персоналу підприємств в сучасних умовах викликів і загроз. Ця проблема виникає з різних причин, включаючи:

- недостатню якість освіти. Україна стикається з проблемами у системі освіти, зокрема з недостатньою актуалізацією навчальних програм, застарілими методами навчання та відсутністю доступу до сучасних знань та технологій;

- низький рівень інвестицій у людський капітал. Багато підприємств не вкладають достатньо ресурсів у професійний розвиток свого персоналу через обмежений бюджет або відсутність усвідомлення важливості цього аспекту для підвищення конкурентоспроможності;

- низьку мотивацію персоналу до саморозвитку. Відсутність стимулів, які б підтримували працівників у їхній прагненні до самовдосконалення та отримання нових знань, може призвести до застою та втрати конкурентоспроможності підприємства.

Для вирішення проблеми недостатньої кваліфікації та обізнаності персоналу необхідно прийняти комплексний підхід:

А. Реформа системи освіти. Акцент на практичній компоненті навчальних програм, впровадження сучасних методик навчання та співпраця з бізнесом для актуалізації освітнього процесу.

Б. Інвестиції у професійний розвиток. Підприємства повинні визнати важливість інвестицій у навчання свого персоналу як стратегічний крок у підвищенні конкурентоспроможності.

В. Створення стимулів до саморозвитку. Впровадження програм стажування, менторингу, систем преміювання за досягнення та кар'єрного зростання може сприяти залученню працівників до активного саморозвитку.

Загалом, недостатня кваліфікація та обізнаність персоналу вимагають системних заходів та спільних зусиль з боку уряду, бізнесу та освітніх установ для подолання цієї проблеми на шляху до європейської інтеграції.

2. Відсутність доступу до сучасних навчальних матеріалів та технологій.

Застосування новітніх технологій у професійному навчанні може значно покращити ефективність процесу підготовки персоналу. Використання віртуальної реальності, онлайн-курсів, симуляційних тренажерів дозволить забезпечити доступ до навчання в будь-який час із зручного для працівника місця.

В Україні багато підприємств, особливо у сільському господарстві та малих містах, мають обмежений доступ до сучасних навчальних ресурсів та технологій, що ускладнює процес навчання та адаптації до європейських стандартів.

Відсутність доступу до сучасних навчальних матеріалів та технологій є серйозною проблемою для професійного розвитку персоналу перед викликами, які стоять перед Україною. Ця проблема може виникати з різних причин та мати негативний вплив на якість навчання та підготовку персоналу до вимог сучасного ринку праці. Нижче розглянемо деякі аспекти цієї проблеми та можливі шляхи її вирішення:

- відсталість освітніх програм. У багатьох випадках освітні програми та матеріали залишаються застарілими і не відображають сучасні тенденції та потреби ринку праці, що ускладнює підготовку персоналу до сучасних викликів і загроз;

– обмежений доступ до сучасних технологій. Не всі підприємства мають достатні ресурси для обладнання своїх навчальних центрів сучасною технікою та програмним забезпеченням, що обмежує доступ до інноваційних методів навчання та навчальних матеріалів;

– фінансові обмеження. Деякі підприємства можуть стикається з обмеженими фінансовими можливостями для відвідування платних навчальних курсів або придбання сучасних навчальних матеріалів;

– недостатня кількість кваліфікованих викладачів. Брак кваліфікованих викладачів, які б мали досвід роботи з сучасними методиками навчання та використанням сучасних технологій, може ускладнювати здійснення якісного навчання.

Для вирішення цієї проблеми необхідно вжити наступні заходи:

А. Оновлення освітніх програм. Уряд та освітні установи повинні спільно працювати над оновленням освітніх програм, включаючи сучасні методи навчання та актуальні теми.

Б. Забезпечення доступу до сучасних технологій. Державні та приватні ініціативи можуть сприяти забезпеченню підприємств доступом до сучасних технологій для навчання, наприклад, шляхом надання субсидій чи сприяння у впровадженні технічного обладнання.

В. Фінансова підтримка. Уряд може надавати фінансову підтримку підприємствам для навчання їхнього персоналу, зокрема, шляхом стимулювання інвестицій у професійний розвиток.

Г. Підвищення кваліфікації викладачів. Забезпечення кваліфікованого викладацького складу, який має досвід роботи з сучасними методиками навчання та використанням новітніх технологій.

Вирішення проблеми відсутності доступу до сучасних навчальних матеріалів та технологій вимагає комплексного підходу та співпраці різних зацікавлених сторін, щоб забезпечити якісну підготовку персоналу перед сучасними викликами і загрозами.

Для вирішення проблеми недостатньої кількості кваліфікованого персоналу необхідно активно залучати ресурси до перекваліфікації та підвищення кваліфікації наявного персоналу. Програми підвищення кваліфікації, курси та тренінги мають бути спрямовані на забезпечення працівників необхідними знаннями та навичками для ефективної роботи в умовах європейських стандартів [2].

3. Низький рівень мотивації персоналу.

Для залучення та утримання кваліфікованого персоналу важливо створити систему стимулювання кар'єрного зростання. Програми менторингу, можливість проходження стажування в іноземних компаніях, системи преміювання за досягнення – це лише деякі інструменти, які можуть бути використані для стимулювання працівників до постійного саморозвитку та підвищення професійного рівня.

Не всі працівники розуміють серйозність сучасних загроз для підприємства та своєї власної кар'єри. Це може спричинити відсутність інтересу до навчання та саморозвитку, що негативно впливає на процес адаптації до нових вимог.

Низький рівень мотивації персоналу є серйозною проблемою для багатьох підприємств, особливо на етапі руху України у напрямі євроінтеграції під час

війни. Недостатня мотивація може призвести до зниження продуктивності, погіршення якості роботи та збільшення текучості кадрів. Деякі причини низького рівня мотивації персоналу включають:

- недостатня визнаність і заохочення. Якщо працівники не отримують достатньо визнання за свою працю та не бачать прямого зв'язку між своїми зусиллями та винагородою, вони можуть втратити мотивацію;

- обмежена можливість кар'єрного зростання. Якщо персонал не бачить перспектив для кар'єрного зростання або розвитку на підприємстві, він може втратити мотивацію до досягнення;

- недостатня компенсація та соціальні пакети. Якщо заробітна плата та інші форми компенсації не відповідають очікуванням працівників або не враховують їхніх потреб, це може призвести до втрати мотивації;

- низька оцінка культури підприємства. Якщо робоче середовище на підприємстві є стресовим, конфліктогенним або несприятливим для розвитку, працівники можуть втратити інтерес до роботи та відчувати відчуженість.

Для підвищення рівня мотивації персоналу можна вжити наступні заходи:

- створення системи визнання та заохочення. Відзначайте та винагороджуйте працівників за їхні досягнення та внесок у розвиток підприємства;

- розвиток програм кар'єрного зростання. Надайте можливості для професійного розвитку та кар'єрного зростання своїм працівникам;

- покращення системи компенсації та соціальних пакетів. Перегляньте і оновіть систему заробітної плати та інші форми компенсації, щоб вони були конкурентоспроможними та відповідали потребам працівників;

- створення сприятливого робочого середовища. Працюйте над покращенням корпоративної культури, забезпеченням робочого місця та розвитком дружніх відносин між колегами.

Загалом, підвищення рівня мотивації персоналу вимагає системного підходу та уваги до різних аспектів працівницького життя на підприємстві. Спільна робота керівництва та персоналу може допомогти створити стимулююче та продуктивне робоче середовище[3].

4. Недостатня підтримка з боку держави.

Уряд повинен забезпечувати належну підтримку підприємствам у процесі впровадження європейських стандартів, включаючи фінансову підтримку для навчання персоналу, розроблення освітніх програм та доступ до консультування з експертами.

Недостатня підтримка з боку держави може суттєво ускладнити професійний розвиток персоналу на підприємствах, особливо в умовах війни. Низький рівень підтримки може включати в себе такі аспекти:

- недостатня фінансова підтримка. Державні програми та ініціативи для підтримки професійного розвитку можуть бути недостатньо фінансово забезпечені, що обмежує доступ підприємств до необхідних ресурсів для навчання та розвитку персоналу;

- відсутність стимулів для розвитку бізнесу. Недостатнє регулювання та відсутність стимулів для розвитку бізнесу може знижувати інтерес підприємств у вкладанні коштів у професійний розвиток персоналу;

– бюрократичні перешкоди. Складні та тривалі процедури отримання доступу до державних програм та підтримки можуть затягувати процеси реалізації проектів з професійного навчання та розвитку;

– недостатня підтримка освітніх ініціатив. Відсутність або обмеженість державної підтримки для ініціатив у сфері освіти та професійного навчання може обмежувати можливості розвитку нових програм та проектів.

Для подолання цих проблем необхідно вжити такі заходи:

– поліпшення фінансової підтримки. Держава повинна забезпечити достатній рівень фінансування програм та ініціатив з професійного розвитку персоналу на підприємствах;

– зменшення бюрократичних перешкод. Уряд повинен спростити процедури отримання доступу до державної підтримки та зменшити адміністративні та бюрократичні перешкоди;

– розробка стимулів для розвитку бізнесу. Важливо створити стимули та пільги для підприємств, які активно інвестують у професійний розвиток свого персоналу та сприяють підвищенню конкурентоспроможності економіки в цілому;

– підтримка освітніх ініціатив. Держава повинна підтримувати ініціативи та проекти у сфері освіти та професійного навчання, сприяючи їхньому розвитку та впровадженню на практиці.

Недостатня підтримка з боку держави може суттєво гальмувати професійний розвиток персоналу на підприємствах, тому важливо приділяти увагу цій проблемі та вживати відповідних заходів для її вирішення.

Перехід до європейських стандартів та відкриття нових ринків збільшують попит на кваліфіковану робочу силу у різних галузях. Це створює як можливості, так і виклики для підприємств. З одного боку, підприємства потребують персоналу з високим рівнем професійної компетентності, здатного конкурувати на міжнародному ринку. З іншого боку, нерівномірність рівня кваліфікації наявного персоналу може стати перешкодою для розвитку підприємств [4].

