

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ОЛЕСЯ ГОНЧАРА
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-
АДМІНІСТРУВАННЯ**

29 квітня 2021 р.

«Пономаренко»
Черкаси – 2021 р.

УДК 658.012.32 (063)

С 91

Матеріали збірника друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори.

Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування: Збірник тез доповідей V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 29 квітня 2021 р.). – Черкаси, Черкаський державний технологічний університет. Видавець Пономаренко Р.В., 2021. – 148 с.

Організаційний комітет конференції:

Григор Олег Олександрович	д. політ. н., доц., ректор Черкаського державного технологічного університету
Демиденко Віктор Вячеславович	к. е. н., доц., декан факультету економіки та управління Черкаського державного технологічного університету
Гринько Тетяна Валеріївна	д. е. н., проф., декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Почтовюк Андрій Борисович	д. е. н., проф., декан факультету економіки та управління Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
Горохова ЛюдмилаПетрівна	директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес освіти
Фінагіна Олеся Валентинівна	д. е. н., проф., завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Манн Руслан Володимирович	д. е. н., проф., завідувач кафедри економіки та управління Черкаського державного технологічного університету
Захарова Оксана Володимирівна	д. е. н., проф., професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Проданова Лариса Василівна	д. е. н., проф., професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Буряк Євген Вікторович	д. е. н., доц., професор кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
Зінченко Ольга Анатоліївна	д. е. н., доц., професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Панкова Людмила Іллівна	д. е. н., доц., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Якушев Олександр Володимирович	к. е. н., доц., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 Проблеми і перспективи розвитку менеджменту та бізнес-адміністрування: теорія і практика	7
<i>Григор О.О.</i> СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ: ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	8
<i>Гаврилюк О.В.</i> ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В БІЗНЕСІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	10
<i>Дорожкіна Г.М., Нагорна Ю.А.</i> ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА ПАСАЖИРСЬКИХ ВАГОНІВ	13
<i>Плаксюк О.А., Драган О.В.</i> АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ	15
<i>Різніченко Л.В., Семеніхіна В.В.</i> НАВЧАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ	18
<i>Яценко Р.О., Панкова Л.І.</i> УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	20
СЕКЦІЯ 2 Теорія і практика управління соціально-економічним розвитком: підприємство, регіон, країна	23
<i>Фінагіна О.В., Горохова Л.П.</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	24
<i>Калашник О.В., Захарова О.В.</i> ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ SWOT-АНАЛІЗУ, ЯК ЧИННИК ДОСЯГНЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	26
<i>Коваленко Ю.О.</i> ПІДХОДИ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	30
<i>Мартінович П.Г., Манн Р.В.</i> МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД	32
<i>Павловська А.С., Позняковський В.М., Довгун Я.О.</i> ІННОВАЦІЇ ТА ОСВІТА ЯК ЛОКОМОТИВ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	34
<i>Вишневіська А.О.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	37

ТА СВІТУ	
<i>Demydenko V., Rudenko O.</i>	
AGRICULTURE OF THE CHERKASY REGION: PROSPECTS OF THE INNOVATION IN TERMS OF MODERN CRISIS	41
<i>Павловська А.С., Поліщук Д.О., Оніщенко В.О.</i>	
АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: ПРИНЦИПИ ПІДТРИМКИ МСБ	43
<i>Білик А.В.</i>	
МОНІТОРИНГ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	45
<i>Проданова Л.В., Недошовенко Ю.С.</i>	
ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ФОРСАЙТ-ПРОЦЕСУ	48
<i>Різник С.В., Шпильовий Є.О.</i>	
СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ ЯК ТРИГЕР РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ	51
<i>Sapelnikova N., Zhuravel B.</i>	
MANIFESTATION OF THE CRISIS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE: ASSESSMENT AND PROSPECTS	53
<i>Жажина К.А., Подлужна Н.О.</i>	
ПОПИТ НА ТОРГІВЛЮ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ В ПЕРІОД COVID-19	56
<i>Васілевська В.С., Харитоновна В.Ю.</i>	
КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	58
<i>Зелена М.І.</i>	
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА - ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ	60
<i>Зозуля Т.В., Дорошко В.І., Руденко О.А.</i>	
СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА: ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	62
<i>Панова В.С., Козак А.С., Руденко О.А.</i>	
АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ COVID-19	64
<i>Попович Н.І., Сакун Л.М.</i>	
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	67
<i>Мальований Я.В., Руденко О.А.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ	69
<i>Сергата М.М., Трояновський В.Є.</i>	
ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	72
<i>Фоміна О.О.</i>	
НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЙНИМИ ДІЯННЯМИ	74

<i>Якушев О.В., Артёмов Д.Ю.</i> ВПЛИВ УРБАНІЗАЦІЇ НА ПРОЦЕСИ ПОБУДОВИ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ В РЕГІОНІ	77
<i>Хижняк І.О., Олійник В.Ю., Кулик Л.А.</i> СОЦІОКУЛЬТУРНА СКЛАДОВА ВІТЧИЗНЯНОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ	80
СЕКЦІЯ 3 Перспективи розвитку аграрного менеджменту	82
<i>Король І.В., Сергієнко О.А.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	83
<i>Харченко В.А.</i> СПОСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ АГРОПІДПРИЄМСТВ	85
<i>Бітюк І.М., Подухайло Т.А.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	87
<i>Khoroshun Y.</i> STATE REGULATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE	89
<i>Якушев О.В., Якушева О.В., Дмитренко Б.В.</i> УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	93
<i>Сергієнко О.А., Король І.В.</i> ПРОБЛЕМИ АГРОМАРКЕТИНГУ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	97
СЕКЦІЯ 4 Новітні підходи до управління інноваційними та інвестиційними процесами	99
<i>Рубан Б.В., Хоменко М.М.</i> УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	100
<i>Барбанова І.С., Захарова О.В.</i> ГРУПУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	102
<i>Марченко О.</i> ІННОВАЦІЇ ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	104
<i>Волянська-Савчук Л.В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	106
<i>Панкова Л.І., Абакумова К.Л.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО В РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	109

СЕКЦІЯ 5 Сучасні технології бізнес-освіти та управління знаннями	112
<i>Зінченко О.А.</i>	
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ В РЕАЛІЯХ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	113
<i>Назаренко Ю.О.</i>	
РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НОСІЇВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ	115
<i>Загоруйко І.О.</i>	
СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ШОК ПАНДЕМІЇ COVID-19	118
<i>Козаченко М.В., Сіренко Ю.І.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ В ЗВО	123
СЕКЦІЯ 6 Пріоритети розвитку менеджменту сфери послуг	126
<i>Дубіновський Д.В.</i>	
МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	127
<i>Шерстюкова К.Ю., Кононенко О.В.</i>	
МІСЦЕ І РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	130
СЕКЦІЯ 7 Кластерна економіка: теорія і практика управління	133
<i>Панкова Л.І., Мартінович В.Г.</i>	
ІНТЕГРАЦІЯ ПІДХОДІВ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	134
<i>Фінагіна О.В., Почтовюк А.Б.</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗНАНЬ УКРАЇНСЬКОЇ РЕГІОНАЛІСТИКИ	136
<i>Марченко Л.Н., Юзвенко Я.С.</i>	
СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА	139
<i>Буряк М.Є., Буряк Є.В.</i>	
СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМИ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	142
<i>Буряк Є.В., Мильніченко С.М.</i>	
ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ	144

СЕКЦІЯ 1

**Проблеми і перспективи розвитку менеджменту та
бізнес-адміністрування: теорія і практика**

УДК 338.1

Григор О.О.,
доктор політичних наук, доцент,
Ректор Черкаського державного технологічного університету,
м. Черкаси

СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ: ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Світові тенденції розвитку сучасного менеджменту, прискорена трансформація міжнародних ринків та провідних економік характеризують збільшення уваги та необхідність вивчення, наукового обґрунтування управлінських процесів і технологій, що сприяють змінам, які відповідають сучасним потребам суспільного прогресу. Вплив економічної та соціальної кризи викликані пандемією COVID-19 є настільки потужним, що в межах окремих країн, регіонів виокремлюють стани порушення економічної безпеки відтворення господарських комплексів.

Економіка України починає поступово відновлюватися за умов подальших карантинних обмежень, проявів економічної та соціальної кризи, непередбачуваних витрат на боротьбу з пандемією COVID-19. В Україні експерти, представники провідного менеджменту та бізнесу наголошують на певних передумовах та проявах стабілізації стану економіки, суспільного очікування позитивних зрушень в нинішньому 2021 році. Зростання економіки є не просто бажаним та довгоочікуваним, а й об'єктивним процесом реформування галузей, обмеження дій монополії та олігополії, виникнення дійсно професійної уваги до національного виробника, малого та середнього бізнесу, зростання попиту на українські товари на світових ринках. Негативні та позитивні прояви дії кризи поки постають мало вивченими, потребують свого ретельного дослідження та оцінки з позиції соціальних та економічних інтересів держави, бізнесу, населення.

Так, за оцінкою компанії «Goldman Sachs», ВВП України за підсумками 2021 р. може зрости проти 2020 р. на 5,7 %, за оцінкою Кабінету Міністрів України, таке зростання українського ВВП може становити 4,6 %, за оцінкою НБУ, відповідно – 4,2 %, за оцінкою Bank of America – 4,5 %, за оцінкою компанії «Dragon Capital» – 4,5 %, а за оцінкою МВФ – 3,0 % [1, с. 184].

За даними останнього прогнозу Національного банку України, оприлюдненого 21 січня 2021 року, «у 2021 році економіка майже надолужить втрати від коронакризи – ВВП України зросте на 4,2 % [2]. Цьому сприятиме низка чинників: по-перше, подальше збільшення реальних доходів громадян підтримуватиме стійкий внутрішній попит; по-друге, зменшення невизначеності щодо розвитку пандемії вплине на відновлення інвестиційної активності. У 2022–2023 рр. економіка продовжить зростати стійкими темпами на рівні близько 4 %» [3].

Новими стимулами та трендами розвитку економіки України стають – внутрішній попит та внутрішнє споживання, міжрегіональний туризм, нарощення імпорту продукції (в першу чергу секторів АПК, фармацевтичного бізнесу та ІТ-сфери), за прогнозами фахівців слід очікувати стабілізації на ринку праці та поступового скорочення рівня безробіття, зменшення відтоку працездатного населення за кордон.

Відновлення після пандемії COVID-19 слід очікувати й в системі освіти, у вигляді нових трендів поширення дистанційної освіти, нарощення потенціалу інформатизації та діджиталізації, опанування новітніх технологій оцифрування знань та відповідних моделей управління знаннями. Такий рух української освіти слід визнавати перспективним та прогресивним з позиції відповідності суспільному прогресу, трендам розвитку світового освітнього простору, якості інформаційної діяльності та її подальшої мультикультурності. Напрацювання системи знань науки та освіти країни постає обов'язковою передумовою та тригером майбутніх змін, досвід та його публічне обговорення в форматі платформ конференцій, круглих столів, симпозіумів забезпечує інформаційну прозорість реформ та заходів політики.

Розуміння сучасної економічної та соціальної проблематики комплексного розвитку нашої країни потребує нагального вирішення великої кількості завдань, стратегічних викликів інноваційного та інвестиційного характеру із урахуванням викликів сьогодення. Розуміння складності наукової проблематики, її актуальність та потреба в практичній реалізації підтверджені організаторами та учасниками наукового заходу, до участі у якому ми всі долучились. Особливої уваги заслуговують молоді науковці, аспіранти та докторанти університетів України, що представлені своїми здобутками та напрацюваннями в питаннях регулювання національної, світової, регіональної економік, що повинно об'єднувати фахівців, надавати векторів зусиллям в розробці національної політики та стратегічних планів галузей та корпорацій.

Ректорат та колектив ЧДТУ вітає учасників конференції та бажає творчої наснаги, успіхів, а найголовніше – нових здобутків!!!

Література:

1. Мир в 2021. Спецпроект журн. «Новое время страны».
2. Кулицький С. Економіка України у 2021 р.: минулорічна спадщина та оцінки перспектив розвитку. URL : http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=5080:vitchiznyana-ekonomika-pidsumki-2020-roku-ta-perspektivi-rozvitku-2&catid=64&Itemid=376.
3. Виступ Голови Національного банку Кирила Шевченка під час пресбрифінгу щодо рішень з монетарної політики. URL : <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovi-natsionalnogo-banku-kirila-shevchenka-pid-chas-presbrifingu-schodo-rishen-z-monetarnoyi-politiki-10672>.

УДК: 33.339.9:338.4

Гаврилюк О.В.,
д.е.н., професор, професор кафедри готельно-ресторанної
справи та туризму,
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова,
м. Черкаси

ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В БІЗНЕСІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Теорія і практика менеджменту та адміністрування бізнес-процесів неухильно збагачуються та вдосконалюються за рахунок появи і використання нових інформаційно-комунікаційних технологій. До них належать і технології віртуальної реальності (VR), які дедалі сильніше привертають увагу педагогічних і медичних фахівців, інвесторів, ріелторів, забудовників, туристичних суб'єктів і торговельних мереж. Високий попит і можливості отримання прибутку породжують пропозицію, в результаті чого на ринку з'являються компанії, які пропонують/забезпечують вирішення комплексу проблем і оптимізацію взаємодії з клієнтами. Багато виробничих і сервісних структур і торговельних центрів використовують VR для демонстрації своїх товарів і підвищення рівня обслуговування. Віртуальні виставкові кімнати вже перетворилися з абстрактної концепції на реальність. Усе це підтвердило головні тези монографії Дж.Лайновеса (США) «Проектування на платформах віртуальної реальності» (2015 р.) [1], третє доповнене видання якої було випущено у 2020 р.

VR-технології допомагають заощадити зусилля і час. Презентація дорогої нерухомості, що перебуває на етапі будівництва, часто передбачає показ макета або копії будинку, створення яких потребує певних термінів і коштів. Але клієнт не спроможний уявити достовірної картини, дивлячись лише на креслення та плани кімнат, а VR дозволяє продемонструвати будь-який об'єкт із будь-якого агентства у будь-який час. До того ж клієнти віддають перевагу перегляду одразу декількох об'єктів, позаяк не мають часу та бажання їздити від одного будинку до іншого. Всі ці проблеми вирішує VR, коли за допомогою спеціальної апаратури об'єкти (в т. ч. у передмісті) можна переглянути без необхідності відвідування кожного окремо. За рахунок інтерактивної презентації ріелтером незавершеної будівлі клієнт отримує можливість практично повноцінного її огляду – таким чином відбувається об'єднання віртуальної реальності з ріелторським бізнесом. Розвиток ріелторського бізнесу за допомогою VR вже став частиною корпоративної стратегії багатьох компаній, а віртуальну реальність віднесено до головних пріоритетів розвитку, оскільки відбулося усвідомлення її потенційних перспектив.

Використання VR-технологій сприяє налагодженню більш дієвого спілкування між покупцями та ріелторами і укладенню угоди у стислі терміни.

Для менеджерів із продажу це складає найкращий варіант, адже чим більше часу вони витратять на одного клієнта, тим важче їм буде виконати цілі по продажам. Дана стратегія повністю придатна й для туристичного бізнесу. Презентації туроператорами готелів та місць розміщення часто подаються у занадто прикрашеному вигляді, невеличкий басейн можна представити великим за розмірами, фотошоп дозволяє приховати негарзди у помешканнях, ресторанах, пляжах і т.д. Застосування ж VR-технологій забезпечує максимально достовірне відображення реальної дійсності.

VR-технології також можна ідентифікувати як шопінг нового покоління. Втім наразі створення та поширення VR-контенту обходиться дуже дорого і далеко не всі бажаючі можуть таким чином представити свої товари. В той же час витрати на створення VR-контенту неухильно знижуються, вартість високоякісної камери з оглядом у 360 градусів ще три роки тому складала приблизно 20 тис. дол, наразі сумірної якості камера коштує менше 1 тис дол. Здешевлення витрат дає можливість VR-компаніям диверсифікувати надання послуг. Все ж широкомасштабне купування за допомогою VR-реальності не стане швидкодоступним, значно скоріше магазини додадуть VR у формулу роздрібною торгівлі.

Масовий інтерес до відеоігор детермінував різкий попит на гарнітуру, окуляри та шоломи віртуальної реальності, а також появу спеціалізованих фірм. Так, компанія DPVR (Китай) належить до постачальників віртуального обладнання, в її модельному ряді – шоломи та окуляри VR і спеціалізовані платформи для тривимірного VR-контенту. Завдяки об'єднанню ресурсів у сфері телебачення, розважальної сфери та віртуальної реальності компанія спромоглася добитися інтеграції обладнання і контенту.

До 2016 р. технології VR використовувалися здебільшого у сфері будівництва інфраструктури, але через брак інтересу та контенту напрям великого розвитку не отримав і фокус розвитку спрямувався на відео- та розважальну сферу. VR-трансляцію гала-концерту на честь свята весни у Китаї в 2017 р. мав можливість дивитися будь-який володар спеціальних окулярів.

VR є новим відеоформатом і кардинально трансформує сферу кінематографа і розваг. Раніше контент і взаємодія з користувачами у цій сфері організувалися у двомірній формі, VR же дозволяє створити тривимірний світ. Подібний стрибок у викладенні та медіапрезентації є напрочуд важливим не лише для розважальної індустрії, а й для ЗМІ у цілому. VR пропонує альтернативу, яка дозволяє більш ефективно доносити інформацію: Інтернет створює зв'язки та контент, а VR підвищує їх якість і гарантує оптимізацію постачання кінцевим глядачам і слухачам. Наразі VR-контент доступний для перегляду за допомогою смартфонів і спеціальних гарнітур. Але розвиток індустрії закономірно детермінує появу нових видів контенту, через що можливостей смартфонів для відображення VR у повній мірі та якості вже не

вистачатиме. Найближчим часом проблему буде вирішено за рахунок диверсифікації контенту.

Наразі лідером сфери розвитку VR є Китай, де працює найбільша кількість VR-компаній, через що закономірно найбільшого поширення VR-бізнес набуде даній країні, звідки екстраполюється на решту світу. З отриманням можливості практично кожного бажаючого придбати VR-камеру можна прогнозувати появу великої кількості режисерів-аматорів, які будуть експериментувати з відеотехнологіями і публікувати відео на Ютубі. Це матиме мультиплікаційний ефект і поступово дійде до кіношкіл, кіностудій і продюсерів, що в свою чергу генеруватиме велику кількість цікавих трансформацій.

Ринок VR стрімко розвивається і наразі характеризується відсутністю стандартів і єдиного магазину програмних додатків, через що купування програмного продукту для певного пристрою не дає можливості його використання на іншому. Найближчим часом очікується швидка консолідація сфери і поява перших стандартів.

Слід акцентувати увагу, що VR у повній мірі не справила сподівань інвесторів. Ще в 2017 р. очікувалися феноменальні темпи зростання, позаяк швидкість розповсюдження смартфонів помилково примірялася на сферу VR. Було, зокрема, упущено небажання користувачів носити VR-шоломи вдома (не стосується професійних геймерів), внаслідок чого VR розвивається не в тих напрямках, які очікувалися аналітиками. Тому попередні параметри, за якими оцінювалася прибутковість інвестицій, більше не спрацьовують. Виходячи з цього, інвесторам слід розробити більш гнучкий підхід щодо використання VR-технології: вдома, у професійному середовищі або в кінотеатрі.

У 2020 р. глобальний ринок VR оцінювався у 17,25 млрд дол. США і, згідно прогнозів, досягне 184,66 млрд дол. (понад десятикратна динаміка) у 2026 р. [2]; згідно інших даних – 15,81 млрд дол. і збільшиться на 18% у 2021 р. [3]. У перспективі віртуальна реальність приносить великі прибутки і поза всяким сумнівом отримає бурхливого розповсюдження. Достеменно доволі важко спрогнозувати в якому стані найближчим часом перебуватиме VR-ринок, але аксіоматично, що технології VR з'явилися задля використання і поширення.