Професійний розвиток персоналу підприємств на етапі сучасних викликів і загроз є важливою складовою успішного впровадження міжнародних стандартів та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Для досягнення цієї мети необхідно вирішувати ключові проблеми, зокрема недостатню кваліфікацію персоналу, відсутність доступу до сучасних навчальних ресурсів, низький рівень мотивації та недостатню підтримку з боку держави. Шляхи вирішення цих проблем включають систематичне навчання та підвищення кваліфікації, створення доступних навчальних ресурсів, стимулювання мотивації персоналу та посилення підтримки з боку держави.

Крім того, професійний розвиток персоналу підприємств в умовах війни та нових загроз має вирішальне значення для їхньої конкурентоспроможності та успішної адаптації к сучасним умовам. Недостатня кількість кваліфікованого персоналу, потреба у перекваліфікації та підвищенні кваліфікації, використання новітніх технологій у професійному навчанні та стимулювання кар'єрного зростання – це лише деякі з проблем, які потрібно вирішити на шляху становлення сучасній Україні. Вирішення цих проблем вимагає комплексного

підходу та спільних зусиль держави, бізнесу та освітніх установ. Тільки таким чином можна забезпечити стабільний розвиток української економіки та підвищення життєвого рівня населення.

Список використаних джерел:

1. Савченко В.А. Розвиток персоналу: підручник. 2-ге видання. К.: КНЕУ, 2015. 505 с.
2. Управління розвитком персоналу: Навчальний посібник / Т.П. Збрицька, Г.О. Савченко, М.С. Татаревська. За заг. ред. М.С. Татаревської. Одеса: Атлант, 2013. 427 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/467?show=full>
3. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах Європейського Союзу: посібник / Л.П. Пуховська, А.О. Ворначев, С.О. Леу; за наук. ред. Л.П. Пуховської. Київ: ІІТО НАПНУ. 2015. 176 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nrk/Analitychni-materialy/11-profesiyniy-rozvitok-personalu-v-es-posibnik.pdf>
4. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту: колективна монографія / М.В. Семикіна, С.В. Дудко, А.А. Орлова та ін. Кропивницький: КОД, 2021. 440 с. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/10935>

УДК 379. 851: 004. 928

*Іллющенко Н.І.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: д.т.н., професор Золотухіна І.В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ФЕСТИВАЛЬ ЯК ОДИН ІЗ РІЗНОВИДІВ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

Фестиваль – масове святкове дійство, що включає створення та демонстрацію в мистецтві, також може бути спрямовано на етнічні святкування. Фестивалі виникли доволі рано. Найраніший фестиваль було проведено на початку XVIII ст. Вони набули більшого поширення у XX ст. [1].

Щороку по всьому світу проходять тисячі фестивалів: майже кожне містечко, кожна країна може похвалитися своїми особливими подіями. Фестивалі музики найрізноманітніших жанрів, арт-фестивалі, етно та традиційні свята тощо [2].

Фестивалі гуртують та об'єднують людей, дарують радість, позитив, незабутні емоції та враження. Побувати на фестивалі – це чудова нагода не лише розслабитися, відпочити і зарядитися позитивом, а й більше дізнатися про культуру країни, в якій проходить цей фестиваль, про її мешканців, традиції та звичаї [3, 4].

Зараз фестивалі проводять по всьому світу, кожного року. Це можуть бути як музичні фестивалі на прикладі «Pink-pop Festival» у Нідерландах або фестиваль – «Дня Мертвих» у Мексиці. Фестивалі базуються на майже будь-якій тематиці. Але основними можна назвати: Фестивалі мистецтва (Кінофестивалі, Музичні, Книжкові, тощо), Етнічні (Релігійні, Національні, тощо), Спортивні Гастрономічні, Історичні та інші (Міжнародні фестивалі, Фестиваль молоді тощо) [4].

Також фестивалі використовують для створення туристичного середовища. А саме при проведенні таких заходів є можливість привабити набагато більше туристів при неналежній рекламі або популярності. Саме з таких туристичних фестивалів можна назвати Карнавали у Ріо-Де-Жанейро та Октоберфест у Німеччині. На прикладі Октоберфесту можна одразу зрозуміти що велику кількість туристів приїжджають на сезон саме нього. Це використовується як простими підприємцями, так й Німеччиною взагалі, для отримання доходів [4].

Перші Українські фестивалі з'являлись до проголошення її незалежності. Це почалось у червні 1991 року в Луцьку – це був Перший Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня». Це дало початок етнічних фестивалів в Україні. До початку війни Українці мали велику кількість різноманітних фестивалів: музичний фестиваль «Червона Рута» або Франкофест, Мистецький фестиваль Писанок, Історичний фестиваль «Битва націй», Гастрономічний фестиваль «Український кавун – солодке диво» тощо [5]. Українські фестивалі завжди приваблювали туристів. Особливо в місті Львів, було проведено велику кількість фестивалів, які зацікавили велику кількість туристів [6]. Ще потрібно звернути на більш історичні фестивалі на тематику козацтва. Такі фестивалі останнім часом набирають популярності – змішані розваги та гулянки з козацькою атмосферою нагадують про часи козацтва, що є дуже актуальним.

На сьогоднішній день проведення фестивалів можна використовувати для полегшення стресу для населення в цілому. Можливість використання фестивалів як туристичний приманки так само є актуальним. Україна має великий потенціал для створення цікавих фестивалів. В подальшому збільшення причин для туризму допоможе Україні у розвитку як економічному, так й у етнічному.

Створення нових фестивалів дасть можливість більш малим підприємства отримати більшу вигоду тим самим це підштовхне економіку країни у цілому. З етнічної точки зору це допоможе показати Українську культуру для всього світу, що також дасть стимул для туризму до України. Важливою причиною для проведення фестивалів в Україні є можливість покращення психологічного стану населення. Війна, яка все ще продовжується на час написання цих тез, вже нанесла психологічної шкоди населенню, навіть якщо це не видно наглядно. Такі заходи є одним з найкращих методів для полегшення стресу, тому що під час них часто люди попадають у атмосферу розваг та гулянь.

Список використаних джерел:

1. Іванов А.М., Олійник В.Д. Класифікація анімаційних програм у круїзі // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. 2022. №. 2(79) С. 104-119. DOI: 10.31375/2226-1915-2022-104-119.
2. Türkay, O., Korkutata, A., Yılmaz, Ö. Does Animation Services Really Matter? Place of Animation Services in the Perceived Quality-Overall Satisfaction Model. Journal of Tourism and Services.. 2018. 9(16): 14-30. DOI: <https://doi.org/10.29036/jots.v9i16.40>.
3. Петрова І.О. Дозвілля в зарубіжних країнах: Підручник. – К. : Кондор, 2005. - 408 с.
4. 10 Найдивовижніших та найкolorитніших фестивалів світу <https://cultura.city/news/10-najdivoviznisih-ta-najkoloritnisih-festivaliv-svitu>
5. «100 фільмів за 100 хвилин». <https://festyvali.org.ua/>
6. Україна. Туризм. Дримба. <http://www.thisisukraine.org/index.php/uk/what-to-see/festivali.html>

*Краснікова-Колосова С.В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;
Сисоліна Н.П., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасний світ динамічно змінюється, ставлячи перед підприємствами та організаціями нові виклики та завдання. Щоб залишатися конкурентоспроможними та досягати успіху, їм необхідно постійно вдосконалювати свою діяльність, шукати нові шляхи оптимізації ресурсів та підвищення ефективності. Особливо це стосується підприємств, які намагаються функціонувати і «вижити» під час війни.

Відновлення ефективності діяльності – це багатогранний процес, який потребує комплексного підходу. Одним з кроків має стати глибокий аналіз поточної діяльності, спрямований на виявлення сильних та слабких сторін, проблемних зон та резервів для розвитку. Для даного кроку можна застосувати відому методику SWOT аналізу, який використовують компанії для визначення їх місця на ринку та напрямків для удосконалення [1].

Важливим кроком має стати впровадження нових методів управління, які відповідають сучасним вимогам та тенденціям. Це може стосуватися методів планування, контролю, мотивації персоналу, прийняття рішень тощо. Наприклад, одним із найуживаніших методів планування є нормативний метод. Він є найбільш точним з усіх та дозволяє розрахувати планові показники з використанням прогресивних норм витрачання ресурсів підприємства, з врахуванням їх змін внаслідок впровадження заходів організаційно-технічного характеру. Також, він допомагає планувати з урахуванням реальних показників у внутрішніх процесах підприємства.

Іншим кроком є оптимізація бізнес-процесів, спрямована на виявлення та вдосконалення неефективних елементів. Їх можна оптимізувати за допомогою автоматизації, реструктуризації, впровадження нових технологій. Одним із шляхів оптимізації є ведення у внутрішню роботу організації застосування CRM-системи. Вона допоможе не тільки структурувати потік клієнтів та зацікавлених у продукті компанії осіб, а й систематизувати роботу відділів продажу та маркетингу.

Необхідно також приділити значну увагу управлінню персоналом, створивши сприятливі умови для роботи, мотивуючи та стимулюючи співробітників, розвиваючи їхні навички та компетенції. В нашому епосі швидкозмінних технологій, створили багато систем, які допомагають працювати більш злагоджено та ефективно. Як зазначено раніше є системи для спостереження за клієнтами компанії, проте не варто забувати, що є системи, які відповідають за співробітників компанії та їх «здоров'я». Це HRM системи. Одна

з таких є Hurma. Її основним завданням є автоматизації процесів департаменту людських ресурсів, рекрутингових процесів, а також управління цілями компанії. Це прискорює роботу компанії та приймати ефективні та правильні рішення щодо розширення команди або звільнених певних співробітників [2].

Повертаючись до теми інформаційних технологій, потрібно зазначити, що вони значно допомагають та пришвидшують роботу, тому їх використання є одним із найважливіших аспектів у функціонування організації. Ось наприклад, як співпраця з іншими підприємствами може бути корисною для обміну досвідом та ресурсами. В сучасному світі все більшого значення набувають екологічні та соціальні аспекти діяльності. Важливо вести етичний бізнес, дбати про навколишнє середовище та соціальну відповідальність. Це все можна створити та «виростити» в екосистемі компанії за допомогою впровадження нових систем та каналів комунікації [3].

Партнерство, особливо у наш воєнний час, є ще одним важливим кроком для розвитку не тільки бізнесу, а й України в цілому. Привертаючи уваги міжнародних партнерів, можна залучати іноземні інвестиції та розвивати не просто одну компанію, а й сферу діяльності, в якій вона працює, для всієї країни.

Не існує універсального рецепту успіху, адже кожне підприємство чи організація має свої унікальні особливості. Відновлення ефективності діяльності підприємств та організацій – це складний та багатогранний процес, який потребує системного, а найголовніше – індивідуального підходу. Використовуючи вищезазначені рекомендації та постійно шукаючи нові шляхи оптимізації, можна значно підвищити ефективність діяльності та досягти успіху в конкурентному середовищі. Завдяки цим методикам можна відновити підприємство і у непрості, як для нашої країни, воєнні часи.

Список використаних джерел:

1. SWOT analysis. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96>
2. Hurma. Використання ERP-системи для автоматизації HR-процесів: веб-сайт. URL: <https://hurma.work/>
3. Григораш О.В., Булигіна Д.О. ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. Класичний приватний університет. 2018р. С. 154-157 URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/30.pdf

*Красніцький О.В.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
Херсонський державний аграрно-економічний університет;*

*Коломоєць О.Д., к.ю.н., доцент,
провідний фахівець з організації наукової роботи
Кіровоградський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр
МВС України
Донецький державний університет внутрішніх справ*

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ДОРАДЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ

На сучасному етапі розвитку суспільства беззаперечним є твердження щодо потенційної спроможності цифровізації забезпечити підвищення продуктивності та стійкості сільськогосподарського сектору. При цьому сільськогосподарська дорадча діяльність є важливою складовою сільськогосподарських інноваційних систем, і сьогодні ця діяльність, як і безпосередньо сільське господарство, зазнає суттєвих цифрових трансформацій [1, 2]. Відповідно натепер відбуваються значні зміни, які, з одного боку, призводять до інтеграції наук (що робить доцільним застосування методів і прийомів з інших наукових напрямів), міжнаукової трансляції результатів і методів дослідження тощо, а з іншого – поглиблюють спеціалізацію на ринку праці. Ці процеси призводять до необхідності збільшення кількості і розширення категорій залучення підприємствами висококваліфікованих вузькоспеціалізованих «дорогих» фахівців, що обумовлює необхідність розширення ринку дорадчих послуг [3].

Процеси цифровізації не лише збільшують можливості, оптимізують процеси обміну інформацією, але й вимагають формування цифрових компетентностей у всіх учасників [4].

У перспективі очікуються значні зміни в сільськогосподарських системах через конвергенцію нових цифрових технологій. У деяких випадках мова йде навіть про цифровий прорив (значні зміни у системі, коли домінантні люди, організації, практики та технології можуть як з'явитися, так і перестати існувати).

Дорадча діяльність має вирішальне значення при поширенні інновацій. Саме сільськогосподарські дорадчі служби поширюють знання, трансформують необроблені дані та інформацію на знання та поради, відіграють роль посередника у передачі знань малим і середнім сільськогосподарським виробникам.

Вже сьогодні цифрові технології використовуються у процесі надання дорадчих послуг. У перспективі використання цифрових технологій буде тільки збільшуватися. Це потребує розробки нових підходів для підготовки кадрів для консультаційного супроводу аграрного бізнесу в умовах цифровізації. Так, є доцільною співпраця обласних навчальних закладів аграрного спрямування і регіональних сільськогосподарських дорадчих служб. Крім того, є можливим створення на основі обласних навчальних закладів аграрного спрямування відділу підготовки та консультування дорадників. Функціонування такого відділу може забезпечити підтримку високого рівня професійних компетенцій дорадників з різних напрямів.

Список використаних джерел:

1. Fielke, S., Taylor, B., & Jakku, E. (2020). Digitalisation of agricultural knowledge and advice networks: A state-of-the-art review. *Agricultural Systems*, 180, 102763.
2. Карнаушенко А., Танклевская Н., Повод Т., Кононенко Л. и Савченко В. (2023). Внедрение технологии блокчейн в сельском хозяйстве: модные тенденции или требования современной экономики. *Экономика сельского хозяйства и ресурсов: Международный научный электронный журнал*, 9 (3), 124-149. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.03.06>
3. Кононенко, Л., Савченко, В., & Карнаушенко, А. (2023). Консалтинг в агробізнесі: сучасний стан, проблеми та перспективи. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (17), 50-56. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.17.7>
4. Савченко, В., & Кононенко, Л. (2022). Оптимізація функціонування малих сільськогосподарських підприємств у контексті співпраці з регіональними дорадчими службами. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (14), 43-51. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2022.14.6>

УДК 658.5

*Круценко Д.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти;
Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

ОЦІНКА ПОТОЧНОГО СТАНУ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ У ТОВ «МК ЮГОС»

Останнім часом організації активно прагнуть покращити якість своєї продукції, щоб відповідати вимогам споживачів та інших зацікавлених сторін, а також забезпечити сталий розвиток компанії. Для досягнення цих цілей вони впроваджують різноманітні системи менеджменту. Після впровадження такої системи керівництво має бути зацікавлене в тому, як вона працює, виявляти можливі збої та оцінювати її ефективність. Результати внутрішніх аудитів слугують джерелом інформації для аналізу керівництва, що дозволяє вживати коригувальних заходів та виявляти можливості поліпшення як окремих процесів, так і системи в цілому.

Згідно з ISO 9000, аудит якості означає систематичне та незалежне дослідження, що проводиться для визначення відповідності діяльності у галузі якості запланованим вимогам, оцінки ефективності реалізації цих вимог та визначення їх придатності для досягнення поставленої мети.

На ТОВ «ЮГОС» розроблена, документована, впроваджена та підтримується у робочому стані система управління якістю.

У компанії здійснюється процес забезпечення якості продукції, що закуповується, у тому числі вхідний контроль та випробування, такі як вибіркового контролю, заснований на робочих характеристиках.

Документація системи менеджменту якості (СМЯ) ТОВ «ЮГОС» включає:
– Політику та цілі в галузі якості;

– Посібник з якості з урахуванням вимог ISO 9001:2011.

Вище керівництво компанії впевнюється, що цілі в галузі якості, включаючи ті, які необхідні для виконання вимог до продукції, визначені відповідними відділами та на відповідних рівнях в управлінні, дотримуються. Зазначені цілі у сфері якості підлягають вимірюванню та взаємодії з Політикою у сфері якості.

ТОВ «МК ЮГОС» здатне виробляти продукцію, яка відповідає вимогам і очікуванням споживачів. Система менеджменту якості охоплює всю продукцію компанії, включаючи процеси її створення та взаємини між постачальником та споживачем. Постійне покращення ефективності системи менеджменту якості ТОВ «МК ЮГОС» здійснюється за допомогою політики та цілей у сфері якості, результатів перевірок, аналізу даних, коригувальних та запобіжних дій, а також аналізу з боку керівництва.

Щодо внутрішніх аудитів на підприємстві, хоча окремого нормативного документа, що регулює їх проведення, не існує, основні цілі цих аудитів включають встановлення факту відповідності впровадженої СМЯ вимогам ISO 9001-2011, забезпечення впевненості керівництва та споживачів у виконанні вимог СМЯ, процесів виробництва та якості продукції, а також оцінку функціонування СМЯ з точки зору досягнення цілей, визначених «Політикою у сфері якості». Крім того, внутрішні аудити спрямовані на виявлення можливостей поліпшення діяльності, зокрема, на постійне удосконалення СМЯ.

В межах організації, проводять три види внутрішніх аудитів:

- аудит системи менеджменту якості;
- аудит виробничого процесу;
- аудит продукції.

Поза внутрішніми аудитами в організації можуть проводитися зовнішні та спільні аудити відповідно до вимог ДСТУ ISO 19011.

Під час підготовки до аудиту, аудитор забезпечується робочими документами, які включають:

- 1) нормативні документи, за якими проводиться аудит, включаючи стандарти, системи менеджменту якості, процедури, робочі інструкції та технологічні процеси;
- 2) контрольний перелік питань для аудиту;
- 3) результати попередніх аудитів;
- 4) структура організації;
- 5) звіти про виконання корегувальних та запобіжних дій.

На основі результатів перевірок складаються три види звітів: «Звіт з внутрішнього аудиту СМЯ», «Звіт з внутрішнього аудиту продукції» та «Звіт з внутрішнього аудиту процесів виробництва». У випадку виявлення невідповідностей або зауважень складається «Акт про невідповідність/зауваження».

Учасники внутрішніх аудитів включають представника керівництва з якості, керівника групи внутрішніх перевірок (головного аудитора), керівників структурних підрозділів, які перевіряються, членів груп перевірок (аудиторів) і персонал підрозділів, що перевіряють.

Загальне керівництво процесом внутрішнього аудиту покладається на представника керівництва з якості, що включає розробку програми аудиту, вибір

об'єктів перевірок, затвердження плану аудитів, організацію підготовки аудиторів, аналіз результатів перевірок та повідомлення про них керівництву.

Головний аудитор (керівник групи внутрішніх аудитів) відповідає за організацію, планування і проведення внутрішніх аудитів, документування матеріалів щодо їх проведення, включаючи визначення об'єктів аудиту, розробку плану аудитів, участь у формуванні груп аудиторів, оцінку результатів, складання звітів та контроль виконання корегувальних заходів.

Якщо програма аудиту включає діяльність головного аудитора, призначається додатковий керівник групи внутрішніх аудитів.

Отже, можна зробити такі висновки:

1. Загалом, процес внутрішнього аудиту системи менеджменту якості (СМЯ) у ТОВ «МК ЮГОС» функціонує задовільно і має свої позитивні аспекти. На підприємстві вже розроблено та впроваджено матрицю розподілу відповідальності між учасниками процесу за планування, проведення та документування результатів аудиту. Аудитори діють відповідно до основних принципів стандарту ISO 19011, на підприємстві проводиться систематичне навчання аудиторів для підвищення їх компетентності та кваліфікації.

2. Аналіз процесу внутрішнього аудиту виявив такі недоліки, які негативно впливають на ефективність процесу та на функціонування СМЯ в цілому:

– відсутня розроблена документована процедура «Внутрішні аудити» відповідно до вимог ISO 9001-2011, існує необхідність у створенні документа, який визначає методичні вказівки для проведення аудиту;

– у звітах з внутрішніх аудитів відсутні вимоги щодо покращення та застосування у рекомендаціях з аудиту на відповідність вимогам ISO;

– нерегулярне проведення внутрішніх аудитів;

– планування проводиться з урахуванням статусу виконуваних робіт, не ідентифікуються області найбільшого ризику, де перевірка має бути пріоритетною.