Література:

1. Linowes J. Unity Virtual Reality Projects. Packt Publishing 2015 288 p.
2. VIRTUAL REALITY (VR) MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021 - 2026). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/virtual-reality-market>
3. Virtual Reality Market Size, Share & Trends. Analysis Report By Technology (Semi & Fully Immersive, Non-immersive), By Device (HMD, GTD), By Component (Hardware, Software), By Application, And Segment Forecasts, 2021-2028. Mar, 2021. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/virtual-reality-vr-market>

УДК 658.256.008

Дорожкіна Г.М.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук
Нагорна Ю.А.,
здобувач освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук

ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА ПАСАЖИРСЬКИХ ВАГОНІВ

Організація процесу забезпечення, особливо при виробництві нової продукції, має виключне значення для ефективної роботи підприємств в умовах гострої конкуренції. Раціональна організація закупок – провідний фактор зниження витрат. Забезпечення виробництва повинно здійснюватися своєчасно і з мінімальними витратами. За логістичного підходу до управління матеріальними потоками від постачальника через виробника і до споживача, в тому числі на еколого-економічних засадах, необхідно вибрати: процедуру прийняття і обробки вантажу, раціональну систему складування за доцільності її створення, оптимальну систему управління запасами. Для підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення виробництва пасажирських вагонів, необхідно дослідити проблему скорочення різноманітності систем запасів з урахуванням відхилень строків поставок у відповідності з підходом «точно в термін». Збільшення питомої частки виробничих запасів може свідчити як про розширення масштабів діяльності підприємства, так і неефективне управління запасами. В останньому випадку значна частина капіталу заморожується на тривалий час в запасах і, як результат, уповільнюється їх оборотність. Одночасно з цим необхідно вирішувати проблеми ліквідності, псування сировини та матеріалів, збільшення складських витрат, що негативно впливає на рентабельність виробництва. Розрахунок впливу кількісного (К) і вартісного (Ц) факторів на зміну суми запасів (З) по кожному їх виду здійснюється способом абсолютних різниць на початок (K_1) і кінець (K_0) періоду: $\Delta Z_k = (K_1 - K_0) Ц_0$; $\Delta Z_c = K_1 (Ц_1 - Ц_0)$.

Період оборотності капіталу в запасах (Π_3) сировини та матеріалів, час зберігання їх на складі від моменту надходження до передачі у виробництво, визначається як: $\Pi_3 = \text{Середнє сальдо по рахункам запасів} \times \text{дні періоду} / \text{Витрачені запаси за звітний період}$. Уповільнення оборотності капіталу в запасах спеціалістами визначається як за рахунок накопичення надлишкових, неходових, залежалих матеріалів, так і в результаті купівлі додаткових запасів з причини очікуваного зростання темпів інфляції та дефіциту. Тривалість перебування капіталу в готовій продукції ($T_{гп}$), час зберігання готової продукції

на складах з моменту знаходження із виробництва до відвантаження покупцям, визначається наступним чином: $T_{гп} = \text{Середнє сальдо по рахунку «Готова продукція»} \times \text{дні періоду} / \text{Сума кредитового обороту по рахунку «Готова продукція»}$.

Для аналізу складу, тривалості та причин утворення понаднормативних залишків готової продукції з кожного її виду дослідники пропонують користуватися даними аналітичного і складського обліку, інвентаризації та оперативних зведень відділу збуту, служби маркетингу [1]. Тривалість виробничого циклу ($T_{вц}$), час виробництва продукції, визначається як: $T_{вц} = \text{Середні залишки незавершеного виробництва} \times \text{дні періоду} / \text{Собівартість випущеної продукції в звітному періоді}$. Скорочення виробничого циклу пропонують здійснювати за врахування факторів інтенсивності, технології, організації виробництва, матеріально-технічного забезпечення та інших.

Питання раціоналізації систем забезпечення та практичної реалізації методик прогнозних оцінок щодо конкретних параметрів виробничих процесів недостатньо опрацьовані і вимагають додаткових досліджень особливо для умов роботи вітчизняних підприємств. Обґрунтованість інвестиційних планів підприємства визначається, перш за все, ступенем забезпеченості сировиною, матеріалами та комплектуючими [2, 3]. При вирішенні проблем ефективного управління матеріально-технічним забезпеченням сукупність засобів праці, які утворюють структурні ланцюжки, доцільно перетворювати в кінцевому підсумку в раціональну систему формування заявок на матеріальні ресурси. Особливо гострими є питання забезпечення матеріалами та комплектуючими виробництва сучасних вітчизняних пасажирських вагонів, які раніше в Україні не будувалися. Стохастичний процес поставки широкої номенклатури ресурсів, наприклад матеріалів внутрішнього оздоблення у ПАТ «Крюковський вагонобудівний завод» як виробника широкої номенклатури пасажирських та вагонів метро, є найменш стабільним.

Перед колективом стоїть задача за високої ефективності, найкращих експлуатаційних характеристик, комфортабельності, в поєднанні з надійністю конструкції і якістю виготовлення, ідеально сприяти вирішенню проблем, що виникають при виконанні пасажирських перевезень з використанням купейних вагонів за прийняттого рівня їх внутрішнього оздоблення. Для задоволення зростаючих потреб споживачів виробники пропонують модифікації пасажирських купейних вагонів, в тому числі СВ та першого класу. Обробка статистичних даних показала, що продуктивність пасажирських купейних вагонів першого класу за місце для сидіння рівномірно розподіляється від 120 до 200 тис. грн. за одне місце. Для умов роботи товариства за нашою моделлю обґрунтовується оптимальний ряд випуску пасажирських купейних вагонів за замовленої кількості у відповідному році. Так, вартість виробництва пасажирського купейного вагона першого класу з кількістю місць для сидіння 45 складає $C_0 = 7945$ тис. грн. Для інших модифікацій нової машини вартість пропорційна продуктивності пасажирського купейного вагону. Витрати на розробку, випробування і постановку на виробництво нової моделі

пасажирського купейного вагону з продуктивністю 200 тис. грн. за одне місце дорівнює 80 000 тис. грн. Величина пропорційності виробництва модифікації пасажирського купейного вагона складає $a = 7945$ тис. грн. /45 місць = 176,5 грн./місце.

Література:

1. Монден Я. «Тойота», методи ефективного управління. Москва: Экономика, 2006. 289 с.
2. Гриньов Л. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 308 с.
3. Проблеми управління інноваційним розвитком у транзитивній економіці: монографія / за ред. С. М. Ілляшенко. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 582 с.

УДК 004

Плаксюк О.О.,

*кандидат економічних наук, доцент,
Інститут менеджменту USM в м. Трнава
Трнава, Словаччина*

Драган О.В.,

*здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,*

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

Початок 2020 року привніс у світові і національні процеси нові якості і характеристики. Коронавірусна криза, яка дійсно виявила глобальний характер, продемонструвала, яким може виявитися економічне, соціальне і суспільне, гуманітарне середовище (як кожної країни зокрема, так і світу загалом) в умовах запровадження різноманітних обмежень (як протидії розповсюдження пандемії) на економічні свободи та пересування людей як між країнами, так і всередині країн. Скорочення виробництва, торгівлі, товарообміну та міжнародного економічного співробітництва, заморожування, а подекуди навіть відмова від інвестування, втрата мільйонів робочих місць і зниження доходів, скорочення сукупного попиту (а відтак і пропозиції товарів і послуг), погіршення партнерства між країнами, послаблення людських контактів і довіри [1, с. 30-42]. Але не слід бачити лише негативні аспекти та прояви дії коронокризи. Відбуваються стрімкі зміни в людській діяльності, що пов'язані з переходом на стійкі інформаційні комунікації в форматі он-лайн, напрацювання цільових технологій обслуговування населення на платформах відкритих інформаційних баз банківської та освітньої систем, державної та регіональної влади, організацій культури та охорони здоров'я. Такі тенденції лише поширюються та набирають обертів з врахуванням управлінських ефектів – спрощення комунікацій, зниження вартості послуг, посилення інформаційної якості цільових продуктів. І світова спільнота стикається з питаннями визнання

універсальності та великої значущості інформаційної культури, як елементу сучасного менеджменту з вектором врахування новітніх цінностей – родини, роботи, культурних комунікації, досугу. Пандемія COVID-19 стала серйозним випробуванням не лише для українського суспільства, а й для всього людства. Під час карантину ми почали життя в зовсім нових умовах. Відбуваються зміни як на рівні психіки окремої особистості, так й на макросоціальному рівні [1, с. 45-50].

Майже з початку 2020 р. українська економіка опинилась у новій системі ризиків, пов'язаних із світовою економічною рецесією, що заклало підвалини сповільнення економічної динаміки. Раптова зупинка відчутної частки підприємств у різних сферах економічної діяльності суттєво погіршила становище в економіці. Протягом березня–квітня здійснювалися заходи щодо пом'якшення негативних наслідків карантину для української економіки й суспільства. Три «пакети» законодавчих змін передбачали податкову підтримку бізнесу. Передусім – податкові пільги для малого бізнесу та ФОП, послаблення регуляторного навантаження. А також додаткову підтримку працівникам, які втратили роботу, вразливим категоріям населення [2, с. 80-100].

Розвиток глобальної посткризової депресії відбуватиметься під дією чинників суттєвої реорганізації традиційних умов економічної діяльності, яка відбулася в умовах пандемії COVID-19: соціальне дистанціювання, підвищена увага до питань здоров'я, зменшення мобільності, значний рівень невизначеності, цифрові та технологічні трансформації, зміцнення ієрархій державного управління [2].

Ефектами коронакризи, які мають управлінсько-регіональний вимір, також є:

глибше скорочення промислового виробництва на підприємствах, орієнтованих на європейські ринки. підприємств, що працювали на внутрішній ринок, карантин торкнувся значно менше.

негативні ефекти від припинення малого прикордонного руху та звуження транскордонної співпраці у західних областях.

втрати регіонів/громад, які традиційно мали значний транзитний статус – від зменшення мобільності населення та перевезень.

втрати туристичних регіонів від відкладення початку курортного сезону та обмеження туристичних поїздок [3, с. 43-70].

Забезпечення бюджетної стійкості є одним з основних викликів, що постає перед державою в умовах коронакризи на тлі новосформованих зовнішніх шоків. Основні виклики у сфері забезпечення бюджетної стійкості будуть пов'язані із:

формуванням достатнього обсягу фінансових ресурсів для реалізації поставлених завдань в умовах кризових явищ, спричинених поширенням COVID-19 та призупиненням зростання світової економіки;

належним фінансуванням завершення основних реформ, які було розпочато в минулі роки – насамперед, освітньої та медичної;

необхідністю оптимізації бюджетних витрат, орієнтації витрат розвитку на проекти, які мають мультипликуючий ефект для економічного зростання; підвищенням якості макропрогнозів та впровадженням середньострокового бюджетного планування; недопущенням зростання рівня тінзації економіки; забезпеченням адекватної підтримки розвитку регіонів та громад; утриманням бюджетного дефіциту у прийнятному розмірі; належним обслуговуванням та планомірним погашенням державного боргу, оптимізацією нових запозичень [2, с. 10-33].

Наслідки карантинних обмежень та поширення економічної кризи суттєво погіршили стан та умови розвитку підприємницького сектору України. Саме основна втрата трудового потенціалу відбувається через карантинні заходи, а карантинні заходи спрацювали як чинники сповільнення поширення захворювання. Між тим, вони не могли не завдати значного негативного впливу на економіку країни.

Отже, можна зробити висновок, що стратегія виходу з коронакризи та досягнення протиепідемічної стійкості має бути спрямована на створення на рівні регіонів та громад України управлінських та економічних систем на основі новітніх інформаційних технологій, актуальних інформаційних продуктів на основі високих стандартів інформаційної культури спроможних запобігти поширенню епідемічних загроз, гарантувати стабільність і швидке відновлення господарської діяльності, забезпечити позитивну динаміку відтворення національних та регіональних ринків, системно захищати внутрішнього виробника, формувати позитивний імідж країни та її регіонів, стимулювати населення до позитивного спілкування на світовому інформаційному просторі.

Основними принципами інформаційної культури, як системи цінностей та норм поведінки населення повинні стати – інформаційна прозорість дій влади та бізнесу, довіра та висока культура спілкування в парадигмі відносин «влада-населення –бізнес», мультикультурність в міжнародному спілкуванні з елементами поваги та шани українській ідентичності, залучення високих цінностей української культури до масового глядача (концерти та вистави найкращих світових колективів, доступ до виставкових залів та музеїв).

Висока інформаційна культура, її відкритість та спрощений формат доступу повинні стати одночасно трендом бізнесу, іміджевою технологією, економічним та соціальним інтересом влади в форматі національної безпеки.

Література:

1. Зімовін О. І. Способи переживання тривоги в умовах пандемії covid-19. URL : https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/Static/dosvid_onl-sem_23-04-20_and_15-05-20_ncov19.pdf.
2. Україна після коронакризи – шлях одужання : наук. доп. / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, С. В. Ковалівська, О. О. Коломієць [та ін.]. Київ : НІСД, 2020. URL : https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-11/ukraina-pislya-koronakrizi_sait.pdf.
3. Яблонський В. Ринок праці на карантині: чим загрожує продовження обмежень. Українська правда. URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/28/659899/>.

УДК: 658:331.1

Різніченко Л.В.,
старший викладач кафедри менеджменту,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук
Семеніхіна В.В.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук

НАВЧАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Ефективність запровадження інновацій в будь-якій організації суттєво залежить від управлінського персоналу, який реалізовує стратегічну політику організації. Сучасний економічний стан світового ринку машинобудування вимагає застосування новітніх методів навчання та професійної діяльності на кожній ланці машинобудівного підприємства. Підвищення ефективності роботи управлінської персоналу передбачає розвиток його освітньої та спеціальної підготовки до професійної діяльності.

У наукових дослідженнях виокремлюються два вектора визначення підготовленості фахівця: один у вигляді переліку основних знань, умінь та навичок, другий – моделей професійної діяльності з визначеним набором інваріантних характеристик фахівця. Діагностика рівня професійної підготовленості спрямована на сформованість умінь вирішувати вже сформульовані задачі та використовувати різні алгоритми рішень [1, с. 95-96].

Головним проявом професіоналізму стає готовність до освоєння нового змісту професійної активності, що істотно змінює поведінку людини в тих проявах, які пов'язані з уміннями, навичками та сферою її можливостей. Професійна підготовка в освітній установі не здатна повною мірою забезпечити становлення професіонала [3]. Це пов'язано з тим, що його професійне становлення обмежується в освітній установі відносно коротким етапом адаптації у формі практики на підприємстві.

Можна стверджувати, що професійне становлення управлінського персоналу неможливе без навчання як у навчальному закладі, так і в процесі професійної підготовки на підприємстві [2]. Забезпечення необхідними для виконання завдань організації людськими ресурсами є тривалим процесом. Процес навчання, формування та професійного розвитку управлінських кадрів на машинобудівному підприємстві має такі визначні аспекти:

- зосередження уваги кожного управлінця і системи навчання в цілому на розвитку особистості;

- безперервність освіти, забезпечення зворотнього зв'язку (періодичне оцінювання професійно важливих якостей управлінського персоналу, результативності управлінської діяльності та ін.);
- навчання в професійній діяльності, наближення до реальної практики (ділові ситуації практичного спрямування, ділові ігри та ін.);
- охоплення системою формування управлінських кадрів усіх керівників машинобудівного підприємства, в тому числі й керівників вищої ланки (принцип психологічного каскаду);

Реалізація цих аспектів спрямована на формування в управлінського персоналу машинобудівного підприємства інтегральних здібностей і професійно важливих якостей.

Процес навчання персоналу має ряд особливостей. Основу цього процесу становлять два принципи:

Принцип 1. Навчання управлінського персоналу як система взаємопов'язаних компонентів: виявлення потреби у навчанні, планування навчання, розробка програм, забезпечення навчання, впровадження навчальної програми, оцінка ефективності навчання.

Принцип 2. Підпорядкованість навчання управлінського персоналу потребам машинобудівного підприємства. Цілі підприємства первинні і визначають напрямок навчання і професійного розвитку персоналу (рис. 1).

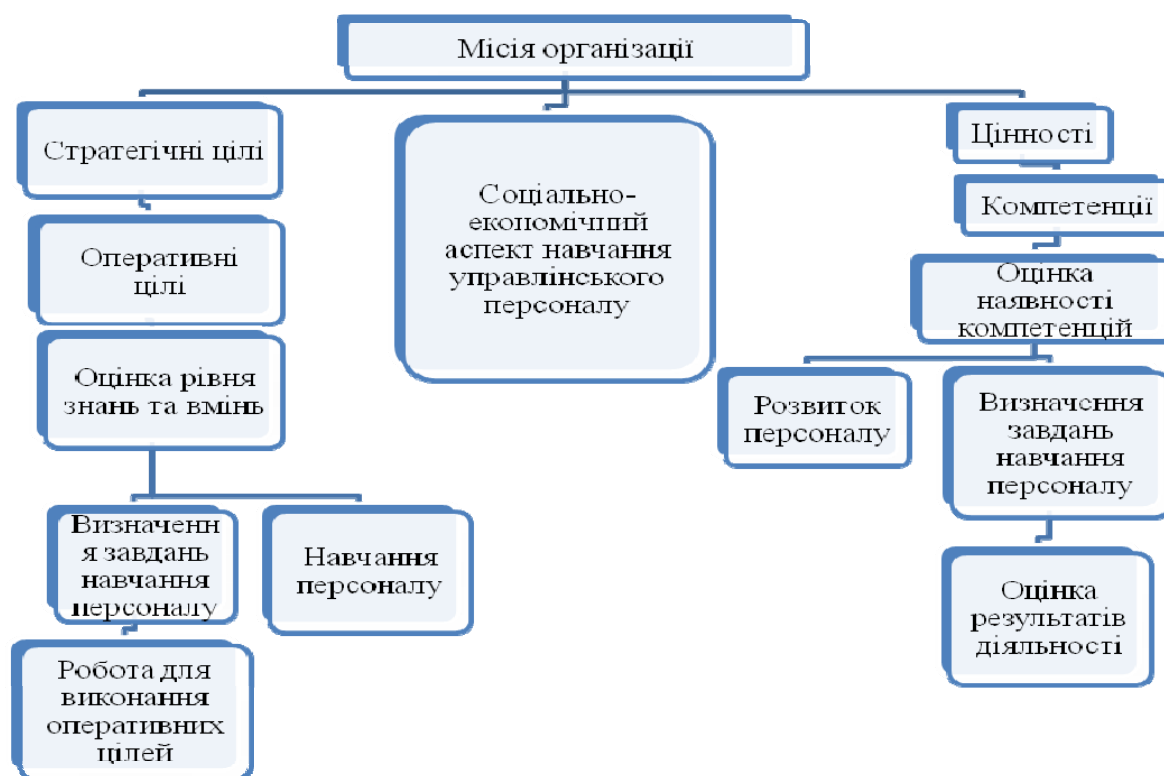


Рис. 1 Підпорядкованість навчання управлінського персоналу потребам організації

Таким чином, ефективна система навчання управлінського персоналу організації має бути «вбудованою» в загальну систему управління персоналом і управління підприємством в цілому. Навчання управлінського персоналу

підприємства покликане виявити та розвинути психологічну компетенцію, сформувавши пізнавальну активність, зацікавленість, готовність до управлінської діяльності, ліквідувати недоліки в уявленні керівників про значення навчання та використання отриманих знань в управлінській діяльності.

Література:

1. Бочелюк В.Й., Пучина О.В. Організаційна психологія на підприємстві: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Скіф». 2012. 272 с.
2. Чугунова Е.С. Соціально-психологічні особливості професійної мотивації в інженерній діяльності та проблеми творчої активності. *Психологічний журнал*. 1985. №4. С. 7-12.
3. Шевяков О.В. Психологічне забезпечення розвитку соціотехнічних систем: *Наука і освіта: науково-практичний журнал Південного наукового центру АПН України*. 2008. №1-2. С. 167-171.

УДК 351.86:659.3

Яценко Р.О.,

здобувач освітнього ступеня магістр,

спеціальність 073 «Менеджмент»,

Черкаський державний технологічний університет,

м. Черкаси

Панкова Л.І.,

д.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес адміністрування,

Черкаський державний технологічний університет,

м. Черкаси

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

В Україні досить низький рівень стану інформаційної та економічної безпеки обумовлений неефективністю державного управління, що проявляється у відсутності балансу інтересів в парадигмі відносин «держава–бізнес–населення». Необхідно розуміти, що національні інтереси детермінуються інтересами населення та необхідністю протистояння викликам та загрозам сучасного світу. Однак, безсистемність у здійсненні економічних реформ, недосконалість нормативно-правового забезпечення інформаційної та економічної безпеки та ефективного управління економікою; корупційна складова в управлінських структурах формують загрози щодо забезпечення національної безпеки, які потребують подолання.

Поняття інформаційної безпеки можна розглядати у декількох аспектах. По-перше, це стан захищеності інформаційного середовища суспільства, який забезпечує його формування, використання й розвиток в інтересах громадян, організацій, держави. По-друге, це стан захищеності потреб в інформації особи, суспільства і держави, за якого забезпечується їх існування та прогресивний

розвиток незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх інформаційних загроз [1, 139].

Окремі аспекти інформаційної безпеки знайшли відображення в законах «Про доступ до публічної інформації» [2], «Про основи національної безпеки України» [3], «Про національну програму інформатизації» [4], а також у Стратегії національної безпеки України, яка затверджена указом Президента [5]. У Законі «Про основи національної безпеки України» дано офіційну оцінку значущості й системної сутності інформаційної безпеки як невід'ємного складника національної безпеки України [3].

Економічним аспектам інформаційної безпеки у чинних нормативних документах приділено недостатньо уваги. Серед проблем, що залишаються поза увагою та є актуальними в умовах сучасності доцільно виокремити: недостатній рівень інформатизації економічної сфери; загрози несанкціонованого доступу; використання неліцензованого і несертифікованого програмного забезпечення, засобів і комплексів обробки інформації; недосконалість національної інформаційної інфраструктури та повільний темп її розвитку; неефективність законодавчої системи. Окреслені проблеми провокують загрози інформаційній безпеці, які умовно можна поділити на наступні ключові групи: перша – шкідливого впливу відповідної інформації (недостовірної, шкідливої, дезінформації) на особистість, суспільство, державні інтереси; друга – загрози несанкціонованого чи неправомірного впливу сторонніх осіб до інформації й інформаційних ресурсів фізичних та юридичних осіб, органів державної влади та місцевого самоврядування; третя – загрози обмеженню інформаційних прав особистості, механізмам їх реалізації [6, с.120].

Загрози інформаційної безпеки виникають постійно та на будь якому рівні системи як економічних так і суспільних відносин. Тому потрібна організація дієвого процесу з управління інформаційною безпекою по ієрархічних сходинках (внутрішньофірмове, корпоративне, регіональне, міжрегіональне, національне, міжнаціональне управління інформаційною безпекою). Організація такого процесу потребує:

усвідомлення циклічного характеру інформації, ступеня необхідності захисту інформації та постановку завдань;

збір та аналіз даних про стан інформаційної безпеки на будь якому рівні економічних відносин;

оцінку інформаційних ризиків;

планування заходів по обробці ризиків;

реалізацію та впровадження відповідних механізмів контролю, розподіл ролей і відповідальності, навчання і мотивацію персоналу, оперативну роботу по здійсненню захисних заходів;

моніторинг функціонування механізмів контролю, оцінку їх ефективності та відповідні коригувальні дії [6, с.121].

Багаторівнева побудова процесу управління інформаційною безпекою, надасть можливість сформулювати концептуальне бачення системного розвитку безпекової складової державної, регіональної політики та політики на рівні

організацій, що окреслює перспективи та надає змогу: відстежувати взаємозв'язок між різними суб'єктами господарювання; оцінювати розгортання/згортання загроз, оперативно реагувати на їх появу та забезпечити вчасне їх усунення.

Література:

1. Нехай В. А. , Нехай В. А. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24(2). С. 137-140. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24\(2\)_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(2)_30).
2. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: zakon.rada.gov.ua.
3. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19 червня 2003 р. № 964-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 39. С. 351.
4. Про концепцію національної програми інформатизації: закон України від 4 лютого 1998 р. № 75/98-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1998. № 27–28. Ст. 182.
5. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України: Указ Президента України від 6 травня 2015 р. «Про Стратегію національної безпеки України» від 26.05.2015 № 287/2015
6. Тарасенко Р.Б. Інформаційне право: Навчально-методичний посібник / МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е.О. Дідоренка. Луганськ: РВВ ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка, 2010. 512 с.

СЕКЦІЯ 2

**Теорія і практика управління соціально-економічним
розвитком: підприємство, регіон, країна**

УДК 008:65.01

Фінагіна О.В.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Горохова Л.П.,
директор Української асоціації
з розвитку менеджменту та бізнес-освіти,
м. Київ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Україна сьогодні знаходиться в складних соціальних та економічних умовах стосовно непередбачуваної ситуації з поширенням пандемії коронавірусу, наслідків та руйнівних дій в стабільному відтворенні процесу життєдіяльності. Відбувається стрімке погіршення соціального забезпечення населення, зменшуються виплати по соціальним проєктам та програмам, підприємства акцентують свої зобов'язання на виплаті заробітної платні. Такі зміни, високі соціальні та економічні ризики потребують прискореного залучення новітніх та класичних технологій, що повинні формувати гнучкість в системі соціального менеджменту на усіх його рівнях, від масштабів країни до малого та середнього бізнесу. Особливу увагу питанням удосконалення соціального менеджменту повинні приділяти національні корпорації, як лідери в питаннях поширення соціальних стандартів, надання якісних послуг, соціального волонтерства, програм та проєктів соціальної відповідальності.

Починаючи з 2006 р. в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, які задекларували себе учасниками Глобального договору ООН, принципи якого торкаються дотримання прав людини, трудових відносин, протидії корупції, корпоративної етики тощо. Соціальна відповідальність виступає соціальним механізмом контролю, який складається з таких структурних елементів: архаїчний, що включає менталітет, традиції, звичаї, норми; соціальний, що включає зовнішні норми, правила, закони; світоглядний, що складається з цінностей, настанов, моральних принципів та переконань. На розвиток соціальної відповідальності впливають різні соціальні інститути – від мікро (родина, трудовий колектив, формальні та неформальні соціальні групи), мезо- (система середньої, спеціальної, вищої освіти, засоби масової інформації, органи влади, правоохоронні [1]).

Але за умов подальшого ускладнення дії карантинних заходів, скорочення господарської діяльності в регіонах України, фактичного простою сфери послуг, гострота питань соціальної відповідальності бізнесу та влади перед населенням лише посилюється. Актуальними постають питання оновлення, прискореного впровадження новітніх підходів та цільових технологій до розширення меж соціальної відповідальності; недопущення

погіршення станів соціального забезпечення, зміни пріоритетів підтримки працівників (бажана пріоритетність – підтримка здорового способу життя, здорове та своєчасне харчування, повноцінний відпочинок працівників та членів родин). Виникає нагальна потреба в залученні актуального світового досвіду, який вже пройшов свою апробацію, має рацію бути апробованим та впровадженим в практики соціального менеджменту наших підприємств. Існують вже десятки таких прикладів та заходів, що можуть бути визнані як необхідні та результативні.

В умовах потреби в прискореному просуванні позитивного світового досвіду особливої уваги рекомендуємо приділяти управлінським технологіям адаптивного менеджменту, як універсальному підходу до вирішення великої кількості негарazitів, конфліктних та проблемних станів, що можливо вирішити за рахунок вже накопиченого практичного знання.

Адаптивний менеджмент, як самостійний та успішно реалізований вид сучасного управління, постає саме тим механізмом управлінських дій в напрямку змін, оцінок зовнішнього та внутрішнього середовища складних соціальних та економічних систем в умовах відсутності часу на розробку довгострокових програм, індивідуалізованих заходів. Передумовами залучення технологій адаптивного менеджменту в проєкти соціальної відповідальності українських підприємств слід визнавати:

- наявність умовно типових ситуацій з станами соціальної кризи, соціальних конфліктів;

- готовність великих та середніх підприємств до часткового страхування працівників на випадки ускладнень від коронавірусної інфекції;

- необхідність залучення світового досвіду з питань соціального контролю та посилення соціальної відповідальності бізнесу;

- потреба в створенні безпечних умов праці та поглиблення навчання персоналу основам санітарії в умовах карантину;

- накопичення аналітичних досліджень з оцінок станів соціальних груп, що реально мають потребу в наданні допомоги;

- підприємства готові взяти на себе відповідальність за впровадження великої кількості заходів зі підтримки саме вразливих груп працівників (а можливо й допомагати родинам);

- іміджеві та соціальні тренди просування цільових проєктів.

Залучення технологій адаптивного менеджменту постає перспективним в питаннях найскорішого опрацювання великих обсягів світового досвіду, залучення експертів, науковців, менеджменту підприємств та влади до оцінок станів та отримання практичних рекомендацій. На основі такого знання найскорішого напрацювання методичного забезпечення для розробки та впровадження адаптивно-кейсових підходів до вирішення конфліктних станів на основі готових (актуалізованих та формалізованих кейсів, ситуативних описів, готових технологій соціального менеджменту).

Український соціальний менеджмент вже має в своєму арсеналі досвід, приклади, технології підтримки персоналу підприємств, населення регіонів,

закладів охорони здоров'я. Тут слід звернути увагу на компанії (холдингу), що є лідерами у сфері виробництва - Інтерпайп (входить а ТОП-10 компаній на світовому ринку виробників безшовних труб, і в ТОП-5 в сегменті залізничної продукції. Компанія поставляє продукцію (на 2020 рік) в 80 країн світу) [2], Метінвест (міжнародна вертикально інтегрована гірничо-металургійна група компаній. У структуру групи входять видобувні і металургійні підприємства в Україні, Європі та США, а також мережа продажів у всіх ключових регіонах світу) [3].

В цілому слід наголосити на необхідності посилення координації дій підприємств, влади, населення на різних рівнях діяльності та забезпечення максимального ефекту від соціальної корпоративної відповідальності, як активного механізму забезпечення соціального прогресу та подальшого захисту населення від наслідків дії коронакризи.

Література:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.
2. <https://interpipe.biz/>
3. <https://www.scm.com.cy/ru/businesses/metinvest>

УДК 330.341.4

Калашник О.В.,
здобувач освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Захарова О.В.,
доктор економічних наук, професор
кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ SWOT-АНАЛІЗУ, ЯК ЧИННИК ДОСЯГНЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкові економічні умови вимагають від підприємств розробки дієвої стратегії свого розвитку, запровадження раціонального і економічно обґрунтованого підходу до планування виробничо-господарської діяльності, обґрунтування доцільної фінансової, соціальної, ринкової і виробничої політики в оперативному та стратегічному періодах, що можна реалізувати на підґрунті ґрунтового оцінювання, аналізу й інтерпретації основних індикаторів діяльності підприємства з урахуванням очікуваного впливу

внутрішніх та зовнішніх чинників. Слід також зазначити, що сучасний стан української економіки є кризовим і недостатньо стійким, що обґрунтовує необхідність для суб'єктів господарювання проведення діагностики за різними методиками і методами, основною метою яких має стати вчасне виявлення «вузьких місць» та обґрунтування заходів щодо їх подолання та подальшого запобігання їх проявів.

Дієздатність процесу виробничо-господарської діяльності сучасних промислових підприємств постійно заснована на кругообігу фінансових ресурсів, який характеризується вкладенням коштів у виробництво з метою виготовлення товарів і послуг, безпосереднього виробництва, реалізації продукції, отримання виручки від реалізації на ринку та раціонального її використання [1]. Від швидкості кругообігу та обсягах коштів, що приймають участь у ньому буде залежати соціально-економічна успішність діяльності підприємства в цілому, його конкурентоспроможність на ринку та здатність протистояти будь-яким зовнішнім та внутрішнім чинникам ризику.

Одним з інструментів, використання якого дозволяє з мінімальними витратами оцінити, спрогнозувати й скоординувати очікувані результати діяльності підприємства і, передусім, його фінансові показники, виступає SWOT-аналіз. Цей метод є досить відомим та часто використовуваним для цілей проведення діагностики фахівцями суб'єктів господарювання, проте більш важливою складовою застосування методу має стати саме інтерпретація його результатів і побудова на їх основі чіткого плану заходів, спрямованих на покращення ситуації у оперативному часовому плані та закріплення позитивних результатів на стратегічну перспективу. Особливо важливо використовувати інтерпретацію результатів метода для підвищення ефективності управління доходами підприємства.

Застосування SWOT-аналізу серед інших методів комплексної діагностики діяльності підприємства дозволяє систематизувати всю наявну інформацію для створення бази, на основі якої будуть прийматися об'єктивні управлінські рішення. Результати SWOT-аналізу мають стати основою розробки альтернативних стратегічних завдань, необхідних для подальшого вибору стратегії розвитку підприємства. При цьому головною перевагою методики SWOT-аналізу є її спроможність гармонійно поєднувати внутрішні можливості підприємства і зовнішню ситуацію на ринку по відношенню до нього, що підвищує об'єктивність та вірність висновків, зроблених фахівцями за результатами оцінювання.

Для прикладу проведення інтерпретації було взято результати SWOT-аналізу, виконаного нами для одного з великих промислових підприємств Черкаської області, табл. 1. Враховуючи той факт, що умови діяльності та наявні проблеми для більшості промислових підприємств України є схожими, означений приклад можна поширити й на інші підприємства як за окремими, так і за більшістю складових.

Інтерпретація отриманих результатів має сфокусувати увагу провідних фахівців на ключових моментах, що було виявлено під час аналізу.

Таблиця 1 – Матриця SWOT-аналізу діяльності одного з промислових підприємств Черкаської області, результати якої здебільшого є характерними для більшості суб'єктів господарювання Черкащини та України

		Сильні сторони		Слабкі сторони	
		1	2	1	2
Внутрішнє середовище	1	Ефективне рішення проблеми споживача		1	Залежність виробництва від імпорту газу з Росії
	2	Якість продукції відповідає міжнародним стандартам		2	Морально та матеріально застаріле виробниче обладнання та технології виробництва
	3	Позитивний імідж підприємства		3	Пропозиція перевищує попит
	4	Краще географічне положення		4	Дешевший аналог продукції у конкурента
	5	Висока виробнича потужність		5	Не стабільна економічна ситуація в країні
	6	Висококваліфікований персонал		6	Низька мотивація персоналу на досягнення
		Можливості		Загрози	
Зовнішнє середовище	1	Пошук нових постачальників газу		1	Зростання цін на природній газ
	2	Пошук нових продуктів виробництва		2	Швидкий розвиток технологій у конкурента
	3	Заохочення покупців до покупок продукції в не сезон		3	Вихід на ринок дешевшого аналога продукції конкурента
	4	Збільшення рекламної діяльності		4	Підвищення цін на сировину
	5	Оновлення технології виробництва		5	Інфляція в країні
	6	Зниження витрат на адміністративну діяльність		6	Погіршення політико-економічної ситуації в країні

По-перше, слід *посилювати сильні сторони* підприємства. Для цього необхідно збільшувати конкурентні переваги підприємства на ринку через забезпечення виконання високих вимог до якості продукції, підвищення іміджу підприємства як роботодавця та товаровиробника, зростання частки ринку, пошук нових каналів збуту продукції, нагромадження обсягу людського капіталу та покращення кадрового складу, використання в повному обсязі конкурентних переваг щодо вигідного географічного розташування, підвищення результативності логістичних потоків.

По-друге, слід *нейтралізувати слабкі сторони* підприємства. Так, основною слабкою стороною підприємства є висока ціна на імпорт газу, який виступає основним енергоресурсом у виробництві продукції, тому потрібно шукати та заключати договори з новими постачальниками блакитного палива,

наприклад, з країн Європи. Дуже важливим аспектом посилення положення підприємства на ринку має стати залучення інвестицій на оновлення технології виробництва, докорінну модернізацію обладнання.

По-третє, слід докладати зусиль щодо *використання можливостей* підприємства. Важливим кроком тут має стати детальна розробка маркетингової стратегії, спрямованої на дієве заохочення споживачів купувати сезонну продукцію в не сезон, тим самим досягти більш ритмічного обсягу продажів у часі, що дозволить оптимізувати роботу складів та збільшить розміри вільних коштів у розпорядженні підприємства. Саме ці кошти мають серед іншого бути спрямованими на досягнення умов розширеного відтворення діяльності підприємства. Доцільно також оптимізувати структуру витрат підприємства шляхом їх фахового аудиту та мінімізації непродуктивних витрат, у першу чергу, адміністративних.

По-четверте, слід запровадити заходи, спрямовані на *усунення загроз відносно діяльності* підприємства. Враховуючи той факт, що підприємство ніяк не може впливати ні на політичну, ні на соціально-економічну ситуацію в країні, проте в його арсеналі є інструменти розробки стратегії діяльності, яка буде здатною певний час його протримати на плаву навіть за умови різкого істотного зростання цін на енергоносії. Доцільним також може стати модернізація продуктової лінійки підприємства, у основу чого має бути покладено наявний попит на ринку та вимоги споживачів. З метою втілення останньої рекомендації у життя слід досить ґрунтовно підійти до підвищення кваліфікації головних технологів та інженерів підприємства, щоб набути можливостей для впровадження сучасних технологій у виробництво, що дасть змогу знизити ціну на продукцію, а отже й гарантовано прибрати з ринку продукт-аналог конкурента. Дієвим заходом також має стати створення умов для тісної співпраці з вищими навчальними закладами та науковими установами регіону, що стане підґрунтям для інноваційного оновлення.

Для кожного з названих напрямів стабілізації ситуації на підприємстві мають бути розробленими та швидко впровадженими в практичну діяльність конкретні заходи, що мають забезпечити його конкурентоспроможність.

Література:

1. Бірюченко С. Механізм ефективного формування доходу персоналу підприємства. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2019. Vol. 5, № 4. С. 66-78.

УДК: 339.138:502/504] (477)

Коваленко Ю.О.

*д.е.н., професор кафедри управління і фінансово-економічної безпеки,
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»
м. Покровськ*

ПІДХОДИ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Сталий економічний розвиток держави неможливий без модернізації регіональної соціально-економічної системи та екологічно обґрунтованої системи ринкового управління. Рішення цього завдання сприяє підвищенню якості життя населення і є одним з основних чинників формування конкурентоспроможності, економічної безпеки, економічного зростання держави та її регіонів.

Прагнення до сталого розвитку потребує принципових змін в управлінській парадигмі, що лежить у створенні економічного механізму раціонального природокористування. Останнім часом серед напрямків реалізації стратегії сталого розвитку регіонів особливе місце посідає концепція екологічного маркетингу.

Аналіз літературних джерел [1-3] показав, що екологічний маркетинг як науковий напрям сьогодні перебуває в процесі становлення, формування теоретико-методологічного наповнення. Проте стає особливо актуальним в наукових дослідженнях, оскільки пов'язаний зі збереженням навколишнього середовища, просуванням екологічно чистих продуктів та послуг. Зростання темпів споживання завдає непоправної шкоди біосфері – і чимало підприємств замислюються про екологічну безпеку своєї продукції. У сучасній літературі можна знайти різноманітні терміни для пояснення концепції екомаркетингу: «зелений маркетинг», «сталий маркетинг», «маркетинг навколишнього середовища» тощо.