Ці недоліки потребують уваги та вжиття відповідних заходів для поліпшення ефективності системи внутрішнього аудиту та відповідності вимогам міжнародних стандартів.

УДК 33

*Мороз І.В.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Кононенко Л.В.)
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ «SOCIETY 5.0»

Сучасний етап розвитку суспільства відповідає формуванню «Society 5.0», що передбачає створення кіберфізичного, «людиноцентричного» суспільства [1]. Цей етап обумовлює кардинальні зміни в усіх видах діяльності, у тому числі і у банківському маркетингу.

Так на сьогодні науковці виокремлюють «декілька груп найбільш актуальних інструментів банківського маркетингу: інформаційні технології (ІТ), веб та мобільний банкінг» [2]. На офіційних сайтах банків все частіше можна знайти кредитні калькулятори. Це лише один із прикладів використання інформаційних продуктів, який дозволяє споживачам оцінювати різні варіанти погашення кредитів. Крім того, кредитний калькулятор дозволяє подати онлайн-заявку на отримання кредиту, зібрати інформацію щодо потенційного кредитора, що уможливорює оптимізацію банківського маркетингу.

Інтернет-банкінг полегшує роботу з грошовими переказами, що значно збільшує зручність для клієнтів, оскільки у них з'являється можливість сплатити рахунок з будь-якого географічного місця, отримати чи відправити міжнародні перекази, поповнити рахунок та навіть відкрити депозит чи отримати кредит.

Штучний інтелект і машинне навчання можна використовувати для прогнозування поведінки клієнтів та оптимізації стратегій продажів. Крім того, такі технології, як чат-боти та віртуальні асистенти, спрощують спілкування з клієнтами та забезпечують швидкий і зручний доступ до інформації та послуг. Загалом, використання цифрових технологій в банківському маркетингу дозволяє банкам покращити обслуговування клієнтів, підвищити ефективність своєї маркетингової діяльності та залишатися конкурентоспроможними на ринку фінансових послуг. Крім того, штучний інтелект дозволяє виявити та запобігти фінансовим злочинам, оптимізує розробку аналітичних інструментів щодо прогнозування ризиків і ринкових тенденцій.

В цілому використання штучного інтелекту в банківському маркетингу сприяє підвищенню конкурентоспроможності, залученню та утриманню клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та досягненню стратегічних цілей фінансового сектору [3].

Натепер більшість банківських установ активно використовують ті чи інші інструменти маркетингового просування. Залежно від маркетингових цілей це і традиційна реклама, і маркетинг у соціальних мережах, і контент-маркетинг, і веб-сайти. Слід зазначити, що маркетингова діяльність не завжди є структурованою, що знижує ефективність маркетингових стратегій та підвищує собівартість банківських послуг [4].

Новим трендом банківських інновацій є зближення банків із соціальними мережами. Наразі типовими проєктами у сфері банківських інновацій є проєкт ідентифікації клієнтів за фотографіями у соціальних мережах [5].

Поточний етап цифровізації економіки визначив тенденції та напрямки розвитку банківської галузі, але водночас виявив і виклики та загрози. Зокрема, до пріоритетних завдань слід віднести необхідність визначення пріоритетів цифрових ініціатив та встановлення їх чіткої узгодженості зі стратегією корпоративного розвитку банківської установи.

Становлення та розвиток «Суспільства 5.0» створює багато нових можливостей, у тому числі і у банківському маркетингу. Поява штучного інтелекту, машинного навчання, чат-ботів та інших інноваційних рішень дозволяє банкам покращувати якість обслуговування клієнтів, оптимізувати бізнес-процеси та залишатися конкурентоспроможними на ринку фінансових

послуг. Однак для успішної реалізації цифрових ініціатив важливо враховувати не лише технологічний аспект, а й відповідність стратегії розвитку компанії та відображати ключові показники ефективності. Такий підхід допоможе банкам ефективно використовувати цифрові інструменти для досягнення стратегічних цілей, залучення та утримання клієнтів, а також підвищення конкурентоспроможності в умовах постійних змін у суспільстві та технологіях.

Список використаних джерел:

1. Кононенко, Л., Савченко, В., & Гай, О. (2023). Інформаційне забезпечення стратегічного управління в умовах формування Суспільства 5.0. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (16), 244-248. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.32>
2. Харабара В.М., Грешко Р.І., Третякова О.В. Особливості сучасного банківського маркетингу. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 4. С. 43–46. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.4.43
3. Тимошенко М. В. «Роль і вплив штучного інтелекту на стратегію банківського маркетингу.» Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 83): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції,(м. Тернопіль, Україна, м. Ополь, Польща, 7-8 грудня 2023 р.)/редкол.: О. Патряк та ін. ГО «Наукова спільнота», WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФО-П Шпак ВБ 2023. 198 с.–ISSN 2522-932X (2023): 128.
4. Чайковський, Я. «Розвиток банківського маркетингу в Україні.» Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства. Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2020.
5. Угнівенко Р.Р. Теоретичні аспекти сутності ринку банківських продуктів та послуг. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. 2014. Вип. 45. С. 136-140.

УДК 658.5

*Овчинников С.С.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
слухач курсів MBA (Master of Business Administration);
Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

СЕГМЕНТУВАННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ «ГІДРОСИЛА»

«Гідросила» є одним з провідних виробників гідравлічних силових систем та компонентів у Східній Європі. Результати виробництва компанії «Гідросила» постачаються до понад 50 країн світу. З моменту відновлення незалежності України у 1991 році, компанія постачає гідравлічні системи для сільськогосподарської, будівельної та дорожньої техніки на внутрішньому ринку. Доля ринку гідравлічних систем, що належить компанії «Гідросила» становить близько 85%.

Компанія «Гідросила» застосовує різні рівні каналів розподілу, такі як однорівневі, дворівневі та триврівневі для доставки своїх товарів до кінцевих

споживачів через мережу гуртових та роздрібних посередників. На території України компанія співпрацює з 21 офіційним дилером та має значний список оптових посередників, що обслуговують сегмент В2В (бізнес-до-бізнесу).

У сегменті В2С (бізнес-до-споживача), де товари продаються кінцевим споживачам, діють торгові посередники компанії.

Створення спеціалізованого офіційного Інтернет-Магазину з продажу продукції ТМ «Гідросила» є важливим кроком у розвитку бізнесу, спрямованим на збільшення прибутку від реалізації продукції в роздріб через E-commerce. Цей проект відкриває новий сегмент для компанії і надає можливість привернути більше клієнтів та розширити аудиторію через онлайн-продажі.

Створення Інтернет-Магазину дозволить ефективно просувати продукцію ТМ «Гідросила» в Інтернеті, залучаючи нових покупців і забезпечуючи зручний спосіб покупки для існуючих клієнтів. Онлайн-продажі дозволять легко долучатися до асортименту компанії, порівнювати продукти, здійснювати швидкі придбання та отримувати доставку безпосередньо до дому чи офісу.

Основні переваги створення офіційного Інтернет-Магазину включають:

- Збільшення доступності продукції для клієнтів за допомогою онлайн-каналу продажів.

- Розширення географії покриття, оскільки замовлення можуть надходити з будь-якої точки країни.

- Покращення обслуговування клієнтів через швидкий відгук на запитання і замовлення.

- Можливість впровадження різних маркетингових стратегій, таких як реклама в Інтернеті, акції та знижки для залучення нових покупців.

- Оптимізація процесу продажу і зменшення витрат на обслуговування клієнтів у порівнянні з традиційними каналами збуту.

Створення і розвиток Інтернет-Магазину може стати ефективним інструментом для зростання обсягів продажів і розширення бізнесу компанії «Гідросила» у новому сегменті роздрібної торгівлі.

Кінцевими споживачами продукції компанії «Гідросила» є фізичні та юридичні особи, які використовують ці продукти у своїй діяльності.

Цільова аудиторія включає:

1. Фізичні особи:

- Оператори у сфері АПК (сільськогосподарські працівники), які використовують гідравлічні системи для сільськогосподарської техніки.

- Оператори будівельно-дорожньої техніки, які потребують гідравлічні компоненти для ефективної роботи на будівельних майданчиках.

- Оператори гідрофікованих машин та механізмів, які використовують гідравлічні системи для роботи з водою або з іншими рідинами.

2. Юридичні особи (організації):

- Фермерські господарства, які використовують гідравлічні системи у сільському господарстві (наприклад, для сільськогосподарських машин і обладнання).

- Будівельні підприємства, які потребують гідравлічних компонентів для будівельної техніки.

– Комунальні підприємства, які використовують гідравліку для обслуговування міської інфраструктури (наприклад, вантажівки для сміттєвозів чи комунальної техніки).

Ці різноманітні сегменти користувачів демонструють широкий спектр застосувань продукції «Гідросила» у різних галузях, що створює можливості для розширення ринку та збільшення обсягів продажів у сегменті роздрібною торгівлі.

Позиціонування та унікальна торгова пропозиція компанії «Гідросила» у фірмовому Інтернет-Магазині включає такі основні переваги порівняно з конкурентами:

1. Продаж лише власної продукції: Ми продаємо тільки оригінальну продукцію ТМ «Гідросила», яка виготовлена безпосередньо нашим підприємством. Це гарантує високу якість і надійність кожної одиниці продукції.

2. Пряма заводська гарантія: Гарантія, надана в Інтернет-Магазині, це безпосередня заводська гарантія від виробника. Клієнти мають впевненість у якості та підтримці від офіційного виробника гідравлічної продукції.

3. Можливість замовлення несерійної продукції: Наш Інтернет-Магазин надає можливість замовляти нестандартні або несерійні продукти. Це означає, що клієнти можуть отримати індивідуальне рішення під їх конкретні потреби та вимоги.

Ці відмінності створюють суттєву підставу для того, щоб обрати саме цей Інтернет-Магазин для купівлі гідравлічної продукції ТМ «Гідросила». Ми надаємо клієнтам впевненість у якості, надійності та індивідуальному підході до вибору продукції, що відповідає їх потребам.