Основним завданням екологічного маркетингу є прагнення змінити класичний підхід до управління і показати підприємствам, що концепція сталого розвитку й маркетингові екостратегії допоможуть змінити структуру споживання й збалансувати природні процеси.

Концепція переходу України до сталого розвитку покликана забезпечити збалансоване вирішення екологічних проблем без гальмування економічного розвитку. Очевидним є той факт, що забезпечення сталого еколого-економічного розвитку держави можливе лише за умови гарантування екологічної безпеки та синхронного соціального й економічного розвитку окремих регіонів [4].

Реалізація концепції екологічного маркетингу на регіональному рівні можлива через такі дієві механізми: нормативно-правові, податкові, адміністративні, економічні, соціально-психологічні (рис.1).

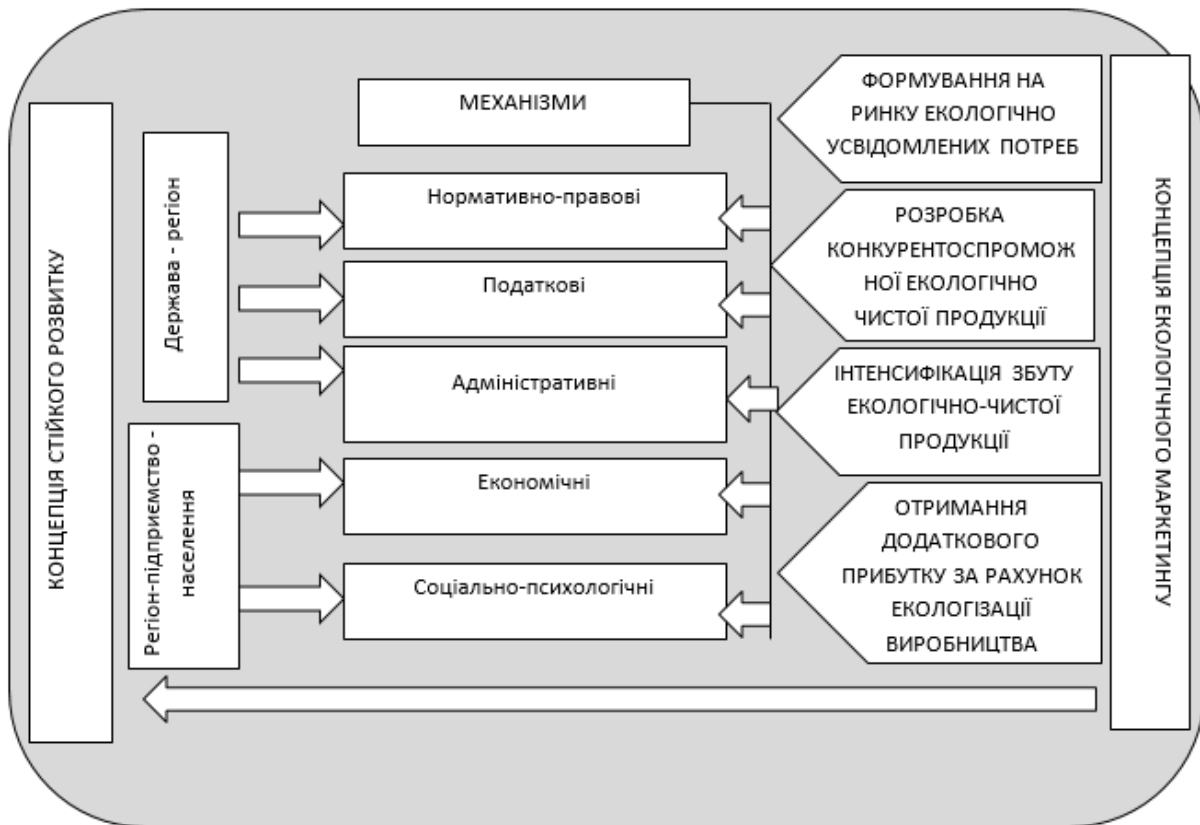


Рис. 1. Механізми реалізації концепції екологічного маркетингу на регіональному рівні
Складено автором за [1-7]

Отже, у рамках реалізації концепції екологічного маркетингу в контексті сталого розвитку регіонів пропонується використовувати механізми, які допоможуть створювати й підтримувати позитивний екологічний імідж регіону; комунікувати, координувати, керувати й контролювати важливі для регіону соціо-еколого-економічні ініціативи та ідеї. Усе це можливо запровадити за умови формування дієвої екологічної політики держави, удосконалення системи екологічного законодавства, розвитку екологічної освіти й культури, що формують екологічні знання, екологічні цінності та ідеали в суспільстві.

Перспективність результатів дослідження полягає у формуванні науково-практичного підґрунтя для впровадження концепції екологічного маркетингу в систему управління сталим розвитком регіонів.

Література:

1. E. Popkova¹, Y. Dubova, E. Yakovleva, N. Azarova, & E. Titova Role of Ecological Marketing in Formation and Development of Ecological Cluster // Asian Social Science; Vol. 10, No. 23; 2014 URL: https://www.researchgate.net/publication/281017933_Role_of_Ecological_Marketing_in_Formation_and_Development_of_Ecological_Cluster

2. Рябова Т. А. Проблеми та перспективи екологічного маркетингу в Україні / Т. А. Рябова, І. Б. Рябов // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2019. - № 3 (108). - С. 155-159.

3. Ярема В.І. Використання інструментів екологічного маркетингу в реалізації концепції сталого розвитку регіону / В.І. Ярема, О.Д. Лендел, К.І. Мишко // маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 4, Т. І. С.222-232.

4. Сокур М. І., Самойленко І. В. . Економічні аспекти екологічного маркетингу // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Вип. 4(81). Серія «Економічні науки». 2013. – С.27-34.

УДК: 336.016

Мартінович П.Г.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Манн Р.В.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Негативні наслідки світової фінансової та економічної кризи призвели до загострення проблеми банкрутства, яка стала однією з найбільш актуальних для України та інших країн світу. Тривалий процес адаптації до ринкових умов господарювання, нестабільність економіки і законодавства, пандемія, дефіцит інвестиційних ресурсів призводять до того, що значна кількість підприємств опиняються у кризовому стані, який здебільшого випадків закінчується банкрутством.

В таких нестабільних умовах сучасності основним засобом виживання бізнесу, товаровиробників є розроблення та впровадження ефективного механізму антикризового управління, важливе місце у якому займає діагностика поточного стану справ. В умовах нестабільного зовнішнього середовища перед бізнесом постає завдання проведення постійного моніторингу діяльності, виявлення та оцінки можливих напрямків розвитку. Вітчизняна методологія оцінки кризового стану не відповідає сучасним вимогам господарювання підприємств, а зарубіжний досвід не повною мірою адаптований до українських законів й основних положень бухгалтерського обліку та аудиту. Це зумовлює потребу в розробленні вітчизняної моделі аналізу схильності бізнесу до банкрутства, яка б враховувала галузеву специфіку, стадії розвитку кризи, поточні результати діяльності, давала точну та об'єктивну оцінку кризового стану, на основі розрахунку ключових індикаторів і показників.

Широке коло питань, пов'язаних із діагностикою розвитку регіонів України, досліджено з боку як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема у працях А. Альтмана, Л. Лігоненко, Р. Ліса, О. Руденко [1], О. Терещенко, Ю. Терлецької, Я. Фоміна, Л. Шаблістої, З. Шершньової та інших науковців розглядаються питання щодо сутності, різноманітних методів та організації процесу діагностики.

Поняття кризи у визначенні науковців і досі не є однозначним. Зокрема, Л. Лігоненко [2] вважає, що діагностика кризового стану підприємства трактується як діагностика проблем, що виникли у процесі функціонування підприємства та можуть зумовити негативні наслідки у його життєдіяльності, а О. Андрушко, М. Горбачевська [3], що це система ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризового стану підприємства, оцінку загрози його банкрутства та можливостей подолання кризи. На нашу думку, це сукупність методів аналізу, діагностики для виявлення симптомів фінансової кризи і швидкого реагування на неї на початкових стадіях з метою уникнення ситуації повної фінансової неспроможності суб'єктів господарювання.

Загалом постійний процес діагностики надає можливість поняття реального фінансового стану. Від правильно організованого та адаптованого управлінського процесу до умов сучасності, завдяки знанням антикризового менеджменту, управління змінам, залежить подальша продуктивність та можливість існування суб'єкта господарювання. Також, чином при розкритті сутності та завдань діагностики кризи не враховане таке розуміння, як фактор часу як найбільш визначальний двигун у процесі діагностики.

Основними факторами мікросередовища будь-якої організації є споживачі, постачальники, конкуренти, місцеві органи влади, профспілки, банки, кредитні компанії, страхові компанії, фірми маркетингових досліджень, рекламні агентства, консультаційні фірми, інші контактні аудиторії. Найчастіше, для проведення оцінки стану використовують такі види діагностики:

- *Експрес-діагностика* – первинне дослідження різних аспектів діяльності з метою виявлення проблемних сфер і одержання попередніх оцінок поточного стану.
- *Комплексна (фундаментальна, детальна) діагностика* – докладне аналітичне дослідження, що надає глибоке розуміння поточної ситуації та є підставою для розробки як стратегії перетворень у досліджуваних сферах діяльності, так і переліку конкретних заходів для досягнення запланованих результатів.

Комплексна діагностика може проводитися за всіма аспектами діяльності або сфокусуватися на одному або декількох напрямках. Комплексна діагностика необхідна тоді, коли існуюча (або відсутня) система моніторингу поточної діяльності не дозволяє визначити основні проблеми, причини їх виникнення, послідовність їх розв'язання [4, с.13].

Серед способів отримання інформації в умовах проведення економічної діагностики є спостереження, вивчення наданих у розпорядження документів, самодіагностика, опитування виконавців, моніторинг, фотографія робочого дня та хронометраж.

Серед методів діагностування слід виділити: соціологічні (анкетування, тестування), розрахункові (математична обробка масивів даних або вибірок), експертні (оцінки та висновки фахівців), порівняння (співставлення досягнутих показників із кількістю визначеними нормативами або еталонними показниками), інструментальні (отримання даних за допомогою контрольного або вимірювального обладнання).

Література:

1. Мартінович В.Г., Руденко О.А. Ознаки виникнення криз в системі державного управління. Економіка та суспільство. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/116>
2. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2001. 580 с.
3. Андрушко О. Б. Моделювання діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2006. № 2 (552). С. 158–163.
4. Посилкіна О.В., Світлична К.С. Економічна діагностика. Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Х.: Вид-вщо НФаУ, 2014 333с.

УДК 332.146:330.

Павловська А.С.,

*д.е.н., професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м.Черкаси*

Позняковський В.М., Довгун Я.О.,

*здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м.Черкаси*

ІННОВАЦІЇ ТА ОСВІТА ЯК ЛОКОМОТИВ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Залучення додаткового підприємницького потенціалу в економіку регіону – необхідна умова розвитку як для соціальної, так й економічної сфер народного господарства. У зв'язку з цим стратегія створення сприятливих умов для розвитку бізнес-середовища повинна розглядатися як стрижневий елемент соціально-економічної політики країни в цілому. Причому виявлена чітка пряма залежність між інвестиціями у високотехнологічні комплекси, активізацією підприємницької діяльності та економічним зростанням регіону.

Підтверджуючи цю думку, В.Небрат в доповіді «Підприємництво і держава: ретроспектива інституційної взаємодії» в Україні пише: «Якби ми не оцінили роль різних кіл бізнесменів у галузях економіки країни, кінцевою оцінкою ефективності підприємницької діяльності є: зростання продуктивності праці, темпи розвитку економіки, технологічне оновлення виробництва» [1, с.73]. Це справді так. Ефективність здійснення ділових функцій означає розвиненість конкуренції на багатьох ринках та існування адекватного ринкового середовища, отже, й сприяє економічному зростанню та підвищенню добробуту регіонів.

У таких умовах перед країною та її регіонами постає головна макроекономічна мета – перейти від нестійких кон'юнктурних темпів зростання до стабільної, інвестиційно-зумовленої динаміки. Реалізація цієї мети можлива при серйозних змінах у національній та регіональних системах, зняття інституційних обмежень розвитку, орієнтація на переважання внутрішніх чинників зростання над зовнішніми, стимулювання здійснення бізнес-функцій, інвестиційного попиту, зростання пропозиції капіталу, в тому числі через механізми фінансових регіональних ринків.

Недостатня віддача від підприємницької сфери, безумовно, пов'язана з трансформаційними явищами у всіх областях діяльності України. На думку нобелівського лауреата в галузі економіки Дж. Стігліца, [2] для створення нових робочих місць і фірм потрібні капітал і бізнес-середовище, яких часто не вистачає в країнах та їх регіонах, що розвиваються, через неефективність системи освіти та неефективні фінансові ринки.

Фінансова система практично не обслуговує малий і середній бізнес. Найголовніша проблема за словами Дж. Стігліца «занадто висока частка відсотка (понад 30% в реальному вираженні) створює серйозні складнощі для існування та розвитку малого та середнього підприємництва» [3, с.115].

Бізнес-середовище в Україні веде бізнес за допомогою власних коштів, проте прибуток, одержуваний унаслідок такої діяльності, не може бути вкладений в інновації, тому що він не є достатнім. У ситуації, що склалася, необхідна державна підтримка бізнесу. Бізнесмени вважають, що економічна політика держави може сприяти ефективності їх діяльності за такими напрямками (рис. 1) [4]. Складність забезпечення формування ефективних та перспективних у часі механізмів підтримки бізнес-середовища, його розвитку, свідчить про значущість стрижневого питання – формування ефективної моделі ділового середовища.

«Своєрідність» економічної діяльності в межах будь-якої країни зумовлено багатьма факторами: наявністю природних ресурсів і певних кліматичних умов; величиною національного багатства та демографічною структурою суспільства; особливостями національного менталітету; особливостями політичного, державного (регіонально-адміністративного) й суспільного устрою. Економіка будь-якої країни, тобто її національна економіка, володіє багатьма загальними для всієї світової економічної системи рисами, розвивається в основному за загальними економічними законами, які

не в змозі скасувати ніяка «політична воля» правлячої еліти. Спроби протистояти цим законам можуть у тому або іншому короткостроковому періоді спотворити хід економічних процесів. Однак у довгостроковій перспективі, як показує багатовіковий історичний досвід, економічні закони дають про себе знати й економічна діяльність, що спрямовується ними, триває в тих же межах і за тими правилами, які випливають із цих законів [6, с. 144].

Як держава більшою мірою може забезпечити розвиток підприємницької ініціативи громадян? Число респондентів – 2000 осіб

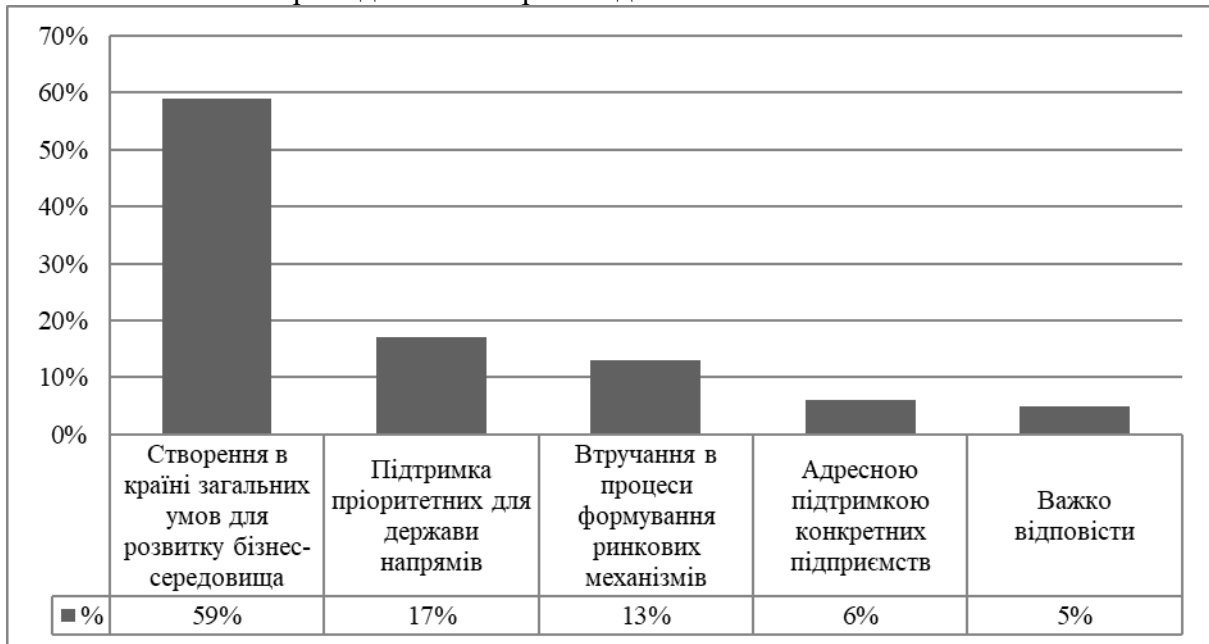


Рис. 1 Результати опитування респондентів щодо забезпечення державою розвитку підприємницької ініціативи громадян за 2019 р.

Джерело: [5]

Отже, сучасне бізнес-середовище характеризується як особливий, новаторський, антибюрократичний стиль господарювання, в основі якого лежить постійний ризик нових можливостей, орієнтація на інновації, вміння залучати та використовувати для вирішення поставленого завдання ресурси з найрізноманітніших джерел. Допомогти вітчизняному бізнесмену покликаний уряд України, регіональні органи влади, які проголосили соціальну спрямованість ринкової економіки й можуть скористатися досвідом роботи в цьому напрямків в інших країн, наприклад, Німеччини та Сінгапуру.

Література:

1. Небрат В. В. Підприємництво як рушійна сила суспільного прогресу: матеріали круглого столу (Київ, 1 грудня 2016 р.) / НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2016. – 84 с. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/scc/1.pdf>.
2. Стиглиц Дж. В тени глобалізації /В. Дж. Стиглиц// Проблемы теории и практики управления. – 2003. – №2.
3. Інститут стратегічних досліджень. [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт, – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.

4. Результати опитування Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучаріва. – [Електронний ресурс]. Офіційний сайт Фонду «Демократичні ініціативи». – Режим доступу: <http://dif.org.ua/about>.

5. Сурай А. С. Бізнес-середовище – пріоритетна складова і тригер розвитку регіонів України. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія: Економіка. Маріуполь: ДонДУУ, 2018. № 2 (79). С. 105–113.- Режим доступу: [nbuv.gov.ua › j-pdf › Nzhm_2018_2_17](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzhm_2018_2_17)

6. Фінагіна О. В. Соціальні трансформації та особливості їх інституціоналізації в українському суспільстві / О. В. Фінагіна, В. В. Поддубняк // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2011. – № 4. – С. 142-146.

УДК 330.341.1:001.895](477+100)

Вишневська А.О.

*здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051«Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

Сучасний розвиток світової економіки характеризується динамічністю та непередбачуваністю змін, зумовлених стрімким розвитком технологічної сфери. За останнє століття саме технологічне співробітництво стало найбільш ефективною формою міжнародних економічних відносин суб'єктів світового господарства. Так, наука, інновації, техніка і технології нині розглядаються як основні фактори зростання та конкурентоспроможності всіх галузей економіки, а також національної економіки загалом.

Головна особливість ринку технологій на сучасному етапі – розвиток високих наукоємних технологій та експорт на міжнародний ринок високотехнологічних товарів. Ефективність виробництва високотехнологічної продукції базується на високій технологічній інноваційності підприємств.

На макроекономічному рівні підвищення ефективності структури виробництва шляхом збільшення частки високотехнологічних підприємств, стимулювання інвестування у високі технології сприяють формуванню інноваційного потенціалу країни [2, с. 82], а відповідно – й прискоренню економічного розвитку. Як наслідок, конкурентоспроможність України на світовому ринку прямо пропорційно залежить від стратегії інноваційного розвитку та функціонування високотехнологічних підприємств.

Доведено, що основними складовими високотехнологічного сектора виступають дві основні дві сфери, а саме: сфера високотехнологічного матеріального виробництва (що виробляє продукти промисловості та АПК) та сфера надання високотехнологічних послуг (що виробляє сервісні продукти, у тому числі й товари соціальної спрямованості).

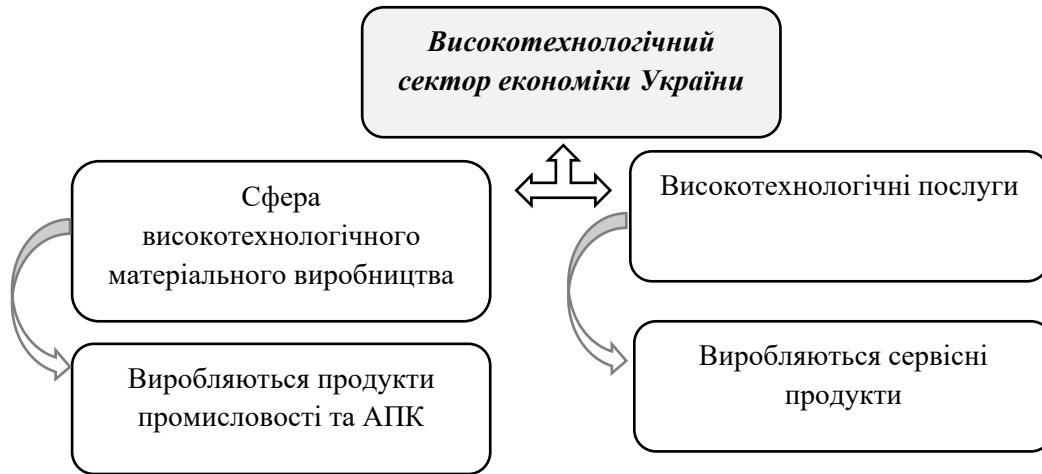


Рис. 1. Структура високотехнологічного сектору промисловості України

Так, в Україні розроблюються стратегічні документи спрямовані на становлення економіки, заснованої на знаннях. Їх метою є активізація інноваційного розвитку, підвищення технологічності, зростання конкурентоздатності та забезпечення ефективності діяльності існуючого виробництва (наприклад, Проект Стратегії розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року від 15.06.2016 р. [1]).

Однак, зазначений документ складено на основі загальноприйнятої класифікації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) до високотехнологічних галузей [1], яка має занадто узагальнюючий характер, не адаптована до реалій української економіки та не враховує частину високо технологічних соціальних послуг.

Класифікацію ОЕСР - по праву можна вважати найпопулярнішим у світі підходом. Він засновується на такому показникові як інтенсивність НДДКР (науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки), який визначається як відношення витрат на НДДКР до показників випуску (або до валової доданої вартості, або до валового випуску).

Беручи приклад західних країн, зокрема, США у якій діє декілька організацій, що досліджують високотехнологічний сектор і намагаються чітко його визначити. Наприклад, Міжнародна торгова адміністрація (ІТА) Міністерства торгівлі США визначає високотехнологічні галузі за часткою витрат на НДДКР у продажу промислових товарів.

У країнах ЄС за основу визначення високотехнологічних галузей прийнято критерії Р. Бачарта, розроблені у 1987 р. Він дотримувався кількісного підходу, в основі якого було два основних показника: рівень витрат

на НДДКР в обсягах продажів та частка вчених, інженерів і техніків у загальній кількості зайнятих галузі. Пізніше цей підхід адаптували спочатку до NACE Rev. 1, потім до NACE Rev. 2 і почали активно використовувати у Великій Британії, Німеччині, Нідерландах тощо. В Італії спочатку за основу було прийнято підхід ОЕСР, адаптований до національних вимог, а потім підхід Р. Бачарта, у зв'язку з гармонізацією статистичних показників країн-членів ЄС. Підхід ОЕСР взято за основу і Китаєм. Проте його уточнено за рахунок національної специфіки. Так, додатково враховується технологічне наповнення промисловості (тут оцінюються витрати на НДДКР до загального прибутку від реалізації, частка персоналу, задіяного у НДДКР, та створення нових продуктів), а також промисловий розподіл високотехнологічної продукції та промисловий розподіл високотехнологічних підприємств та підприємств, що використовують нові технології. Таким чином, у Китаї високотехнологічними можуть вважатися лише ті галузі, для яких характерна висока концентрація високотехнологічних продуктів [3].

Слід зазначити, що згідно з класифікацією ОЕСР [5] та Євростату видами виробництва, що постійно перебувають у групі «високотехнологічні», є: 1) виробництво фармацевтичних продуктів; 2) виробництво космічних кораблів та повітряних літальних апаратів; 3) виробництво комп'ютерів; 4) радіотелевізійне та комунікаційне обладнання; 5) медичне устаткування та оптичні інструменти. Основними критеріями виокремлення зазначених видів діяльності слугують розрахунки питомої ваги прямої та непрямой місткості витрат на розробки та дослідження у доданій вартості, а також частка персоналу з вищою освітою. Отже, якщо відношення витрат на НДДКР до доданої вартості – 8–100% – це високотехнологічне виробництво. Однак, хоча більшість підприємств, що належать до високотехнологічних видів діяльності, є інноваційно активними, їх частка істотно різниться по країнах і галузях.

Одним з основних показників, за якими можна проводити аналіз стану розвитку вітчизняного високотехнологічного виробництва у порівнянні з розвинутими країнами слід вважати - Індекс глобальної конкурентоспроможності (англ. *The Global Competitiveness Index, GCI*) - індекс, за яким визначається конкурентоспроможність як набір інститутів, політичних заходів і чинників, що визначають рівень продуктивності країни; Всесвітній економічний форум (ВЕФ) щороку розраховує рейтинг на основі комбінації загальнодоступних і власних спеціалізованих даних за 12 вимірами - складовими конкурентоспроможності, які спільно є всеосяжною оцінкою конкурентоспроможності економіки. Дане дослідження проводиться з 1979 року.

В основу рейтингу світової конкурентоспроможності країн закладено близько 333 критеріїв за чотирма ключовими аспектами економічного життя країни: стан економіки, ефективність уряду, стан ділового середовища, стан інфраструктури.

Україна в 2019 році втратила дві позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності (ВЕФ) й опустилася на 85-те місце з 141 країни. За

останні 5 років відслідковується динаміка спаду позицій України у даному дослідженні, так найвища позиція України була зафіксована у 2014-2015 роках, а саме наша країна посідала 76 місце. Відповідно до пункту 3, розділу 4 Стратегічні індикатори реалізації Стратегії сталого розвитку «Україна - 2020» (затвердженої Указом Президента України від 12.01.2015 року № 5/2015) у 2020 році Україна мала увійти до 40 кращих держав світу за глобальним індексом конкурентоспроможності [6].

Ще одним індексом, який можна аналізувати стан високотехнологічного сектору економіки – є Індекс цифрової конкурентоспроможності України. У 2019 р. він становив 55,255, перемістившись в рейтингу на 60-е місце, з найбільшими прогалинами в частині розвитку науки та рівня освіти, вважають дослідники. На формування рейтингу визначальний вплив мали субіндикатори. Індикатор «технології» – 61-е місце, у т.ч. субіндикатори: «регулювання» – 54-е; «капітал» – 62-е; «розвиток технологій» – 60-е. Індикатор «майбутня готовність» – 61-е місце, у т.ч. субіндикатори: «адаптивність» – 59-е; «бізнес активність» – 45-е; «ІТ інтеграція» – 61-е місце.

У динаміці також спостерігається дуже негативна тенденція щодо зниження місця.

Таким чином, Україна є незначним суб'єктом міжнародного ринку високотехнологічних товарів із часткою менше 1% загального обсягу світової торгівлі, що свідчить про нереалізований науково-технологічний потенціал вітчизняних підприємств. Сучасний стан розвитку вітчизняного високотехнологічного виробництва характеризується низьким рівнем створення, придбання та впровадження новітніх передових. Крім того, є проблема невідповідності продукції, що виробляється підприємствами галузей, що визнані високотехнологічними, затвердженому переліку високотехнологічної продукції.

Література:

1. Білоцерківський О. Б. Прогнозування розвитку високотехнологічного сектору економіки України. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 11. С. 572–577.
2. Воляник Г. Перспективи розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні / Г. Воляник, С. Шутка // Вісник Львівського державного інституту, 2009. № 4. С. 82–90.
3. Саліхова О.Б. Експорт високотехнологічних товарів України як індикатор реалізації інноваційної політики / О.Б. Саліхова // Інвестиционноконсалтинговий портал «InVenture». URL: <http://www.inventure.com.ua/main/analytics/security/govsecurity/eksport-visokotehnolog456chnihtovar456v-ukrani-yak-456ndikator-real456zac456-456nnovac456ino-pol456tiki-1>
4. Стратегія розвитку високотехнологічних галузей України до 2025 р. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=8b96d8a1-8009-4c0e-a7d5-a7d96a2a7072>
5. OECD, Main Science and Technology Indicators, Volume 2017/2. January 2018. URL: <http://www.oecd.org>
6. The Global Competitiveness Report 2019–2020 / The World Economic Forum, 2020. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf

УДК 330.341.1:338.432

Demydenko V.

*Candidate of Economic Sciences, associate Professor,
Dean of the Faculty Economics and Management
Cherkasy State Technological University,
Cherkasy, Ukraine*

Rudenko O.

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the department Management and Business Administration
Cherkasy State Technological University,
Cherkasy, Ukraine*

AGRICULTURE OF THE CHERKASY REGION: PROSPECTS OF THE INNOVATION IN TERMS OF MODERN CRISIS

The agro-industrial complex of Cherkasy region is one of the biggest and most important sectors of the economy, in which the main part of food resources is formed, and has significant development prospects from the standpoint of promoting industry and general scientific innovations. Experts in the management knowledge system argue that innovation is needed, because innovation is a factor that contributes to the development of production, efficiency, productivity growth, which is a necessary factor in a rapidly growing population and, consequently, growing demand for food, as in Ukraine and world markets.

Innovative research in Ukraine is associated with a deep understanding of the current challenges. Factors such as unpredictable weather conditions, the natural resources lack, scarcity of arable land and diseases control and pests make the issue of providing food for the world's growing population relevant, which makes innovation even more important. The key innovations of agricultural enterprises in Cherkasy region are: electrical equipment for agricultural production, the advent of the autonomy and robotics, the entrance into the agricultural equipment market of the new powerful players, such as Bosch and Rolls-Royce.

The papers of the domestic scientists: S. Demyanenko, I. Lukinov, O. Mohylny, O. Onischenko, P. Sabluk, V. Tregobchuk, O. Shpychak are devoted to the study of issues related to the agriculture development and the peculiarities of its impact on the economy. An important contribution to the study of the problem and prospects for the development of the agricultural economy was made by such scientists as V. Bondarenko, V. Geets, and V. Leontiev [1].

In the Cherkasy region carry out production activities: 573 agricultural enterprises, 1401 farms, 94 agricultural cooperatives, 201 thousand individual farms. The area of the agricultural land in the region is almost 1.5 million hectares (or 3.5% of Ukraine's land), of which almost 1.3 million hectares are arable land [2].

According to preliminary statistics, the index of gross agricultural output in all categories of farms in 2020 amounted to 75.6 percent by 2019 (21st place among the regions of Ukraine), including agricultural enterprises - 71.3% (21st place), in households - 94.3% (15th place) [2]. In 2019, Cherkasy region produced gross

agricultural output 5.9 percent of the national production - 5th place among the regions of Ukraine. In terms of production per capita, Cherkasy region ranked 3rd in Ukraine [3].

In the commodity structure of the foreign trade of Cherkasy region in January-November 2020, exports of agro-industrial products accounted for 80.8% and amounted to 602.2 million dollars. US dollars, the positive balance amounted to 544 million dollars. USA. [3].

In modern scientific developments and various scientific researches the special place and scientific recognition is given to: the description of the innovation process; identification and market manifestations reflection of the innovations; characteristic features of the development of the innovation process as a source and prerequisite for scientific and technological progress; creation technologies and realization of new intellectual and innovative products; improvement and development of the innovative technologies; formation of scientific bases of the innovative production organization; the emergence of new markets and sources of the innovative raw materials.

In order to take full advantage of the favorable situation on the world market of agricultural products, it is necessary to unleash the agriculture potential and the agricultural sector of Ukraine by carrying out deep, long-term and balanced reform with a vector on organic products and innovations aimed at increasing the competitiveness of agriculture and food industry, as well as the development of rural areas [3, 5].

The development of a policy for the agricultural sector development of Ukraine with an innovations vector will stimulate and promote balanced territorial and sustainable development of rural areas and rural territorial communities.

In the author's sense, innovation in the agricultural sector is a complex process of structural changes in the system - enterprises, industries, economic complex - the implementation and management support of the innovations. Characteristics of innovations in the agricultural sector are: compliance with the vector of scientific development and technological progress; availability of innovative management support; market recognition of new qualities of the product (service); the changes presence in management.

Such a logical reflection of the innovation category has a certain universal understanding and perspective of development. It is the perspective of development that provides new opportunities to unite different agents of the market relations, the combination of which is reduced to the laws of synergy, integration and provides an opportunity to consider the innovation development process as a structural management process. Distribution of such methodology in the study of the innovative development forms the uniting enterprises foundation of the different forms ownership, research organizations, market infrastructure, state and regional authorities in the implementation of certain market functions inscribed in the target of innovative initiatives vector of the agricultural enterprises.

References:

1. Kovalenko Y.S. Agricultural enterprise in a market environment. K: IAE UAAS, 2000. 200 p.

2. Economic statistics. Economic activity. Agriculture, forestry and fisheries. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm
3. Agro-industrial complex. URL: <https://ck-oda.gov.ua/ahropromyslovyj-kompleks/>
4. Tyuleneva Y.V., Zazimko O.S. The impact of agriculture on the development of Ukraine's economy. Modern problems of economy and entrepreneurship. Issue 20, 2017. pp. 40-44.
5. Project, Unofficial text dated 26.10.2015 (Not entered into force) Unified comprehensive strategy and action plan for the agriculture development and rural areas in Ukraine for 2015 - 2020 (unofficial text). URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NT1978>

УДК 332.146:330.

Павловська А.С.,
професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси

Поліщук Д.О., Оніщенко В.О.,
здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси

АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: ПРИНЦИПИ ПІДТРИМКИ МСБ

Економічна криза, має дуже великий вплив не тільки для домогосподарств, бізнесу та держави, але також має великий вплив на культурні, соціально-політичні події в країнах, постраждалих від кризи. Найбільш уразливими під час криз виявляються представники малого на середнього бізнесу, що ще раз довела ситуація з пандемією. У часи економічної кризи, коли суб'єкти підприємницької діяльності знаходяться в рецесії, отримують збитки, страждають від вторинної неплатоспроможності і вимушені звільняти персонал, держава має втручатися в ринкову економіку з метою пом'якшення наслідків цього критичного періоду, використовуючи інструменти, які прийнято називати антикризовими. Такі заходи, мета яких відродити роботу ринкового механізму, позитивно впливають на компанії, домогосподарства і, відповідно, покращують платоспроможність, активізують інвестування у довгострокові товари, формують оптимістичні очікування щодо майбутнього стану економіки України.

Розглянемо принципи антикризової політики держави, покликані пом'якшити згубний вплив на малі та середні підприємства України.

1. Створення спеціального незалежного органу, який складається з відібраних експертів з різних галузей економічного буття держави, що розроблятиме комплекс антикризових заходів.

Нині, відповідно до Закону України "Про основи національної безпеки" №

964 ІУ від 19 червня 2003 р. [1] в питаннях національної безпеки інституційний супровід здійснюють: Президент України; Верховна Рада України; Кабінет Міністрів України; Рада національної безпеки і оборони України; міністерства та інші центральні органи виконавчої влади; Національний банк України; суди загальної юрисдикції; Прокуратура України; місцеві державні адміністрації; Служба безпеки України, Державна прикордонна служба України та інші військові формування, утворені відповідно до законів України [2, с. 59-64]. Тобто, нині в Україні відсутній державний орган, стрижневою функцією якого є розробка антикризової політики.

2. Антикризові пакети мають бути спрямовані насамперед на підтримку малих та середніх підприємств. Отже, головна мета - підтримка зайнятості на найвищій можливий рівень, заохочення роботодавців до підтримки поточної кількості службовців [3, с. 19-32; 4, с.64].

3. Інший принцип антикризових заходів - зменшення податкової квоти та зменшення втручання держави. Поряд з цим принципом слід врахувати, що в умовах застосування таких антикризових кроків, вплив на видатки державного бюджету є меншим, ніж ефект від стимулювання зростання економіки України, що згодом збільшить дохідну частину державного бюджету.

4. Ще одна необхідна умова для встановлення цілей антикризової політики - економіка України в умовах кризи страждає не від зниження внутрішнього попиту, а переважно від падіння зовнішнього попиту.

5. Важливим принципом у розробці антикризових заходів є також спрямування на попередження кризових явищ та уникнення лобіювання інтересів певних груп. Сьогодні лобіювання взагалі вважається законною частиною політичної культури - на жаль, межу між лобізмом та надмірним впливом, включаючи корупцію, неможливо визначити точно. Особливо погано те, що перевага надається одній групі учасників ринку (фермерам, виробникам-експортерам тощо) зазвичай це ставить інших учасників у невідгідне становище. Після надання певної переваги, як правило, ніколи не можна побачити, де цей процес закінчиться [5, с. 18]. Тому дуже важливо, щоб держава ретельно аналізувала та контролювала кожен запропонований захід з метою досягнення лише тих цілей, які принесуть користь суспільству в цілому.

6. Серйозною проблемою, з якою стикаються малі та середні підприємства у кризові періоди, є проблема грошових потоків. Тому урядові заходи покликані сприяти покращенню платоспроможності підприємств, спростити та полегшити можливість оформлення позик. В період кризи бізнес стикається з недовірою та високим рівнем невизначеності, який поступово впливає на економічний результат функціонування підприємств.

7. Антикризові заходи повинні мати додатковий ефект - підвищення рівня впевненості у майбутній стабілізації та зростанні економіки.

Таким чином, антикризові заходи у вітчизняних умовах, що покликані прямо чи опосередковано пом'якшити вплив кризи на малі та середні підприємства, мають бути сфокусовані на:

– сприяння зайнятості;

- зменшення соціального страхування;
- запровадження знижки на соціальне страхування для роботодавців;
- підтримку освіти та навчання працівників;
- формування сприятливого інвестиційного клімату для зовнішніх інвесторів;
- збільшення державних інвестицій;
- безпосередня підтримка бізнесу у форматах: зниження ставки податку на прибуток підприємств; стимулювання експорту; лібералізація норм законодавства про неплатоспроможність; трансформації на фінансовому ринку.

Література:

1. Закон України "Про основи національної безпеки": Закон України № 964IV від 19 черв. 2003 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Левчук О.В. Економічна безпека України в контексті глобалізаційних викликів. Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. № 8. – С. 59 – 64.
3. Желюк Т. Економічна безпека в системі інституційного вектора збалансованого розвитку [Текст]. Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2013. – Вип. 1. – С. 19 – 32.
4. Шембель Ю.С. Прогнозування кризового стану підприємства й обґрунтування комплексу заходів антикризового управління / Ю.С. Шембель. – Дніпропетровськ: НМАУ, 2012. – 188 с.
5. Synek, Miloslav a kol. Podniková ekonomika. 3. přepracované a doplněné vydání. Praha : C. H. Beck, 2002. 479 s. ISBN 80-7179-736-7.