Аналіз внутрішнього середовища Інтернет-Магазину «Гідросила». SWOT-аналіз є потужним інструментом для оцінки внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на діяльність Інтернет-Магазину. Розглянемо основні аспекти SWOT-аналізу для нашого бізнесу:

Сильні сторони (Strengths):

Відома торгова марка (ТМ «Гідросила»): Наявність відомої торгової марки дозволяє привертати клієнтів та забезпечує впевненість у якості продукції.

Прямий продаж продукції виробника: Можливість придбати продукцію безпосередньо у виробника підсилює довіру споживачів і сприяє збільшенню продажів.

Слабкі сторони (Weaknesses):

Організація бізнес-процесів в Інтернет-Магазині: Недоліки в організації бізнес-процесів можуть призводити до затримок у виконанні замовлень, невідповідності у відправленні товару тощо.

Можливості (Opportunities):

Збільшення попиту на гідравлічні системи: Постійний розвиток сільського господарства, будівництва та інфраструктури може збільшити попит на продукцію «Гідросила».

Розвиток електронної комерції: Зростаючий тренд покупок через Інтернет відкриває нові можливості для розвитку Інтернет-Магазину.

Загрози (Threats):

Конкуренція на ринку гідравлічних систем: За наявності конкурентів, важливо розробляти стратегії конкурентної переваги.

Зростання вартості реклами та маркетингу в Інтернеті: Підвищення витрат на маркетинг може обмежувати можливості привернення нових клієнтів через Інтернет.

Результати SWOT-аналізу дають чітке уявлення про внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на ваш бізнес. На основі цих результатів можна розробити стратегічний план, спрямований на максимізацію переваг і можливостей, а також мінімізацію слабких сторін і загроз. Важливо постійно оновлювати SWOT-аналіз, враховуючи зміни на ринку та в компанії, для ефективного керівництва бізнесом і досягнення успіху.

УДК 65

*Савчина Д.А.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня;
Повод Т.М., к.е.н., доцент
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

КЛАСИЧНІ ТА СУЧАСНІ МЕТОДИ БЮДЖЕТУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ

Бюджетування є комплексом управлінських процесів, що забезпечують повний цикл роботи з бюджетом. Воно включає розробку бюджету, його погодження та затвердження, контроль виконання (оцінка відповідності плану та фактичних показників), а також аналіз причин відхилень від планових даних. Отже, бюджетування поєднує два основні елементи – планування і контроль.

Класичне бюджетування визначається як періодичний процес, за допомогою якого підприємство (компанія) прагне прогнозувати свої майбутні доходи та витрати. Воно ґрунтується на розробці різних видів бюджетів, які слугують інструментами управління підприємством (компанією).

У спеціалізованій літературі Європи та США вчені часто критикують традиційний підхід до бюджетування. Зокрема, дослідники як Д. Хоуп і Р. Фрейзер (1999), Л. Гері (2003), Р. Колман (2004), М. Макс (2005) і А. Тейлор (2009) висловлювали негативну оцінку цього підходу. Вони дійшли висновку, що система традиційного бюджетування не враховує стратегічні цілі підприємства (компанії). Дослідження Р. Фрейзера показало, що більше половини американських компаній не здатні побудувати свої бюджети відповідно до своєї стратегії, що може призводити до невідповідності результатів поставленим цілям [1,2,3].

Традиційне бюджетування зосереджується на окремих центрах витрат, таких як відділи та підрозділи, часто ігноруючи міжфункціональні бізнес-процеси. Це має як позитивні, так і негативні сторони.

Переваги традиційного бюджетування: чітке визначення та контроль витрат за підрозділами; легкість у реалізації та зрозумілість для більшості працівників,

забезпечення основи для фінансової звітності та аналізу. Недоліки традиційного бюджетування: відсутність стратегічної орієнтації; неврахування міжфункціональних процесів, що може призводити до неефективності; жорсткість і непристосованість до швидких змін у зовнішньому середовищі [1,2,3].

Сучасні методи бюджетування прагнуть подолати недоліки класичного підходу. Вони включають стратегічне планування та інтеграцію різних функціональних підрозділів для більш узгодженого та гнучкого підходу до управління фінансами.

Переваги сучасних методів бюджетування: орієнтація на стратегічні цілі організації; гнучкість і можливість швидкого реагування на зміни в ринку; покращення координації між різними функціональними підрозділами. Недоліки сучасних методів бюджетування: складність впровадження та потреба в значних ресурсах для навчання персоналу; вища вимога до інформаційних систем і технологій; можливість тимчасового зниження ефективності через адаптацію до нових процесів [1,2,3].

Таким чином, як класичні, так і сучасні методи бюджетування мають свої переваги і недоліки. Вибір відповідного підходу залежить від конкретних потреб і можливостей організації.

Список використаних джерел:

1. Онісіфорова В.Ю., Осьмірко І.В. Бюджетування як ефективний інструмент поточного планування на підприємстві. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2020. №25. С. 128-136. <http://surl.li/uaitr>
2. Ювженко Н.М. Традиційні та сучасні методи бюджетування: переваги і недоліки. Бізнесінформ. 2018. №7. С.239-245. <http://surl.li/uaitk>
3. Міньковська М.В., Виноградова Ю.О. Аспекти бюджетування: переваги та недоліки, успіхи та помилки. Економіка промисловості. 2008. № 4. С. 161-167. <http://surl.li/uaitv>

УДК 640.4

*Сергієнко Д.А.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: асистент Немненко А.А.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОГЛЯД ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА КУЛЬТУРІ

Готельно-ресторанний бізнес – це динамічна сфера, що охоплює широкий спектр послуг, пов'язаних з розміщенням та харчуванням мандрівників та відвідувачів. Цей бізнес стає ключовим фактором як у економіці, так і у культурному обміні. Готелі та ресторани пропонуватимуть унікальні враження та тематичні концепції, адже мандрівники прагнуть до незабутніх емоцій. Гостинність стає все більш глобалізованою, стираючи кордони та об'єднуючи

людей з різних культур. Ця індустрія не лише задовольняє базові туристичні потреби, але й створює атмосферу, де кожен гість може відчутися вдома.

У 2023 році готельно-ресторанний бізнес пережив значне відновлення після пандемії COVID-19. Згідно із прогнозами Всесвітньої ради з подорожей та туризму, до 2025 року очікується повне відновлення галузі, а до 2030 року вона може сягнути рекордних показників [3]. Готельно-ресторанний бізнес переживає захоплюючу трансформацію, стрімко адаптуючись до мінливих потреб сучасних мандрівників та нових реалій. Це не просто сфера послуг, це динамічний світ, що поєднує в собі гостинність, інновації та культурний обмін, відіграючи життєво важливу роль у світовій економіці та культурі.

Роль готельно-ресторанного бізнесу в глобальній економіці:

– *Вплив на ВВП*: готельно-ресторанний бізнес відіграє суттєву роль у світовій економіці, генеруючи мільярди доларів ВВП та створюючи мільйони робочих місць. Згідно з Світовою радою з подорожей та туризму: у 2022 році внесок галузі у світовий ВВП склав 10,3 трлн доларів США, а до 2025 року цей показник очікується зрости до 12,8 трлн доларів [1].

– *Стимулювання економічного зростання*: готелі та ресторани часто діють як катализатори економічного розвитку, стимулюючи місцеве виробництво, ремесла та сільське господарство. Вони також сприяють зростанню інфраструктури, транспортної мережі та розваг.

– *Податкові надходження*: уряди отримують значні податкові надходження від готельно-ресторанного бізнесу, що використовується для фінансування суспільних послуг та інфраструктурних проектів.

Культурний вплив:

– *Обмін культурами*: готельно-ресторанний бізнес сприяє обміну культурами, знайомлячи людей з різними кухнями, звичаями та традиціями. Це може призвести до більшого розуміння та поваги між різними народами.

– *Збереження спадщини*: готелі та ресторани часто розміщуються в історичних будівлях, що сприяє збереженню культурної спадщини та стимулює інтерес до місцевої історії.

– *Створення робочих місць*: ця галузь пропонує робочі місця людям з різним досвідом та кваліфікацією, сприяючи соціальній мобільності та економічній рівності.

Огляд ролі готельно-ресторанного бізнесу у формуванні сучасного економічного та культурного розуміння глобального ринку має на меті розглянути вплив цієї індустрії на сучасне суспільство. У рамках дослідження порівнювалися готелі «Citadel Inn», який є історичною пам'яткою архітектури та сучасний готель з високими інноваційними технологіями для комфорту The Peninsula Tokyo. Було проведено опитування серед підписників в електронному застосунку «Instagram», в якому взяли участь 50 осіб. Учасникам було представлено фото обох закладів, завданням було визначити, яка тематика є більш привабливішою для них. Результат опитування показано в Таблиці 1.

Таблиця 1

Місце	Назва готелю	Кількість балів
1.	The Peninsula Tokyo	57%
2.	Citadel Inn	43%

За результатами опитування лідером виявився сучасний готель «The Peninsula Tokyo», який набрав 57% голосів, трохи випередивши «Citadel Inn» із результатом 43% [4]. Також було опитування щодо того, чому підписники обрали саме цей варіант. Ті, хто обрав сучасний готель, відповіли, що у пріоритеті сучасний дизайн та зручності, технологічні інновації, привабливі фотографії. Любителі історичної тематики обрали готель «Citadel Inn» через історичний та культурний контекст, унікальну атмосферу та посилення на історичні події.

Отже, у контексті сучасних туристичних уподобань та вимог до комфорту, сервісу, сучасні готелі, такі як «The Peninsula Tokyo», мають більший потенціал для приваблення гостей та забезпечення високої рівня прибутковості для власників. Інновації та тренди формують майбутнє готельно-ресторанного бізнесу. Такому висновку мають підґрунтя наступні *факти*:

– Найбільшою готельною мережею у світі є Marriott International з понад 7 600 готелями в 132 країнах.

– Найдорожчий номер готелю у світі знаходиться в пентхаусі готелю The Palms в Дубаї, вартість однієї ночі в якому сягає 100 000 доларів США [2].

– Найбільший ресторан у світі – Chongqing Great Star в Китаї, який може одночасно прийняти 5 000 гостей.

– Найстаріший готель у світі – Nishiyama Onsen Keiunkan в Японії, який безперервно працює з 705 року н.е.