УДК: 332:334.01

Білик А.В.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

МОНІТОРИНГ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Згідно з чинним національним законодавством, державна регіональна політика – це система цілей, заходів, засобів та узгоджених дій центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та їх посадових осіб для забезпечення високого рівня якості життя людей на всій території України з урахуванням природних, історичних, екологічних, економічних, географічних, демографічних та інших особливостей регіонів, їх етнічної і культурної самобутності [1].

Наразі моніторинг реалізації державної регіональної політики в Україні здійснюють Державна служба статистики України, Міністерство розвитку громад та територій України.

Державна служба статистики України оприлюднює показники соціально-економічного розвитку регіонів: чисельність наявного населення, кількість зайнятих економічною діяльністю, наявний дохід населення у розрахунку на одну особу, витрати населення у розрахунку на одну особу, середньомісячна заробітна плата, індекс споживчих цін, валовий регіональний продукт, обсяг реалізованої промислової продукції, продукція сільського господарства, прийняття в експлуатацію загальної площі житла, роздрібний товарооборот підприємств, експорт та імпорт товарів і послуг, фінансовий результат до оподаткування, капітальні інвестиції [2, с. 16-25].

Директорат регіонального розвитку Міністерства розвитку громад та територій України здійснює моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів за переліком показників оцінки, наведених у додатку 2 до постанови Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 № 856 «Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики»: щоквартально аналізуються 26 показників за 6-ма напрямками (економічна ефективність, інвестиційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця, фінансова самодостатність, ефективність ринку праці, розвиток інфраструктури, відновлювана енергетика та енергоефективність), а також щорічно – 64 показника за 12-ма напрямками (економічна та соціальна згуртованість, економічна ефективність, інвестиційно-інноваційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця, фінансова самодостатність, розвиток малого та середнього підприємництва, ефективність ринку праці, розвиток інфраструктури, відновлювана енергетика та енергоефективність, доступність та якість послуг у сфері освіти, доступність та якість послуг у сфері охорони здоров'я, соціальний захист та безпека, раціональне природокористування та якість довкілля) [3].

За період січень-грудень 2019 року: зменшились обсяги виробництва промислової продукції у 20 регіонах та в цілому по Україні на 4,5 % (у січні-грудні 2019 році – зменшення на 0,5 %); зменшились обсяги виробництва продукції сільського господарства у 17 регіонах та в цілому по Україні на 11,5 %, (у січні-грудні 2019 року – зростання на 1,4 %); зменшились обсяги капітальних інвестицій в усіх регіонах та в цілому по Україні на 38,2 % (у січні-грудні 2019 року – зростання на 15,5 %); обсяги заборгованості з виплати заробітної плати зросли у 18 регіонах, а в цілому по Україні зменшились на 0,3 відсоткових пункти у порівнянні з аналогічним показником станом на 01.01.2020 року; показники рівня безробіття населення за період січень – вересень 2020 року порівняно з показниками аналогічного періоду 2019 року збільшилися в усіх регіонах та в цілому по Україні [4]. Збереження позитивної динаміки спостерігається за такими індикаторами: доходи місцевих бюджетів збільшилися у 25 регіонах: від 0,8 % у Полтавській до 10,8 % у Київській областях; в середньому по Україні показник приросту склав 5,4 % (у січні-грудні 2019 року – 15,8 %), що свідчить про фінансову спроможність на регіональному рівні; реальна заробітна плата зросла в усіх регіонах: від 2,9 % у Волинській до 13,5 % у Луганській областях та в цілому по Україні – на 7,4 %

(у січні-грудні 2019 року – на 9,8 %); показник обсягів будівельної продукції в цілому по Україні склав 104,0 % (у січні-грудні 2019 року – 123,6 %) [там само].

Основний узагальнюючий показник, що відбиває рівень соціально-економічного розвитку регіонів держави – показник валового регіонального продукту. В таблиці 1 наведено щорічний рейтинг регіонів (областей) України за цим показником в період 2009-2018 роки.

Таблиця 1 – Рейтинг регіонів (областей) України за показником валового регіонального продукту в період 2009-2018 рр.

Регіони / роки	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Середнє значення положення у рейтингу за період
Автономна Республіка Крим	14	13	16	15	16						9
Вінницька	20	21	19	19	19	13	12	11	10	9	17
Волинська	21	22	22	22	22	20	18	19	15	17	22
Дніпропетровська	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2
Донецька	3	4	3	4	5	12	21	21	21	22	11,5
Житомирська	24	19	21	21	20	19	17	15	17	15	20,5
Закарпатська	26	25	26	25	25	23	23	23	23	23	26
Запорізька	7	6	7	6	7	5	5	5	5	6	6
Івано-Франківська	18	18	17	14	15	14	15	17	18	18	18
Київська	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4
Кіровоградська	17	16	14	17	12	10	10	10	13	13	14
Луганська	11	11	9	9	14	25	25	25	25	25	19
Львівська	13	14	13	13	13	11	11	12	11	11	13
Миколаївська	9	10	11	11	10	9	8	8	8	10	10
Одеська	8	8	8	8	8	7	7	7	7	8	8
Полтавська	4	3	4	5	4	3	2	2	2	2	3
Рівненська	23	23	24	23	24	17	19	20	20	20	24
Сумська	15	15	15	18	17	15	13	13	14	14	15
Тернопільська	25	26	25	26	26	22	22	22	22	21	25
Харківська	6	7	6	7	6	6	6	6	6	5	7
Херсонська	19	20	23	24	23	21	20	18	19	19	23
Хмельницька	22	24	20	20	21	18	16	16	16	16	20,5
Черкаська	12	12	12	12	11	8	9	9	9	7	11,5
Чернівецька	27	27	27	27	27	24	24	24	24	24	27
Чернігівська	16	17	18	16	18	16	14	14	12	12	16
м.Київ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
м.Севастополь	10	9	10	10	9						5

Джерело: розраховано автором за даними [5]

Аналізуючи дані табл. 1, слід зазначити, що положення міста Києва у рейтингу регіонів України за показником валового регіонального продукту в

період 2009-2018 рр. не змінилось і дорівнює одиниці. На другому місці загального рейтингу знаходиться Дніпропетровська область, на третьому – Полтавська область. Останні місця в рейтингу посідають Чернівецька, Закарпатська та Тернопільська області.

Література:

1. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 5 лютого 2015 року № 156-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text>.
2. Регіони України 2019 р. Статистичний збірник. Ч. І. К.: Державна служба статистики України, 2019. 309 с.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики» № 856 від 21.10.2015 р. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2015-%D0%BF>.
4. Аналіз стану соціально-економічного розвитку областей та міста Києва за січень-грудень 2020 року. URL : <https://dei.kyivcity.gov.ua/content/za-2019-rik2.html>.
5. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК: 338.001.36

*Проданова Л.В.,
д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту
та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Недошовенко Ю.С.,
здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ФОРСАЙТ-ПРОЦЕСУ

Форсайт в сучасних економічних дослідженнях вважається інструментом або сукупністю інструментів, методом або системою методів, методологією, процесом та технологію науково обґрунтованого передбачення, прогнозування майбутнього стану суспільства та різноманітних численних сфер суспільної діяльності [1; 2].

До основних елементів форсайт-процесу сучасні дослідники відносять: мету проведення форсайту і завдання дослідження, спосіб представлення майбутнього та результатів проведеного дослідження, інформаційні джерела, підхід до організації, структурованість процесу форсайту, процедуру та етапи здійснення, методи дослідження та їхнє комбінування, пріоритетний напрям, масштаб, галузь реалізації і сферу застосування, фокус і часовий горизонт,

ініціаторів та виконавців, коло зацікавлених суб'єктів та потенційних користувачів, отримані результати та ефекти, джерела фінансування робіт. Розглянемо деякі з них [далі використано: 2; 3-9].

Мета форсайту зазвичай полягає в: оцінці можливих сценаріїв розвитку окремих напрямів науки і технологій; підготовці прогнозів за найпроблемнішими напрямками, сценаріїв та економічних моделей розвитку; виборі альтернативних станів у майбутньому; визначенні пріоритетних напрямів досліджень; поглибленні взаємодії учасників наукових та інноваційних систем; формуванні наукової та інноваційної політики; виявленні потенціальних загроз та можливостей; розвитку комунікації, діалогу між представниками влади, науки, бізнесу, громадянського суспільства. Завдання форсайту конкретизують мету і можуть визначатись як: обґрунтування технологічної та інноваційної стратегій; виявлення очікуваних наукових та технологічних проривів, зміни ринків; підвищення конкурентоспроможності та стратегічне випередження конкурентів; мобілізація ресурсів на пріоритетних напрямках.

Ініціаторами, замовниками та розробниками форсайту можуть виступати міжурядові організації, уряд та урядові організації (міністерства) окремих країн, дослідницькі центри, науково-дослідні інститути, університети («фабрики думки»), неурядові організації, консалтингові компанії та транснаціональні корпорації, окремі корпорації, групи компаній, конкретні організації та фірми. Потенційними користувачами результатів форсайту є громадяни та організації, інтереси яких зачіпають зміни, виявлені в процесі форсайту: представники влади, бізнесу, науки та освітньої сфери, а також робітники, споживачі, громадські інститути. Визначення області форсайту передбачає: окреслення ключових питань для сфери форсайту, визначення різновиду форсайту і розробка плану його формування. Розрізняють форсайт-проекти у сфері науки та економіки в національному масштабі, проекти щодо конкретних технологічних, дослідницьких проблем, окремого сектору чи суб'єкту економіки або соціального питання тощо.

Деякі дослідники як один з головних елементів форсайту розглядають його «поле» (поле форсайту), розуміючи під цим декілька кіл учасників проекту (особи і організації), які можуть бути: 1) безпосередньо задіяні в реалізації проекту – зацікавлені у визначеному ракурсі форсайт-проекту та просувають ідеї проекту в маси (ініціатори та пропагандисти); 2) дійсними учасниками форсайту, процесу, що виступає об'єктом дослідження – вони розуміють, що майбутні зміни їх стосуються і зачіпають їхні інтереси; 3) учасники, інтереси яких, зміни в досліджуваній області напряму не зачіпають, які не завжди усвідомлюють можливість таких змін або навіть не цікавляться ними.

Горизонтом форсайту називають період часу, на який прогнозується майбутній стан суспільства, економіки, науки, технологій (кількість років передбачення перспектив розвитку): довготривалий період – на 20-30 і більше років; короткотерміновий – зазвичай на 3-5 років. Розрізняють також простий, складний та комплексний горизонти. Предмет дослідження за обраним

об'єктом в рамках форсайт-проекту зазвичай називають фокусом. В залежності від фокусу, форсайт може бути технологічним, соціальним, територіальним, тематичним. Тип форсайту визначається за такими критеріями: 1) тип формування – зверху-вниз або знизу-вверх, 2) суб'єкт розгляду – тематичні, корпоративні, територіальні, 3) спрямованість – технологічні, соціальні форсайти, 4) «глибина розробленості» – фундаментальні або швидкі форсайти. В залежності від простору (рівня) дослідження, розрізняють світовий (глобальний), міжнародний, державний (національний), регіональний (територіальний), галузевий, муніципальний, корпоративний форсайти. Найбільш розповсюдженими методами форсайту вважаються: бібліографічний аналіз, огляд джерел інформації, експертні панелі, інтерв'ю, мозковий штурм, Дельфі-метод, аналіз глобальних трендів, анкетування, ділова гра, моделювання та імітація, метод сценарування, екстраполяція трендів, картографування, SWOT-аналіз та ін.

Україна знаходиться на початковому етапі освоєння форсайту. Одним з найвдаліших прикладів загальнонаціонального форсайту економіки України провідні експерти вважають проект, виконаний під керівництвом М. Згуровського «Технологічне передбачення структури і головних характеристик нової економіки України на середньостроковому (до 2020 р.) і довгостроковому (до 2030 р.) часових горизонтах» [10].

Література:

1. Проданова Л.В., Хорошун Ю.В. Технологія форсайту в стратегічному управлінні розвитком аграрного сектору національної економіки. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління*. Серія: Економіка. Маріуполь: ДонДУУ, 2019. Вип. 313. Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку. Т. XX. С. 166-177.
2. Проданова Л.В. Технології форсайту в сучасних економічних дослідженнях. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Вип. 60. Черкаси : ЧДТУ, 2021. С. 93-107.
3. Терешина Н.П., Третьяк В.П., Метелкин П.В. Форсайт как технология предвидения: Учебное пособие. М: РУТ (МИИТ), 2020. 190 с.
4. Муринович А.А., Логинов М.П. Форсайт-проект как база стратегического межрегионального планирования. *Известия УрГЭУ*. 2017. №1 (69). С. 101-116.
5. Калюжнова Н.Я., Третьяк В.П. Форсайт как методологический инструмент созидательного предвидения. *Наука. Инновации. Образование*. Спец. выпуск «Технологии Форсайта: масштабы применения». 2007. С.15-30.
6. Третьяк В.П. Организационное обеспечение применения технологии форсайта. *Управление наукой и наукометрия*. 2008. Вип. 5. С. 155-172.
7. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее. *Форсайт. Журнал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»*. 2007. Т. 1. № 1. С. 8-15.
8. Андреева А. Что такое форсайт и как им пользоваться? URL : <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5eb542c89a79470ed74f2d21>.
9. Шевченко Е., Стукач В. Форсайт: инструмент исследования, основа формирования государственной стратегии. URL : https://mpr.a.uni-muenchen.de/75177/1/MPRA_paper_75177.pdf.

10. Згуровський М. З. Технологічне передбачення структури і головних характеристик нової економіки України на середньостроковому (до 2020 року) та довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах. URL : ftp://ftp.nas.gov.ua/akademperiodyka/Downloads/Visnyk_NANU/downloads/2016_1/Visn_1_2016_10.pdf.

УДК 332.146:330.

*Різник С.В., Шпильовий Є.О.,
здобувачі освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 Економіка,
Черкаський державний технологічний університет,
м.Черкаси*

СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ ЯК ТРИГЕР РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ

Наукові відкриття і нові наукові ідеї, будучи початком ланцюжка «наука - техніка - виробництво», революціонізує процес матеріального виробництва і веде в кінцевому рахунку до різкого підвищення продуктивності суспільної праці. Цілком очевидно, що країна, що зуміла «осідлати» інноваційну хвилю, майже автоматично стає світовим економічним лідером. Важливим інструментом активізації таких змін є впровадження смарт-спеціалізації у систему стратегічного планування регіонального розвитку. Отже, головне завдання суспільства - постійна підтримка новаторських ініціатив, яка дозволить подолати циклічний, кризовий характер економіки на основі смарт-спеціалізації регіонів. У систему стратегічного планування регіонального розвитку обов'язково має бути впроваджена смарт-спеціалізація. Угода про асоціацію з ЄС передбачає, що до кінця 2025 року Україна має максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у положення близько 350-ти директив, регламентів та рішень ЄС [1].

Однією з таких змін є впровадження смарт-спеціалізації у систему стратегічного планування регіонального розвитку, що вже визначено відповідною нормативно-правовою базою. Не менше, ніж одна стратегічна ціль регіональної стратегії повинна бути визначена на засадах смарт-спеціалізації та спрямована на інноваційний розвиток обмеженої кількості видів економічної діяльності регіону. Вибір таких пріоритетів повинен відбуватися із врахуванням світових ринкових та технологічних тенденцій інноваційного розвитку та сприяти пошуку тих напрямів економічної діяльності, які є конкурентоспроможними на рівні країни та у міжнародному масштабі.

Одним з пріоритетним напрямом розвитку в Україні є АПК. Аграрна країна в сучасному світі досить неоднозначний ярлик. Існує підхід, що країни, у яких аграрний сектор становить значну частину ВВП, не мають шансів подолати відсталість. Її дотримується більшість економічних шкіл.

Головні доводи: технології, що використовуються в сільському господарстві, не дадуть такої продуктивності, як технології промисловості; ресурси аграрного сектору обмежені, адже обмежена площа сільгоспугідь; продуктивність аграрного сектору залежить від погодних умов та якості землі [2].

Однак останнім часом розвиток сучасних технологій вивів аграрний сектор на новий рівень. Інновації, автоматизація та комп'ютеризація не лише зробили революцію в промисловості, а й дали змогу аграріям досягти небачених раніше показників. Якість ґрунту та клімат, які раніше були визначальними факторами для виробників сільгосппродукції, тепер не мають вирішального значення. Важливу роль в інноваційному процесі на засадах смарт-спеціалізації відіграють, крім бізнесу, два елементи, що знаходяться поза ринковим сектором: уряд і сфера науки, які є компонентами ділового середовища регіону (рис. 1) [3].

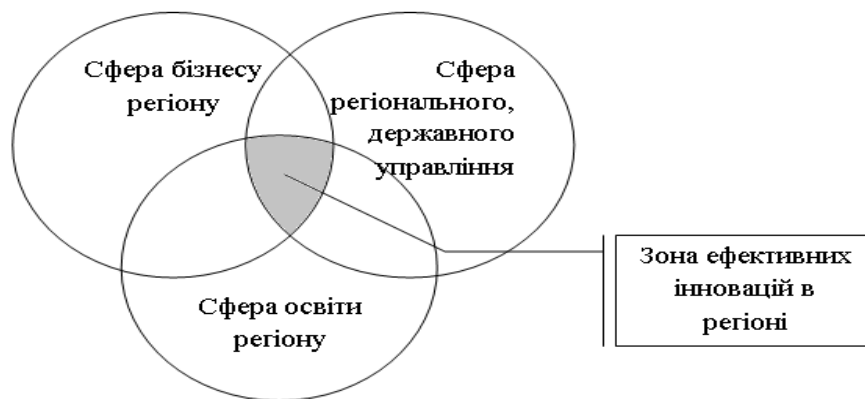


Рис. 1. Зона ефективних інновацій на засадах смарт-спеціалізації регіонів

Функції уряду реалізуються головним чином через правову інфраструктуру, що сприяє здійсненню бізнес-функцій, створення нових підприємств і інвестицій в інноваційному процесі великих фірм. Не менш важливим внеском є активна підтримка фундаментальних досліджень з властивою їм непередбачуваністю результатів. Тому ефективний розвиток інноваційного ринку неможливо без послідовної державної інноваційної політики, від відсутності якої найбільше і страждає сфера АПК України [4].

Можна з упевненістю констатувати, що розробки і впровадження нових технологічних рішень в Україні поки ще не є внутрішніми джерелом економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку. Основна частина інноваційно - активних підприємств в Україні зосереджена лише в трьох галузях промисловості: машинобудування (42,5%), харчової (20,3%) та хімічної промисловості (10,8%) [5].

Підхід смарт-спеціалізації неможливо впровадити, якщо в процесі підготовки регіональної стратегії виконавці не будуть дотримуватися затвердженої методики, особливо в частині широкого публічного обговорення пріоритетів розвитку з представниками інноваційного та експорто-орієнтованого бізнесу, науковців, агенцій регіонального розвитку. Процес смарт-спеціалізації регіонів України на платформі курсу розвитку АПК

ускладнюється значною кількістю характерних особливостей функціонування ділового середовища регіонів України, вплив яких необхідно вивчати та враховувати в процесі стратегічного планування регіонального розвитку.