Готельно-ресторанний бізнес – це не просто сфера послуг, це потужний фактор, що впливає на глобальну економіку, культуру та суспільство. З постійним розвитком та інноваціями ця галузь й надалі відіграватиме важливу роль у світі, що постійно змінюється.

Галузь генерує мільярди доларів ВВП, створює робочі місця та стимулює економічний розвиток в регіонах. Водночас, сприяє обміну культурами, знайомлячи людей з різними кухнями, звичаями та традиціями. Гостинність також несе соціальну відповідальність, дбаючи про довкілля, підтримуючи місцеві громади та дотримуючись етичних принципів ведення справ.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня федерація готельних асоціацій : веб-портал. URL <https://www.ih-ra.org/> (дата звернення 28.04.2024).

2. Організація об'єднаних націй з питань туризму: веб-портал. URL <https://www.unwto.org/> (дата звернення 28.04.2024).

3. Світова рада з подорожей та туризму : веб-портал. URL <https://wttc.org/> (дата звернення 28.04.2024).

4. <https://www.instagram.com/daryaserhiiyenko?igsh=dWt1OWxlNGt1emVy>.

*Тимова О.В.,
слухач курсів MBA (Master of Business Administration);
Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»

Аналіз фінансової стійкості наведений у таблиці 1.

Таблиця 1

Розрахунок фінансової стійкості

Показник	Формула розрахунку	Роки					Норматив. значення
		2018	2019	2020	2021	2022	
Коефіцієнт автономії	власний капітал/підсумок балансу	0,66	0,65	0,69	0,73	0,78	>0,5, зростання
Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності)	власний капітал /позиковий капітал	1,98	1,84	2,27	2,67	3,48	1,0-1,5, зростання
Коефіцієнт фінансової стійкості	(власний капітал +довгострокові зобов'язання)/ сума пасивів	0,71	0,69	0,76	0,77	0,80	0,75-0,9, зростання
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	Власні оборотні засоби/оборотні активи	0,33	0,42	0,54	0,48	0,60	>0,1, зростання
Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними засобами	Власні оборотні засоби/запаси	0,71	0,91	1,29	1,01	1,91	>0,5, зростання
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Власні оборотні кошти/власний капітал	0,24	0,40	0,51	0,34	0,44	>0,3, зростання
Коефіцієнт фінансового левериджу	Довгострокові зобов'язання/ власний капітал	0,07	0,07	0,09	0,05	0,03	<0,25, зменш.

Джерело: розраховано авторами самостійно

Коефіцієнт автономії характеризує частку власного капіталу в сумі джерел фінансування. Нормативом визначене значення цього коефіцієнта 0,5 і більше. Даний коефіцієнт має значення 0,78, що більше нормативного та має позитивну тенденцію до зростання.

Коефіцієнт фінансової стабільності вказує на обсяг власного капіталу, що припадає на одиницю зобов'язань. Він становить 3,48, що відповідає нормативу та має тенденцію на зростання.

Коефіцієнт фінансової стійкості вказує на частку стабільних джерел у фінансових ресурсах підприємства. Маємо позитивну тенденцію зростання.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами показує частку стабільних джерел у фінансуванні оборотних активів. Він становить 0,6, що більше за норматив 0,1 і має тенденцію до зростання.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу вказує, якою часткою власного капіталу підприємство може маневрувати, тобто спрямовувати на оборотні активи. Має позитивну динаміку і відповідає нормативу.

Коефіцієнт фінансового левериджу вказує на частку довгострокових зобов'язань до власного капіталу і має бути менше 0,25 і мати динаміку на зменшення. Показники ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО» відповідають даному нормативу.

Таблиця 2

Аналіз типу фінансової стійкості

Тип фінансової стійкості	Формула для розрахунку	Джерела інформації та алгоритм розрахунку	Показники ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО»
Абсолютна стійкість	Запаси < Власні оборотні кошти (власний капітал-необоротні активи)	Ф. №1, р.1100 < Ф. №1, р.1495 - р.1095	10485,2 < 45582-25603,1
Нормально стійкий фінансовий стан	Запаси < Власні оборотні кошти + Довгострокові зобов'язання	Ф. №1, р. 1100 < Ф.№1, р.1495 - р.1095 + р.1595	
Нестійкий фінансовий стан	Запаси < Власні оборотні кошти + Довгострокові зобов'язання + Короткострокові зобов'язання	Ф. №1, р. 1100 < Ф. №1, р.1495 - р.1095 + р.1595 + 1695	
Кризовий фінансовий стан	Запаси > Власні оборотні кошти + Довгострокові зобов'язання + Короткострокові зобов'язання	Ф. №1, р. 1100 > Ф. №1, р.1495 - р.1095 + р.1595 + 1695	

Джерело: розраховано авторами самостійно

З розрахунку в табл. 2 можна зробити висновок, що підприємство ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО» має абсолютно стійкий фінансовий стан, тобто має достатню кількість власних оборотних коштів.

*Українець В.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти)
(Науковий керівник: к.т.н., доцент Чумаченко О.С.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний маркетинг – це всі напрями економічної діяльності, які сприяють виробництву підприємством конкурентоспроможної продукції, що користується попитом, та оптимальне поєднання ресурсів підприємства відповідно до ринкових вимог та ведення прибуткової діяльності. Маркетингові процеси починаються з виявлення потреб споживачів, завершуючись задоволенням виявлених потреб через купівлю продукції, включаючи вивчення потреб ринку, підготовку пропозицій, відповідних цим потребам, просування товару/послуги на ринку, вивчення реакції споживачів і конкурентів. Шляхом ринкових досліджень і вивчення потреб створюються умови реалізації продукції. Маркетингова діяльність сучасного підприємства включає програми по залученню нових споживачів та утриманню постійних споживачів і підвищенню їх прихильності, збільшенню продажів, управлінню ціною [1].

Так, організації для успіху на ринку потрібна маркетингова діяльність на всіх рівнях (від директора до рядових працівників). Для вирішення проблем, пов'язаних з управлінням маркетинговою діяльністю, як зовні, так і всередині, необхідно створити відповідний відділ, оскільки це дозволить сформувати конкурентні переваги підприємства та продукції як кінцевого результату – результату більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку таких якісних та кількісних властивостей продукту, які є важливими для покупця.

Структура відділу маркетингу залежить від завдань, визначених керівником підприємства. Звичайно маркетинговий відділ включає такі служби: збуту (просування товару чи послуги); відділи дизайну та реклами; аналітичний відділ; підтримки клієнтів. Залежно від ринкової ситуації, кадрової політики та організаційних цілей відділ маркетингу може вирішувати додаткові задачі, пов'язані з основними завданнями відділу, зокрема, вивчення найбільш динамічних елементів зовнішнього мікросередовища, традиційних контактних аудиторій, конкурентів та інвесторів.

Формування і розвиток конкурентних переваг продукції виконують функціональні підрозділи підприємства: виробничі, фінансово-інвестиційні, маркетингові, наукових досліджень та інновацій.

Конкурентні переваги не є постійними якостями продукції та підприємства. Фактори конкуренції створюють умови динамічного розвитку галузей і застарівання наявних конкурентних переваг та потреби їх оновлення.

Бізнес існує на ефективному задоволенні потреб клієнта. Тому створення портрета клієнта – одне з головних питань бізнесу. Знаючи своїх потенційних клієнтів, можна підібрати ефективні рекламні майданчики, знизити витрати на рекламу, підібрати потрібних блогерів. Оскільки сучасна реклама є важливим інструментом залучення клієнтів за допомогою заздалегідь сформованої аудиторії. Якщо підприємець правильно визначить свого цільового клієнта, то така рекламна кампанія, як і сам механізм продажу і роботи з клієнтом будуть успішні завдяки докладанню комплексних зусиль [2].

Створення портрета клієнта актуальне як при створенні підприємства, так і для досвідчених підприємців. Для відшкодування своїх витрат підприємствам-початківцям критично важливо зрозуміти своїх споживачів: на кого саме розраховані товари і послуги. До основних характеристик клієнта (кожна група має свої характерні інтереси і фінансові можливості) належать:

1. Вік (діти, підлітки, молоді люди-студенти, молоді люди, які тільки почали працювати, дорослі люди перехідного віку, літні люди).

2. Сімейний стан (неодружені різної статі, одружені, одружені не один раз, живуть в цивільному шлюбі).

3. Місце проживання. (люди, які проживають в районах високого достатку, не цікавляться товарами середнього і нижчого класу).

4. Соціальний і фінансовий рівень (не маючи достатку люди навряд чи витратять значні кошти, і, навпаки, люди високого достатку не зацікавляться дешевим товаром).

5. Стать (жінок звичайно цікавлять жіночі товари, чоловіків – чоловічі; жінка, побачивши таке, що цікавить її чоловіка, може розповісти йому про товар).

Ефективність маркетингової діяльності визначається максимальною досяжною метою та визначенням шляхів досягнення маркетингової мети, поставленої перед підприємством, в її динаміці. Необхідна розробка маркетингову стратегію досягнення визначених цілей, створення на підприємстві системи стратегічного управління.

Цінову стратегію потрібно постійно коригувати відповідно до змін навколишнього середовища. Грамотне здійснення стратегії ціноутворення передбачає постійне відстежування ринкової ситуації, вміння передбачати та прогнозувати її зміни. Це вимагає високої кваліфікації відповідальних працівників. По кожній асортиментній групі потрібно планувати свою стратегію ціни із деталізацією по важливих параметрах (як для ринку одягу чи продуктів харчування – по сезонах).

Оцінюючи маркетингову діяльність, потрібно аналізувати параметри, що характеризують діяльність відповідального підрозділу – обсяги реалізації, ринкову частку організації, прибуток (чистий і маржинальний). Обсяг реалізації при цьому (валовий оборот) – це комплексний показник, який характеризує не лише успішність зусиль по збуту продукції, а також правильно встановлену ціну, і найважливіше – наскільки товар виявився відповідним до інтересів цільової групи споживачів. Динаміка обсягів продажу є індикатором становища організації на ринку, її частки і тенденцій до зміни. Аналіз точки беззбитковості – беззбитковий обсяг показує, яка кількість товару має бути продана, щоб

отриманий маржинальний прибуток покрив усі постійні витрати займає важливе місце в аналізі структури витрат та оцінці потенціалу розвитку організації. Цей обсяг характеризує можливості маневрування організації на ринку [3].