Література:

1. Угода про асоціацію України з ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011
2. А. Гриценко "Українське економічне диво", або Куди ведуть реформи? // <https://dt.ua/macrolevel/ukrayinske-ekonomichne-divo-abo-kudi-vedut-reformi-.html>.
3. Павловська А.С. Економічний вплив смарт-спеціалізації регіонів на ділове середовище України. Економіка і організація управління: наук. журн. Вінниця: Донецьк. нац. ун-т ім. Василя Стуса, 2020. Вип. 1(37). С. 6–15..
4. The Global Competitiveness Index 2018-2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://widgets.weforum.org/global-competitiveness-report-2015>.
5. Офіційний сайт державного комітету статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // www.ukrstat.gov.ua

УДК 338.436:330.131.5

Sapelnikova N.

*Professor of the Department HR and TB,
Kyiv National University of Culture and Arts
Kyiv, Ukraine.*

Zhuravel B.

*Master of Specialty 073 "Management",
Cherkasy State Technological University,
Cherkasy, Ukraine.*

MANIFESTATION OF THE CRISIS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE: ASSESSMENT AND PROSPECTS

Ukraine's agricultural sector is in a phase of so-called "transition crisis", agriculture has gone through such a crisis in all Central and Eastern European countries that have experienced transition economies. Let's emphasize, that the depth and duration of this crisis, marked a decline in production and productivity of the industry, the financial instability of enterprises and mass banking organizations. Ukraine looks relatively worse in terms of economic development compared to countries such as Poland and Hungary. The difference in the depth and duration of the crisis is reflected in the determination with which the reforms were implemented. The study of the impact of the new crisis, the spread of COVID-19 on the socio-economic population of the world, creating mostly empirical nature, is determined by the limited form of the scientific and methodological constructions, which is

determined previously with a short evaluation period and high uncertainty and economic processes turbulence.

Scientific developments in the finding field of an effective anti-crisis policy create the theoretical and methodological foundations of integrated anti-crisis management are reflected in the research of such prominent scientists - J.M. Keynes, M.D. Kondratiev, M. Friedman, J. Schumpeter and in modern works of scientists: I. Alexandrov, E. Buryak, O. Kovalyuk, I. Larionov, L. Ligonenko, L. Prodanova.

Currently, Ukraine ranks second in the world in grain exports, lagging only behind the United States [1]. At the same time, most of the interviewed experts and agricultural producers emphasize that the Ukrainian agricultural sector has been demonstrating similar results for several years. Rising demand and food prices caused by the pandemic give Ukraine a chance to rebuild its economy, using the agro-industrial complex, as a driver of the reforms in the market relations field. The measures system and technologies require a single position on the definition of anti-crisis policy at the level of enterprises, regions, and countries.

Ukraine ranked second place in the world in terms of total grain exports, as shown by the last marketing year (from July 2019 to June 2020) [1]. Today, we act as "guarantors of food security in the world" and have the potential to further increase agricultural production.

But the weather conditions in 2020 in Ukraine were difficult, in the part of Ukraine was no precipitation for more than 30 days. In some areas, according to the State Statistics Service, last year's figures were as follows: making in crop productions fell by 13.6%, while in animal husbandry - only 2.6%. At agricultural enterprises in 2020 the decline was 14% (in particular, in crop production - 16.5%, livestock - 0.9%), while in households the decline was 6.8% (in crop production - 7.8%, livestock - 4.5%). If we analyze the data of the State Statistics Service for 2020 in the regional distribution, the indicators are as follows. The largest growth: Chernihiv region - 4.7%; Sumy - 4.1%; Ivano-Frankivsk - 3.2%; Rivne - 3.1%; Chernivtsi - 0.6%. The largest decline: Odessa - 38.4%, Kirovograd - 32.2%, Cherkasy - 24.4%. [5]

In order to stabilize the situation in the agro-industrial complex of Ukraine, a number of basic legislative acts have been developed that determine the directions of the state's anti-crisis policy, the state program to support individual housing construction in rural areas (UAH 34.64 million for the budget program) and state support for AIC 2020 (programs to reduce the cost of lending, there are 38 authorized banks in Ukraine, through which the program of state support for agricultural producers). [4]

Among these normative documents, projects, and programs the main place is occupied by the National doctrine of reforming and developing the agro-food complex of Ukraine "Wealthy society, competitive economy, efficient state"; The State target economic program of introduction in the agro-industrial complex of the newest technologies of production the agricultural production for the period till 2016 [2]; The State target program for the development of the Ukrainian countryside until 2015 [3]; the legislative proposal "On Amendments to the Land Code of Ukraine and

Other Legislative Acts Concerning the Improvement of the Management and Deregulation System in the Sphere of Land Relations” and others. These programs contain some components of anti-crisis policy in the agro-industrial sector of Ukraine, but they are not formed systematically and do not have cross-cutting measures.

All countries, which have had gradual and successful growth in the agricultural sector over the last 20 years, have achieved this through targeted and systematic measures:

- creation of the macroeconomic stability, adherence to the movement of market reforms;
- control over the financial sphere, investments in the agricultural sector, the strict budget restrictions introduction;
- protection and reform of property rights;
- systematic support of the small and medium business in the agricultural sector on the basis the cluster formation, complex informatization, and digitalization;
- vector for organic production;
- creation of the institutions that promote the development of the conditions for the implementation of contracts and attract new businesses to the market.

In Ukraine, the quality of the legal regulation effects on the efficiency of agricultural activities. Deficiencies in the state system of taxation the agricultural enterprises are becoming a constant problem. Problems and shortcomings are the lack of a development unified concept and targeted support of the agricultural sector, the imperfection of the legal field, the lack of a clear position on the national producer protection.

References:

- 1.The main indicators of agricultural products. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- 2.The concept of the State target economic program of introduction in the agro-industrial complex of the newest technologies of production the agricultural products for the period till 2016, approved by the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine from December 23, 2009, № 1650-r [Electronic resource]. URL: : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1650-2009-%F0>.
- 3.On approval of the State target program for the development of the Ukrainian village for the period up to 2015: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine 581158 of September 19, 2007 [Electronic resource]. - Access mode:
- 4.<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1158-2007-%EF>.
- 5.<https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=409b0030-c4de-490f-8fb9-40ccdea42010&title=DerzhavnaPidtrimkaApk2020-ProgramaZiZdeshevlenniaKredituvanniaPratsiuvatimeZaTromaNapriamami>
- 6.<https://agronews.ua/news/v-ukraini-suttievo-skorotylosia-vyrobnystvo-silskohospodarskoi-produktsii/>.

УДК 658

Жажина К.А.

*здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»,
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»*

Подлужна Н. О.

*д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, обліку і оподаткування
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»
м. Покровськ*

ПОПИТ НА ТОРГІВЛЮ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ В ПЕРІОД COVID-19

В сучасних умовах економіки однією з актуальних тенденцій світу, а зокрема України є стрімкий розвиток та зростання обсягів роздрібної торгівлі у дистанційній формі, тобто через мережу Інтернет. Основною причиною буму електронної комерції на даний момент стала поява карантину, спричиненим ситуацією з COVID-19. Наслідком цього стало періодичне перешкоджання роботи майже всіх магазинів, закладів сфери послуг окрім продовольчих крамниць, аптек, та аналогічних критичних об'єктів; занепад бізнесу та економіки в цілому. Для великої кількості людей, що застрягли в будинках, покупки онлайн стали фактом життя. Більшість торговельних підприємств опинилися у скрутному становищі, тобто вимушені або взагалі призупинити свою діяльність, або піти на адресну доставку своїх товарів. В нових умовах онлайн-бізнесу прийшлося адаптуватися до карантину, деяким навіть вдалося прискорити свій розвиток. З огляду на це, актуальним є дослідження специфічних характеристик проведення операцій підприємств торговельної галузі в інтернеті.

Інтернет-магазин– це інтерактивний веб-сайт, який рекламує товари або послуги, а безпосередньо менеджер або адміністратор Інтернет-магазину підтверджує замовлення на придбання товарів або послуг, виписує рахунок до сплати, при цьому, як правило, організовує доставку товару й контролює розрахунки з покупцем. [1, с.797]

Основним нормативним актом, який регламентує правові відносини у сфері електронної комерції під час вчинення електронних правових правочинів, є Закон № 675.

Продавцями у сфері електронної комерції можуть бути суб'єкти господарської діяльності (юридичні та фізичні особи). У таких осіб у виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань має бути зазначено вид діяльності за КВЕД 47.91 "Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет".

Алгоритм роботи підприємств зазвичай такий: 1)створюється чи орендується інформаційний майданчик для розміщення оголошення та замовлення онлайн, де покупець робить свій вибір; 2)формується загальна

інформація про товар; 3) фірма поштового замовлення здійснює доставку і забезпечує відстеження поштового відправлення.

Оплата покупцем може здійснюватися у такий спосіб: 1) безготівкова оплата – це коли покупець перераховує кошти зі свого поточного рахунку в банку на поточний рахунок продавця. Такий вид оплати став лідируючим в умовах карантину; 2) термінал самообслуговування – покупець крокує до програмно-технічного комплексу самообслуговування (ПТКС). Такі пристрої належать банкам і розміщуються у торговельних центрах. Кошти, сплачені через ПТКС на користь інтернет-магазину, зараховують на розподільчий рахунок банку, а потім переказують адресату; 3) через кур'єра; 4) у поштовому відділенні – покупець може обрати доставку товару поштою з післяплатою. У такому разі готівку чи банківську картку приймає поштовий оператор.

Особливості організації оплати товару: якщо покупці оплачують товар наперед через платіжні системи, потрібно провести операцію через РРО. Адже за використання платіжної картки розрахункова операція – це оформлення відповідного розрахункового документа щодо оплати в безготівковій формі товару (послуги) банком покупця. Особі, яка купує або повертає товар, у т. ч. замовлений або оплачений через інтернет, під час отримання покупки потрібно видати розрахунковий документ на повну суму операції. На суму оплати, що надійшла через платіжну систему, формується та друкується на касовому апараті фіскальний касовий чек.

Якщо оплата надійшла у робочий час – формується ФКЧ-1, щойно з'являється транзакція у системі; позаробочий час – проводять операцію зранку у перший робочий день після оплати.

У ФКЧ-1 зазначають форму оплати «Картка» або її аналоги. Надрукований ФКЧ-1 потрібно помістити до упаковки з товаром. Покупець отримає підтвердження оплати товару разом з покупкою та видатковою накладною.

За онлайн-торгівлі можна обійтися без РРО у тому разі, коли не має фізичного контакту з покупцем. Наприклад, надаєте інформаційно-консультаційні послуги або продаєте нематеріальні активи, які отримують через інтернет.

Отже, карантин та коронавірус спричинили масштабний злам в економіці. Неможливість ведення бізнесу офлайн підштовхнула підприємців шукати різноманітні способи продавати свої товари через інтернет. При веденні онлайн-бізнесу важливо знати багато нюансів для подібної реалізації товару, включаючи: організацію торгівлі, оформлення сайтів, ведення бух. обліку, юридичних та правових особливостей. Це допоможе уникнути неприємних несподіванок та вчасно пристосуватися до нових умов на ринку.

Література:

1. Кужельок А.В. Інтернет-торгівля: здійснення та облік / А. В. Кужельок, Т. В. Стаднюк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 9. – С. 797-801.
2. Закон № 675 – Закон України "Про електронну комерцію" від 03.09.2015 р. № 675-VIII.

УДК 332.146:330

Васілевська В.С., Харитоновна В.Ю.,
здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м.Черкаси

КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Найважливішим та гостро актуальним питанням усіх періодів становлення економіки постає організація взаємодії між складовими на рівні – регіонів, галузей, бізнесу, соціальних та культурних утворень. Усі зміни, реформи в різній формі людство завжди спрямовувало на удосконалення ділового середовища в питаннях забезпечення ефективної взаємодії компонентів економіки та соціуму, бізнесу та влади, культури та релігії, наукового прогресу та традицій. Ефективності зазначених трансформацій можливо досягти тільки з позицій розуміння історичних особливостей формування бізнес-середовища в регіонах України.

Зі світового досвіду відомо, що бізнес (великий, середній, малий) відіграє стрижневу роль в забезпеченні ринкової соціальної орієнтації ринкової економіки, у досягненні балансу між ринковою ефективністю й вирішенням соціальних проблем. Однак висока соціальна значимість бізнес-середовища починає проявлятися лише за умови, коли підприємства створюють певні обсяги продукції, що впливають на основні соціально-економічні показники регіону.

Як відзначав М. Туган-Барановський, зростання доходів населення залежить, передусім, від продуктивності суспільної праці, якщо підвищується продуктивність суспільного продукту, що підлягає вирішенню між різними соціальними групами. «Зростання продуктивності суспільної праці призводить до того, що загальна сума суспільного продукту зростає. Це надлишковий продукт відповідно збільшує загальну суму суспільного доходу, і завдяки цьому всі суспільні доходи можуть одночасно зрости...» [1, с.468].

Виходячи з вище окресленого, соціальну результативність справляння ділових функцій у регіональному розрізі необхідно характеризувати такими комплексом показників: підвищення рівня вливань у бюджет регіону, падіння рівня безробіття; приріст доходів населення регіону. Досягнення цих найважливіших речей веде до зростання якості життя соціуму регіонів. Саме завдяки найбільш вагомим соціальним ефектам від ефективної діяльності бізнес-спільноти регіону, таким як зростання доходів до бюджетів усіх рівнів та зменшення безробіття, апарат регулювання отримує можливість долати безліч соціальних задач і проблем регіону.

В основі економічного зростання лежить два логічно пов'язаних процеси .

– Перший – збільшення масштабів і підвищення ефективності виробництва на базі сформованих у країні технологічних укладів.

– Другий – створення виробництва нових товарів або підвищення ефективності старих виробництв у результаті зміни технологічних процесів [2]. Вони можуть відбуватися одночасно, але, як правило, цей процес починається тільки тоді, коли вичерпані можливості першого. У промислово-розвинених країнах вичерпання можливостей зростання в межах індустріальної економіки, тобто на базі переважно четвертого технологічного укладу, стало відчутним вже на початку 70-х рр. ХХ ст. Приблизно чотири останніх десятиліття всі країни переживають масовий перехід до п'ятого технологічного способу виробництва, що веде до зміни самого змісту або якості розвитку ділового середовища регіону.

У радянській Україні практично в усі повоєнні роки основними джерелами економічного зростання були екстенсивні чинники – освоєння нових родовищ корисних копалин, масові великі будівництва, додаткова робоча сила. Так, і сьогодні приріст національного доходу України лише на 20 – 30% забезпечується за рахунок інтенсивних факторів, тоді, як у розвинених країнах – більш ніж на 50% [3].

Діяльність бізнесу забезпечувала та передбачала посилення конкурентоздатності національної економіки, процвітання внутрішніх ринків, стійкість детермінант успіху та розширеного відтворення ресурсного потенціалу. У системі знань сучасного менеджменту зроблено низку висновків, що ґрунтуються саме на дослідженні історії розвитку бізнес-середовища [4]:

1. Потенціал розвитку бізнес-середовища формує унікальні можливості конкурентних переваг, що отримують свою реалізацію на внутрішньому та зовнішніх ринках. Такий потенціал є запорукою прогресу галузевих та регіональних ринків. Він має свої унікальні складові та прояви в форматах регіонів.

2. Конкурентні переваги національної економіки формуються та формуються заздалегідь, в історичному (короткостроковому та довгостроковому періодах) розрізі подій, явищ, реформ. Національні та регіональні детермінанти успіху бізнесу, конкурентних переваг забезпечуються умовами відтворення усіх агентів ділового середовища (без винятку).

3. Успіх розвитку національних та регіональних економічних систем забезпечують правильно обрані вектори руху змін ділового середовища з стрижневими принципами розвитку – балансу та гармонізації економічних, екологічних, соціальних та культурних інтересів. Порушення балансу інтересів форматує довгострокові конфлікти, що можуть бути передумови появи системних та структурних проблем.

4. В умовах ведення ринкового господарства регіональні економічні системи прагнуть до самостійності у використанні та реалізації наявних ресурсів своєї території. Формуються та отримують визнання конфлікти інтересів на рівні «держава – регіон», «регіональний бізнес – влада», «стратегічні цілі розвитку регіонів – економічні інтереси влади» та ін.

5. Невирішеність конфліктів регіональних інтересів бізнес-середовища призводить до порушення безпеки національних та світових систем, домінування військової сили.

Література:

1. Туган-Барановский М.И. Основа политической экономии. Спб., 1911. – с. 468.
2. Небрат В. В. Підприємництво як рушійна сила суспільного прогресу: матеріали круглого столу (Київ, 1 грудня 2016 р.) / НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2016. – 84 с. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/scc/1.pdf>.
3. Інститут стратегічних досліджень. [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт, – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.
4. Сурай А. С. Бізнес-середовище – пріоритетна складова і тригер розвитку регіонів України. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія: Економіка. Маріуполь: ДонДУУ, 2018. № 2 (79). С. 105–113.- Режим доступу: [nbuv.gov.ua › j-pdf › Nzhm_2018_2_17](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzhm_2018_2_17)

УДК 331.101.3

*Зелена М.І.,
к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА - ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ

Під час переходу суспільства нашої держави до інформаційної економіки змінюється роль персоналу підприємства. На сьогодні керівництво підприємства почало значно більше уваги наділяти працівнику, а саме його потребам та способам їх задоволення, оскільки персонал є конкурентним ресурсом будь-якого підприємства. Ефективність роботи персоналу залежить від ряду факторів, а особливо від можливості активізації трудової діяльності персоналу. Варто зауважити, що одна з ключових задач для промислового підприємства є пошук дієвих методик управління працею, які сприяють активізації людського фактора та як відомо на результативність та самовіддачу працівника можна вплинути завдяки мотивації.

На промислових підприємствах варто впроваджувати наступні фактори мотивації організації праці: по-перше, будь-які дії мають бути обдуманими перш за все тим працівником, який вимагає дію від інших; по-друге, персонал на промисловому підприємстві відповідає за виконану роботу, а також вони особисто приймають участь у кінцевих результатах підприємства; по-третє, працівникам промислового підприємства надають можливість відчувати свою значущість для своєї роботи; по-четверте, працівник, який добре себе проявляє, має високі трудові показники має право на моральне та матеріальне визнання на підприємстві; по-п'яте, рішення про зміни в роботі персоналу промислового

підприємства приймається за їх участю і з опорою на їх знання та досвід; пошосте, на промисловому підприємстві діє самоконтроль праці.

До моральних методів стимулювання на промислових підприємствах варто віднести в першу чергу визнання особисте чи публічного характеру. Варто зауважити, що досвід особистого визнання в Україні знаходиться на початковому рівні та не набуло загального застосування. Разом з тим, особисте визнання визначається лише при дорученні висококваліфікованим працівникам надскладних індивідуальних замовлень. Публічне визнання на підприємстві може реалізуватись шляхом нагородження працівників цінними подарунками, грамотами та преміями. Варто відмітити, що на сьогодні збільшується значення соціально-психологічних чинників управління персоналом. Під впливом соціально-психологічних чинників створюються суспільна свідомість, психологічні зв'язки в колективі та ставлення до своєї роботи. Правомірно стверджувати, що належний психологічний стан працівника може стати чинником зростання рівня працездатності працівника та зрештою продуктивності праці та обернено до цього знизити активність працівника та викликати виробничу втому, роздратування та апатію до своєї діяльності.