Управління маркетинговим потенціалом сучасного підприємства має базуватися згідно системного підходу, що передбачає його комплексну оцінку, як внутрішню, так і зовнішню:

- інвестори сприймають організацію через фінансові показники її діяльності;
- підприємства-споживачі – через виробничі характеристики, корпоративну репутацію і фінансовий стан;
- кінцеві споживачі – через обсяг асортименту, якість товарів, комунікації, імідж.

Часто ефективність маркетингу оцінюють по зростанню обсягів продажу і росту прибутку, але це кінцеві результати роботи організації: кваліфікація співробітників різних відділів менеджменту, виробничі сили (обладнання, технологія), фінансовий потенціал. Така оцінка не об'єктивна. Ефективність маркетингу – це зіставлення досягнутого ефекту в результаті маркетингової діяльності (може виражатися як прибуток чи дохід) до витрат на маркетингові заходи.

В результаті росту ефективності маркетингових заходів підприємства спостерігається [4]:

- зростання виручки підприємства;
- ресурсозбереження та зменшення витрат;
- підвищення рентабельності діяльності та прибутковості;
- формування на ринку системи конкурентних переваг продукції і підприємства;
- зростає якість вироблених продукції та послуг;
- покращується імідж та зростає впізнаваність підприємства на ринку;
- збільшується кількість постійних покупців.

Список використаних джерел:

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Вакуленко А.В.. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
3. Василенко В.А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навч. посіб. – К: ЦУЛ, 2002. – 420 с.
4. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / В.В. Іванова.. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 472 с.

*Чжао Пенхао,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.т.н., доцент Савеленко Г.В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ

У сучасному світі, де технології розвиваються шаленими темпами, цифрова трансформація стає невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу. Це не просто впровадження нових технологій, а докорінна зміна бізнес-моделей, процесів та культури компанії з метою залишатися конкурентоспроможними та задовольняти мінливі потреби клієнтів.

Ключовим аспектом цифрової трансформації є використання цифрових інструментів та технологій для оптимізації внутрішніх операцій та взаємодії з клієнтами. Це може включати впровадження хмарних рішень, автоматизацію процесів, аналітику великих даних, штучний інтелект, Інтернет речей та багато іншого. Ці інновації дозволяють підприємствам підвищити ефективність, скоротити витрати та прискорити прийняття рішень.

Проте, цифрова трансформація – це не лише технології. Це також зміна мислення та культури організації. Компанії повинні бути гнучкими, відкритими до змін та готовими вчитися на власному досвіді. Керівництво має створити середовище, яке заохочує інновації, експериментування та готовність ризикувати. Співробітники повинні бути навчені та залучені до процесу цифрової трансформації, щоб зрозуміти її переваги та внести свій внесок.

Одним з найважливіших аспектів цифрової трансформації є клієнтоорієнтованість. Компанії повинні зосередитися на створенні неперевершеного клієнтського досвіду, використовуючи цифрові технології для кращого розуміння потреб клієнтів, персоналізації та вдосконалення взаємодії з ними. Це може включати використання аналітики даних, чат-ботів, соціальних медіа та мобільних додатків для забезпечення безперебійного та зручного обслуговування.

Незважаючи на численні переваги, цифрова трансформація також несе в собі виклики та ризики [1]. Компанії можуть зіткнутися з опором змін з боку співробітників, проблемами з кібербезпекою, складністю інтеграції нових технологій та значними інвестиціями. Тому важливо ретельно планувати та керувати процесом трансформації, залучати експертів та навчати персонал.

Розглянемо основні кроки з яких можна розпочати процес цифрової трансформації бізнесу [2]:

1. Визначення стратегії та цілі. Перш ніж розпочинати цифровізацію, важливо чітко визначити загальну стратегію та конкретні цілі, яких керівництво компанії хоче досягти. Необхідно означити, які бізнес-процеси потребують оптимізації, які нові можливості планується запропонувати клієнтам і як це допоможе зміцнити конкурентну позицію.

2. Формування команди з цифрової трансформації. Створення міжфункціональної команди, яка включатиме представників різних підрозділів – ІТ, операцій, маркетингу, продажів тощо. Залучення як топ-менеджерів, так і виконавців для забезпечення підтримки на всіх рівнях.

3. Аналіз поточної ситуації. Проведення аудиту наявних технологій, процесів, даних та навичок персоналу. Визначення слабких місць та можливостей для вдосконалення. Визначення потреб та очікування клієнтів.

4. Розробка дорожньої карти. На основі стратегії, цілей та результатів аудиту розробляється детальний план або дорожня карта цифрової трансформації з конкретними проектами, часовими рамками та відповідальними особами.

5. Поетапне впровадження проекту цифровізації. Не потрібно вирішувати все і одразу. Впровадження проекту цифрової трансформації починається з найбільш критичних і тих, які можуть швидко принести віддачу.

6. Навчання та залучення персоналу. Цифрова трансформація вимагає нових навичок і компетенцій від персоналу. Інвестування в навчальні програми, тренінги та практики залучення співробітників є дієвим механізмом.

7. Постійний контроль і корегування планів. Процес цифрової трансформації є ітераційним. Регулярне відстеження прогресу, аналіз результатів та коригування планів за потреби – шлях до успішної цифрової трансформації. Необхідно бути гнучким і готовим до адаптації.

8. Створення культури інновації. Для успішної цифрової трансформації необхідно створити організаційну культуру, яка заохочує інновації, експериментування і готовність до змін.

Зазначимо, що цифрова трансформація – це безперервний процес, який вимагає постійних зусиль, ресурсів і лідерства вищого керівництва. Однак, це процес, який потребує стратегічного планування, гнучкості та готовності до змін на всіх рівнях організації.

Загалом, цифрова трансформація є невід’ємною частиною успішного ведення бізнесу в сучасну епоху. Компанії, які ухвалюють цифрові інновації та змінюють свої бізнес-моделі відповідно до потреб ринку, матимуть значну конкурентну перевагу.

Список використаних джерел:

1. Оцифровування бізнесу: як малі та середні компанії можуть отримати вигоду від цифрової трансформації? - office31.co.uk. Office31.pl. URL: <https://biuro31.pl/uk/цифровий-бізнес-як-малі-та-середні-ком/> (дата звернення: 10.04.2024).

2. Що таке цифрова трансформація бізнесу в Україні?. sion-ip.com. URL: <https://sion-ip.com/uk/blog/tsyfrova-transformatsiia-biznesu/> (дата звернення: 16.04.2024).

*Яблонь В.Д.,
здобувач вищої освіти третього рівня (доктор філософії)
(Науковий керівник: д.е.н., професор Барна М.Ю.)
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів*

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Державне регулювання туристичного комплексу дозволяє, з одного боку, максимізувати процеси поступу цієї галузі / сектора економіки (реалізації потенціалу), включно з такими позитивними результатами, як збільшення податкових поступлень, здійснення інвестицій в економіку, розвиток і модернізація інфраструктури, створення робочих місць і забезпечення зайнятостю та самозайнятстю значної частини населення, формування доходів населення та розширення місткості внутрішнього ринку, стимулювання активізації суміжних видів економічної діяльності та галузей національної економіки, однак, з іншого боку, – послабити та/чи усунути прояви, тенденції, які тут генеруються та можуть слугувати загрозами для сталого зростання країни, її територій, суспільства.

Окрім того, регулювання господарської діяльності загалом та в туристичному бізнесі зокрема дозволяє покращувати економіко-правове середовище бізнесу й регуляторний клімат, стимулюючи таким чином активізацію приватного, особливо малого, бізнесу та зростання його економічної ефективності, стимулювати соціально відповідальну поведінку суб'єктів господарювання, кращою мірою й у більших обсягах задовольняти потреби населення у відпочинку, рекреації та оздоровленні, популяризувати позитивний імідж гостинної, комфортної й безпечної країни і т. п. З огляду на зазначене, питання вдосконалення й подальшого розвитку теоретико-методичних засад регулювання туристичного комплексу набувають особливо вагомий значимості, у т. ч. в умовах війни (задоволення потреб у туристичних послугах в межах внутрішнього туризму, збереження робочих місць, зайнятості та доходів населення, підтримка місцевого економічного розвитку та поступлень до бюджетів) та на етапі повоєнної відбудови.

Відносно державного регулювання туризму, то більшість з наведених в економічній літературі підходів до окреслення сутнісно-змістової характеристики цього поняття мають саме такий характер, диверсифікуючи головно напрями, сфери, а також оперативний інструментарій. Так, у публікації [1, с. 9] зазначається, що державне регулювання туризму являє собою процес, за допомогою якого спеціалізовані органи державної влади зі застосуванням відповідних форм, методів впливають на ринкове середовище і на суб'єктів галузі туризму з метою створення умов, які дозволяють регламентувати та контролювати господарську діяльність, пов'язану з туристичним бізнесом, досягати планових показників розвитку цієї галузі в системі національного господарства, а також забезпечувати збереження історичних пам'яток.

Аналогічна конструкція визначення, однак з певною специфікою функцій і завдань держави подається у [2, с. 7], коли до формування економіко-правових умов та середовища господарювання в сфері туризму додаються: регулювання туристичних потоків, покращення туристичної інфраструктури, формування ресурсного, зокрема кадрового та рекреаційного, забезпечення, задоволення потреб населення в прямих і пов'язаних з ними (санаторно-медичні, культурні, пізнавальні, спортивні тощо) туристичних послугах.

Позаяк, як впливає з результатів досліджень [3; 4, с. 92], концептуальне бачення змістової характеристики державного регулювання туризму у значній мірі залежить від рівня, з позиції якого така діяльність організовується або іншими словами хто є суб'єктом політики регулювання. Закономірно, що державне регулювання туристичного сектора має аналогічні закони та інструментальну ієрархію, водночас й специфіку як в складі і структурі, так і у функціях, завданнях й доцільності застосування регулюючих механізмів, інструментів, засобів й заходів.

Щодо механізмів державного регулювання в туризмі, то тут необхідне застосування комплексного механізму, що містить інституційну, фінансово-економічну та організаційну компоненти; тоді як провідними інструментами будуть розглядатися: (1) фінансові, (2) кредитно-інвестиційні, (3) державно-приватного партнерства, (4) економічні.

У частині виокремлення найбільш оптимальних та дієвих інструментів державного регулювання туристичного комплексу, то варто вести мову про наступні групи інструментів державної політики в аналізованій сфері, як: правові (ліцензування, стандартизація, сертифікація, зміни в правилах в'їзду / виїзду населення, перебування на території країни); економічні (фіскальне регулювання, бюджетне фінансування, державне замовлення, покращення інвестиційного клімату); соціальні (інструменти колективно-договірного регулювання та соціального діалогу, дотримання різного роду соціальних норм, правил); науково-освітні (стимулювання досліджень і розробок в сфері надання туристичних послуг, навчання кадрів та розвиток персоналу); інноваційні (стимулювання інноваційного розвитку туристичних підприємств, податкове стимулювання їх інвестиційно-інноваційної діяльності); пов'язані з організацією та побудовою управлінської системи (формування системи управління розвитком на всіх рівнях, модернізація загальної та безпосередньо туристичної інфраструктури, популяризація вітчизняних туристичних продуктів та дестинацій, ін.).

Список використаних джерел:

1. Козловський Є. В. Державне регулювання галузі туризму: становлення і розвиток в Україні : автореф. дис. к.держ.упр. К. : Національна академія державного управління при Президентові України, 2008. 19 с.
2. Давиденко Л. І. Державне регулювання туризму на обласному рівні : автореф. дис. к.держ.упр. Донецьк : ДДУУ, 2008. 19 с.
3. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л., Державне регулювання туристичної галузі України : Монографія. Х. : НУЦЗУ, 2016. 196 с.
4. Piyash O., Lupak R., Dzhadan I., Kolishenko R. Assessing structural components of investment and innovation provision of economic security in the basic types of economic activity. *Journal of Economy Culture and Society*, 2021. Iss. 63. P. 17-37.

ЗБУТОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО СИТУАЦІЇ НА РИНКУ КОМБІКОРМІВ УКРАЇНИ

Починаючи з 2015 року в Україні триває стабільне скорочення обсягів виробництва комбікормів.

Конкурентне середовище виробників кормів та концентратів на даний час є складним та перенасиченим пропозицією, зі значною часткою брудної конкуренції, підробок та контрафакту. Одним з найбрудніших порушень етики та самого принципу виробництва кормів є фальсифікація протеїнової складової. Визначення сирого протеїну в кормах зазвичай виконується методом К'ельдаля, а він має великий мінус. Метод К'ельдаля має широке поширення завдяки простоті виконання, доступності обладнання й реактивів. Завдяки цьому він успішно втілюється в автоматичних аналізаторах. Також цей метод має доволі високу точність, яка може бути додатково підвищена при використанні спектрофотометричного визначення замість титриметрії.

Цей спосіб має перевагу перед методом Дюма, оскільки дозволяє проводити визначення нітрогену при його низьких концентраціях, а також при малій кількості речовини. Проте, він має свої обмеження: так, кількісно визначити нітроген можна лише для амінів та їхніх похідних. Інші нітрогеновмісні сполуки (головним чином, нітро-, нітросо- й діазосполуки) одним з продуктів реакції розкладання дають молекулярний азот, що призводить до заниження кінцевих результатів. Для запобігання цьому проводять попереднє відновлення речовин за допомогою цинкового пилу в кислоті, сірки, порошкоподібної міді, хлориду $TiCl_3$ тощо.

Визначення істинного протеїну за Барнштейном – це дорогий та тривалий аналіз, який проводиться, на жаль, дуже рідко. А експрес-аналізатори та метод К'ельдаля багато виробників фальсифікують, додаючи до продукту нітрогенові сполуки, найчастіше – сечовину, яка до протеїнів взагалі не має жодного стосунку. Якщо корм для птиці має запах ароматизатора, то з вірогідністю 99% у ньому для фальсифікування протеїну додана сечовина або інший нітрат. Крім того, що такий корм не дає достатньо поживних речовин для тварини, він ще й несе загрозу, бо споживання нітратів є шкідливим для системи травлення. Виробники кормів часто не дотримуються рецептів та технології виготовлення, пересушують корм для більшого терміну придатності, а ще й додають туди завідомо неістинні речі. Тому довіра до виробників комбікорму в Україні досить низька і люди дуже неохоче купують продукцію нових, невідомих їм торгових марок. Адже навіть відомі та перевірені часом виробники часто грішать недотриманням ДСТУ та втратою якості, яка для виробника птиці або тварин перетворюється на справжню катастрофу – хвороби та передчасну загибель тварин.

На території Кіровоградської області немає промислового виробника кормів та концентратів, тому тут поширені та продаються товари інших виробників, які знаходяться на прилеглих територіях. Взагалі, враховуючи досить низьку вартість одиниці ваги продукції, логістична складова є вирішальною у конкурентоспроможності кормів. Везти продукцію на відстань більше 150 кілометрів – економічно недоцільно, тому що там неможливо буде конкурувати за ціною з місцевим виробником.

Але з цього правила є виключення. Наприклад, корпорація «Нестле» є виробником кормів для тварин «Пуріна», PURINA, яка випускає найширший спектр кормів для тварин як домашніх, так і свійських, птиці. Також є лінійка професійних кормів для елітних тварин з найкращими генетичними даними, для найвищої конверсії у живу вагу. Також дуже сильна позиція у торгової марки Cehave Korm – «Цехаве», яка спеціалізується на кормах для свиней. Ці дві торгові марки мають багато десятиліть існування та розвитку, і займають топові місця на ринку України, не зважаючи на свою вартість. Зайвим буде казати, що якість цих кормів залишається незмінною без залежності від місця виробництва та продажу.

Компанія ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР» ставить перед собою амбітні цілі – зрівнятися за популярністю своєї торгової марки «Grassland» в Україні з цими гігантами, а за ціною та якістю – конкурувати з ними.

Але зараз для виходу на місцевий та український ринок треба буде конкурувати з виробниками, які географічно розташовані поруч з нашою областю, та завозять свій товар для реалізації на потенційно нашій території, в радіусі 150 км від заводу виробника. Також сюди потрапляють міста Черкаси, Кременчук та Кривий ріг.

Щоб убезпечити себе від недоброякісної продукції виробників кормів, а також для отримання максимального прибутку, більшість крупних та навіть середніх виробників тварин та птиці перейшли або переходять на власне виробництво кормів. Тому, з позиції розвитку бізнесу, вони є цікавими лише як споживачі преміксів та блендів, тобто це робота на дальню перспективу, адже перехід на нові премікси для підприємств із відпрацьованою системою виробництва є досить ризиковим. Тож, у стратегічному плані метою є продажі для середніх та малих господарств, а також приватних сільських господарств та домоволодінь. На жаль, культура вирощування тварин та птиці в таких господарствах є досить низькою, великі ризики інфекційних захворювань та втрат від помилок при утриманні. Зазвичай, винним у хворобі або смерті сільськогосподарських тварин власник називає виробника кормів, тому на початковому етапі треба дуже уважно підтримувати зворотній зв'язок з кінцевими споживачами, з метою недопущення створення негативного образу торгової марки. Ветеринарна підтримка та безкоштовні консультації – ось що має бути застосовано на цьому етапі.

Для того, щоб донести свій товар до кінцевих споживачів, треба вибудувати канали продажів таким чином, щоб вони не заважали один одному, щоб для кінцевого споживача не було великої різниці (не більше 5%), за яким з каналів до нього потрапив продукт. Тож розглянемо ці канали продажів.

Перший – прямі продажі (B2C). Будь-який клієнт повинен мати можливість отримати товар у мінімальній кількості, якщо він готовий заплатити за нього роздрібну ціну. Для цього найкраще підходить інтернет-магазин. Він розташований на сайті, де крім цього, є багато корисної інформації для кінцевих споживачів.

Вартість у ньому зазначена без доставки; доставка пропонується поки що Новою поштою або самовивозом, оплата пропонується або на картковий рахунок Приватбанку, або при отриманні Новою поштою. Вартість вказана на 25% відсотків вище, ніж для інших каналів збуту, що дає можливість досить просто розрахувати знижку для дилерів та оптовиків – 20% (+25% = –20%). Ця вартість, яка вказана на сайті, є швидше індикативною, так званою рекомендованою роздрібною ціною. І нехай через цей канал продаватись буде незначна кількість товару, але в інформаційному плані він робить головне – встановлює правила гри, за якими підприємство буде взаємодіяти зі своїми клієнтами, як кінцевими, так і корпоративними. Вартість розробки та підтримки сайту, а також супроводження інтернет-продажів, є незначною порівняно з іншими витратами, але розкрутка сайту та його просування в пошукових та соціальних мережах є важливим фактором маркетингового просування, без якого про будь-яку розкрутку торгової марки взагалі говорити не варто.

Другий канал, найважливіший на першому етапі просування – ветеринарні аптеки та оптові продавці на ринках. Для створення позитивного образу торгової марки та в умовах обмеженого бюджету, в якості реклами товару краще за все виступає сам товар, розташований у торгових точках на видному місці, з високою лояльністю продавців. Так вийшло, що входити на ринок кормів та концентратів ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР» почав наприкінці сезону, коли хвиля сезонного спаду продовжує знижуватись, і на ринок так само впливають інші негативні фактори, які були наведені вище. Але, знаючи про падіння ринку, можна не очікувати від конкурентів якоїсь серйозної протидії, і це є найкращим моментом, щоб ознайомитися з практикуючими ветеринарними лікарями, налагодити з ними контакт, та почати вибудовувати ділові стосунки з тими, хто займається ветеринарними аптеками та торгівлею кормами/концентратами. На жаль, тут потрібні досить значні вкладення, адже треба зустрічатися особисто з ветеринарами та власниками бізнесу. Робота торгового представника оплачується доволі дорого, а також треба врахувати вартість пального для авто та амортизації. Для початку продажів бажано в кожній торговій точці розмістити по дві одиниці продукції кожного виду.

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ**

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Матеріали II всеукраїнської науково-практичної конференції

16 травня 2024 р.

Науковий редактор – Зайченко В.В.

Технічний редактор – Сисоліна Н.П.

Комп'ютерний набір і верстка – Онищук О.В.

Дизайнер обкладинки – Чумаченко О.С.