Щодо соціального впливу на мотивацію персоналу, то він визначається через комплекс прийомів та способів, що спрямовані на формування та подальший розвиток колективу підприємства, а також професійну та креативну активність, формування духовних цінностей працівника та його світогляд. Щодо психологічного впливу, то він ґрунтується на регулюванні взаємовідносин між членами колективу з метою створення в ньому здорової психологічної атмосфери. Психологічний вплив побудований на застосуванні ряду факторів: ініціативи, активності якісної праці, моральні спонукання до творчості, інформованість про результати праці, врахуванні психологічних особливостей працівників, забезпечення перспективного соціального й професійного росту, справедливості матеріального стимулювання, підборі працівників з врахуванням їх психологічних характеристик. Доцільно відмітити, що при управлінні персоналом вищезгадані прийоми впливу поєднуються в цілісний комплекс, що сприяє в свою чергу, підвищення їх ефективності. Формою соціального і психологічного впливу є естетизація виробничого середовища, тобто реалізація принципів і методів прекрасного у виробництві. Зростання ролі соціально-психологічних факторів на сучасному етапі на промисловому підприємстві пояснюється змінами змісту суспільної праці, а саме: поліпшенням його творчого і інтелектуального потенціалу, а також зростанням культурного й професійного рівня працівників.

Завдання для керівника на промисловому підприємстві полягає в наступному - виховувати та підтримувати високі почуття власної гідності у своїх підлеглих. Працівники з високим рівнем такого почуття відрізняються послідовністю дій, легше справляються зі своїми внутрішніми конфліктами, проявляють високий самоконтроль. Це — тактичні, врівноважені, спокійні і незалежні працівники. Вони постійно підвищують свій рівень загального розвитку, ретельно виконують покладені на них обов'язки. Для визначення

напрямів вдосконалення соціально-психологічного клімату на промисловому підприємстві були проведені дослідження, з метою виявлення чинників, що негативно впливають на соціально-психологічний клімат.

Отже, значний вплив на досягнення цілей підприємства має використання функції мотивації та разом з тим, доцільно зауважити, що грамотне професійне навчання дозволить працівникам опанувати загальні методами та прийоми, які поєднані з креативним мисленням та вмінням проявляти розумову активність, а також розвивати таланти і тим самим активізувати професійну діяльність персоналу. Саме тому, що змінилися погляди на систему мотивації на підприємстві основним видом залишається: матеріальне стимулювання, але не потрібно нехтувати нематеріальним стимулюванням. Їх раціональне поєднання дає можливість досягти більш ефективного використання персоналу на підприємстві.

Література:

1. Кравченко О.О. Інноваційні підходи до мотивації праці. Фінансовий простір, 2018, 2 (30). URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1802/18koodmp.pdf>
2. Ващенко Н.В. Методи мотивації персоналу до інноваційного розвитку підприємства. Економічний вісник, 2015, 2. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/2/EV20152_153-160.pdf

УДК: 339.9-044.372:338(477)

*Зозуля Т.В., Дорошко В.І.,
здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Руденко О.А.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА: ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Світова економіка переживає не найкращі часи – пандемія Covid-19, спад цін на нафту та загострена ситуація на фондових ринках. Спалах коронавірусу виступив каталізатором економічної кризи і практично зупинив розвиток світової економіки. Безпрецедентна криза з непевною перспективою відновлення, - так характеризують нинішню ситуацію у світовій економіці в Міжнародному валютному фонді [1].

Протягом тривалого часу над аналізом природи та причин виникнення криз працювала велика кількість як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Напрацювання по теорії економічних циклів можна зустріти у працях К. Родбертуса та Т. Мальтуса. До перших дослідників вже конкретно економічних

криз можна віднести Р. Гільфердінга [2] та М. Туган-Барановського [3]. Сучасні вчені вже досліджують різні аспекти криз: виникнення криз на підприємствах розглядали О. В. Василенко, А. Г. Грязнова, Л. О. Лігоненко, А. Д. Чернявський, З. Є. Шершньова та ін.; особливості виникнення і перебігу фінансово-економічних криз є предметом наукових досліджень таких фахівців, як: В. М. Геєць, А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, М. І. Сивульський, А. А. Чухно та ін.; на вивченні політичних криз зосередили свою увагу В. А. Барсамов, С. Я. Лавренов, Р. Ф. Матвеев та А. Шубін; соціологічні аспекти досліджують П. А. Сорокін, А. Г. Здравомислов та Н. І. Лапін. Але, незважаючи на різноманітність окреслених аспектів виникнення та перебігу криз, у вітчизняній літературі відсутні комплексні дослідження їх понятійно-категорійного апарату.

На сьогодні загалом, за підрахунками фонду, через коронавірусну кризу світова економіка втратить 12,5 трильйонів доларів. Розвинені економіки зазнають ще більшого удару - їхні ВВП скоротяться на 8%. Це на майже 2% більше, ніж у попередньому прогнозі. Для економік, що розвиваються, новий прогноз - мінус 3% [1].

Таким чином, вперше для всіх регіонів світу економічний прогноз є негативним. Парадоксально, але в Китаї, звідки коронавірус поширився світом, за прогнозами МВФ збережеться хоч і невелике, але зростання в 1%. При цьому у більшості країн світу різко скоротилося не лише виробництво та інвестиції, але й споживання, що відрізняє нинішню кризу від попередніх рецесій [1].

В Міжнародному валютному фонді називають такі параметри, які впливатимуть на швидкість одужання економіки:

- тривалість пандемії та жорсткість карантинних обмежень;
- соціальне дистанціювання, яке впливає на споживання;
- можливість знайти роботи для звільнених/переміщених працівників в інших секторах;
- зміни у розподілі робочого часу через потребу у соціальному дистанціюванні та посиленні гігієнічних заходах, зростання видатків на це;
- швидкість відновлення ланцюжків поставок у світі;
- вплив від обмеження на перетин кордонів при загальному падінні попиту.

Будь-яка криза також несе в собі і позитивний момент, в період нестабільності та нерозуміння виникають нові управлінські ідеї, життя після кризи існує, але вже свідоміше[4]. Звісно, ми всі сподіваємось на розквіт економіки після спаду та відродження найбільшого ресурсу на планеті – людей, але всі ці етапи будуть відбуватись поступово. Не виключена можливість появи третьої хвилі чи нової пандемії, але економіка мусить трансформуватися до будь-яких умов сучасності. Історія знає не малу кількість криз і всі вони були лише початком великого економічного зростання.

Якщо порівнювати з останньою глобальною кризою 2008–2009 рр., Україна підходить до цієї кризи в набагато кращих умовах: з точки зору зростання економіки, інфляції, платіжного балансу, банківської системи. Проте кожен день пандемії та карантину – це втрати для всіх: держави, бізнесу,

громадян. Причому державі потрібні кошти водночас як на забезпечення боротьби з вірусом, так і для підтримки громадян, що найчастіше мають скромні накопичення. Найгірше те, що ця криза специфічна і спрогнозувати кінцеві витрати або втрати нині дуже складно, прогнози можуть бути перекреслені новою хвилею поширення коронавірусу. Утім, так само, як і швидше, ніж очікувалося відновлення, якщо у боротьбі з коронавірусом відбудеться кардинальний прогрес.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що до сучасних економічних систем слід відносити: традиційну кризу, командно-адміністративну кризу, ринкову та перехідну кризу. Вони характерні для всіх типів сучасних економічних систем, але їх ролі в кожній із них суттєво відрізняються. У цій площині якраз і знаходяться перспективи подальших наукових досліджень, які полягають у визначенні особливостей антикризового управління в кожному із типів сучасних економічних систем.

Література:

1. Економічна криза буде глибшою. Що це значить для України? BBS News URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-53163733>
2. Гильфердинг, Р. Финансовый капитал. Новейшая фаза в развитии капитализма Р. Гильфердинг; пер. с нем. И. Степанова. М.: Государственное издательство, 1922. 271 с.
3. Туган-Барановский, М. И. Избранное: Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. М.: Наука РОССПЭН, 1997. 576 с.
4. Мартінович В.Г., Руденко О.А. Ознаки виникнення криз в системі державного управління. Економіка та суспільство. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/116>

УДК: [339.9:005.334]:[614.46:578.834]

*Панова В.С., Козак А.С.,
здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Руденко О.А.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ COVID-19

Формування нової реальності внаслідок глобальної нестабільності, викликаної поширенням коронавірусної інфекції (COVID-19) без меж і кордонів, зумовлює переосмислення механізмів досягнення соціально-

економічної стабільності й перспектив розвитку глобальної та національних господарських систем. Прогнозовано, що економічна криза 2020 року, стане більш руйнівною в подальшому, ніж глобальна фінансово-економічна криза 2008-2009 років [1]. У таких умовах упередження та подолання кризових процесів у національних економіках забезпечується виваженою антикризовою політикою, яка включає комплекс взаємоузгоджених заходів у фінансовій, бюджетній, фіскальній, соціальній, економічній та інших сферах.

Зокрема, наукові розробки у сфері пошуку ефективної антикризової політики в умовах фінансової кризи знайшли відображення у роботах таких вчених як А. Гальчинський [2], В. Геєць [3], А. Гриценко [4], Я. Жаліло [5], Ю. Пахомов [6], А. Сухоруков, А. Чухно, С. Глазьев, П. Кругман, Р. Шиллер, Дж. Сапір, Ю. Яковець та інших. Зазначені праці є теоретичним та методологічним підґрунтям до формування новітніх підходів протидії негативним наслідкам економічної кризи, що розгортається внаслідок поширення COVID-19.

В умовах сучасної економічної кризи траєкторія економічного зростання (спаду) є низькоюмовірно прогнозованою. Принагідно, що станом на січень 2020 року Міжнародним валютним фондом (МВФ) спрогнозовано зростання світового ВВП з 3 % у 2019 році до 3,4 % у 2020 році та до 3,6 % до 2021 року [7]. Коригування порівняно з «довірусними» прогнозами жовтня 2019 р. [8] становили лише на 0,1 процентний пункт у 2019 р. та 0,2 процентні пункти у 2020 році. Пізніше, у березні 2020 року спрогнозовано сповільнення глобальної економіки до менш, ніж двох відсотків, що, становитиме, ймовірно, близько 1 трлн дол [9].

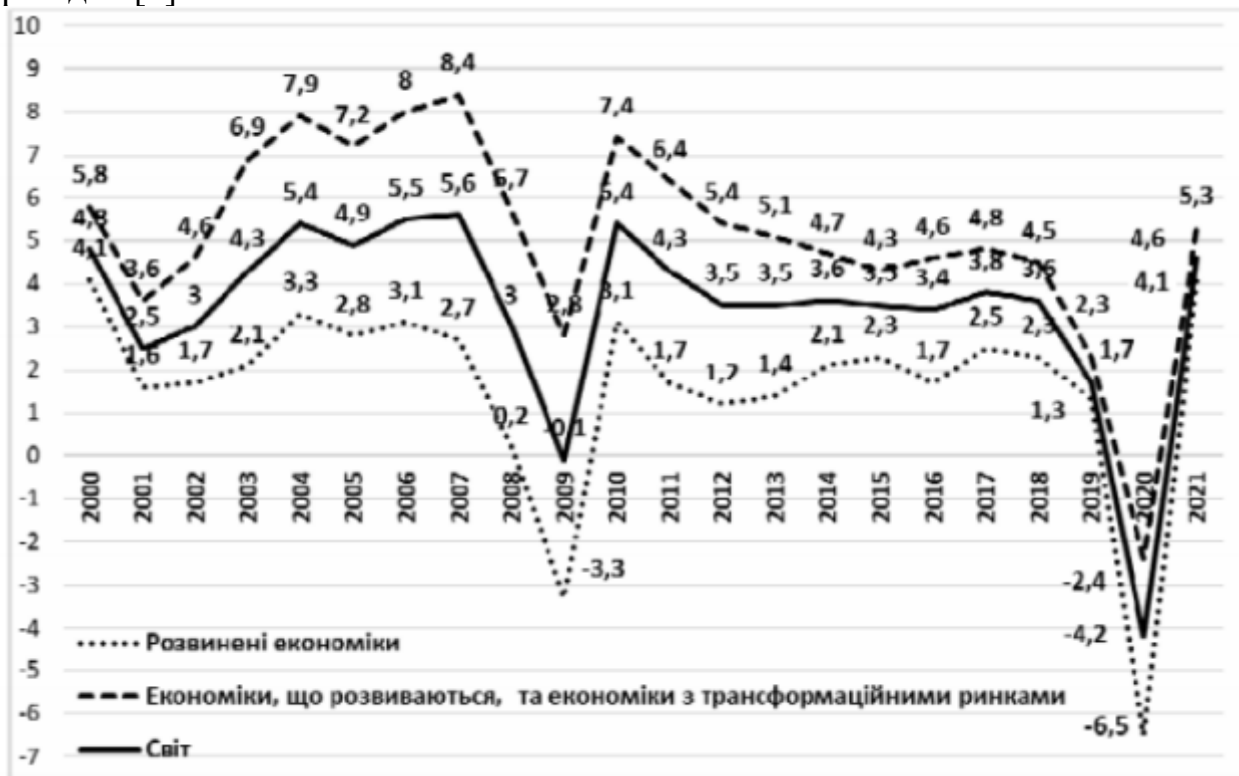


Рис. 1. Темпи приросту світового реального ВВП

Джерело: 2000-2019 рр. – фактичні статистичні дані; 2020-2021 рр. – прогноз МВФ

У квітні 2020 року відкореговано прогнозні дані з урахуванням реальних перспектив розвитку глобальної економіки та спрогнозовано падіння світового реального ВВП на 4,2 % у 2020 році, причому глибше падіння очікується у країнах ЄС – 7,5 %, у тому числі в найбільш постраждалих від COVID-19 країнах: Італії (9,1 %), Іспанії (8,0 %), Франції (7,2 %), Німеччині (7,0 %), Великій Британії (6,5 %) [10]. Як видно з рис. 1 найбільших втрат зазнають розвинені економіки, падіння реального ВВП яких становитиме 6,5 %, а економік, що розвиваються, та економік з трансформаційними ринками – 2,4 відсотка.

На думку міжнародних експертів, зробленими на початку квітня 2020 року, найближчим часом передбачається поступове відновлення активності в промисловості, яке уже розпочалось у Китаї, значний сплеск звернень громадян за допомогою по безробіттю, скорочення споживання електроенергії за рахунок закриття торговельної та культурно-розважальної індустрії [1]. Щодо України: за оцінками вітчизняних експертів у 2020 році прогнозується падіння ВВП на рівні 4,8 %, зростання рівня безробіття до 9,4 % [10]. За оцінками МВФ падіння реального ВВП в Україні буде більшим і сягне 7,7 % у 2020 році, а з 2021 року розпочнеться зростання економіки на рівні 3,6 %.

На нашу думку, державна антикризова політика повинна бути спрямована на:

1. Підтримку домогосподарств через відтермінування виплат за кредитами; субсидіювання; відтермінування оплати за житлово-комунальні послуги; виплата грошової допомоги соціальнонезахищеним верствами населення; підвищення гарантій на випадок безробіття; забезпечення доступності товарів першої необхідності; запобігання скороченню надання суспільних благ;

2. Підтримка бізнесу через відтермування сплати податків та соціальних внесків; реструктуризація та відстрочення сплати кредитів; надання пільгових кредитів на відновлення виробничої діяльності (безвідсоткових або з низькою відсотковою ставкою); субсидіювання підтримки зайнятості; введення мораторію на провадження справ аобанкрутство; субсидіювання стратегічно важливих видів виробничої діяльності;

3. Підтримка фінансового сектору через надання державних гарантій; поповнення капіталу; підтримка ліквідності ринку; надання центральним банком доступних кредитів; підтримка фінансових посередників.

Література:

1. Bluedorn J., Gopinath G., and Sandri D. (2020). An Early View of the Economic Impact of the Pandemic in 5 Charts. IMF. URL: <https://blogs.imf.org/2020/04/06/an-early-view-of-the-economic-impact-of-the-pandemic-in-5-charts>.
2. Гальчинський А. С. Криза і цикли світового розвитку. К.: «АДЕФ-Україна». 2009. 392 с.
3. Геєць В. Формування і розвиток фінансової кризи 2008–2009 років в Україні. Економіка України. 2010. № 4. С. 5–13.
4. Гриценко А. Глобальна криза як форма сучасної фінансово-економічної динаміки. Економіка України. 2010. № 4. С. 37–46.

5. Жаліло Я. А. Теорія на практика формування ефективної економічної стратегії держави. К.: НІСД, 2010. 336 с.
6. Пахомов Ю. Основные задачи формирования посткризисной модели развития экономики Украины. *Економічний часопис XXI*. 2010. № 1–2. С. 3–5.
7. IMF, World Economic Outlook, January 2020. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/01/20/weo-update-january2020>.
8. IMF, World Economic Outlook World Economic Outlook, October 2019: Global Manufacturing Downturn, Rising Trade Barriers. URL: <http://dx.doi.org/10.5089/9781513508214.081>.
9. IMF, Coronavirus update: COVID-19 likely to cost economy \$1 trillion during 2020, says UN trade agency, 9 March 2020. URL: <https://news.un.org/en/story/2020/03/1059011>.
10. Петрашко І. Першочергові економічні пріоритети виходу з кризи. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/igor-petrashko-nazvav-pershochergovi-ekonomichni-prioriteti-vihodu-z-krizi>.

УДК: 658.8:637.1(043.3)

Попович Н.І.,
здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук
Сакун Л.М.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Основним аспектом вибору маркетингової стратегії є стратегічний аналіз компанії. За допомогою стратегічного аналізу була сформована стратегія компанії та обрана найкраща стратегія. Оскільки вибір маркетингової стратегії базується на врахуванні як зовнішніх, так і внутрішніх факторів підприємства, можна зробити висновок, що для отримання повної оцінки ситуації та стратегічних рішень необхідно використовувати набір методів стратегічного аналізу [1–3].

Пропонуємо провести діагностику на трьох підприємствах Полтавської області: ПрАТ «Кременчуцький міськмолокозавод» (ПрАТ «Данон Кремез»), ТОВ «Лубенський молочний завод» (ТМ «Гармонія») та ТОВ «Глобинський маслосирзавод» (корпорація «Глобіно») [1, С. 55–62]. Ці молокопереробні підприємства типові за виробництвом продукції та успішно розвиваються на вітчизняному ринку. Розглянемо основні підсистеми забезпечення

маркетингових підрозділів молокопереробних підприємств: інформаційну, методичну, кадрову, технічну та організаційну.

Аналіз результатів підсистем забезпечення маркетингу на основі експертної оцінки за період 2011-2019 рр. дозволив зробити висновки щодо високого розвитку всіх підсистем забезпечення ТОВ «Лубенський молочний завод» (ТМ «Гармонія»). Дані експертної оцінки, встановлені для ПрАТ «Кременчуцький міськмолкозавод» свідчать про найнижче значення – 0,42 для інформаційної та методичної підсистеми забезпечення в 2012 році; високим є значення кадрового та технічного забезпечення за останні роки. Аналіз отриманих даних щодо ТОВ «Глобинський маслосирзавод» свідчить про низький рівень розвитку інформаційної та методичної підсистеми в 2014 році – 0,42 та 0,41 відповідно. Представимо графічне зображення одного з підприємств молокопереробної галузі на прикладі ПрАТ «Кременчуцький міськмолкозавод» на рис. 1.

Для визначення рівнів розвитку підсистем забезпечення потрібно встановити узагальнені інтегральні показники підсистем забезпечення за роками [3, С. 80–82]. Скористаємося формулою (1) для визначення усередненого інтегрального показника інформаційної підсистеми забезпечення маркетингу: $I_{\text{інф}} = \sqrt[9]{I_{\text{інф}1} * I_{\text{інф}2} * I_{\text{інф}3} * I_{\text{інф}4} * I_{\text{інф}5} * I_{\text{інф}6} * I_{\text{інф}7} * I_{\text{інф}8} * I_{\text{інф}9}}$ (1)

Де $I_{\text{інф}1} \dots I_{\text{інф}9}$ – опрацьовані результати експертної оцінки за роками. Аналогічно розрахуємо показники інших підсистем забезпечення маркетингу.

Визначимо рівень розвитку кожної підсистеми маркетингу, який формується з використанням попереднього розрахунку величини інтервалів і встановлює для кожної підсистеми відповідне значення.

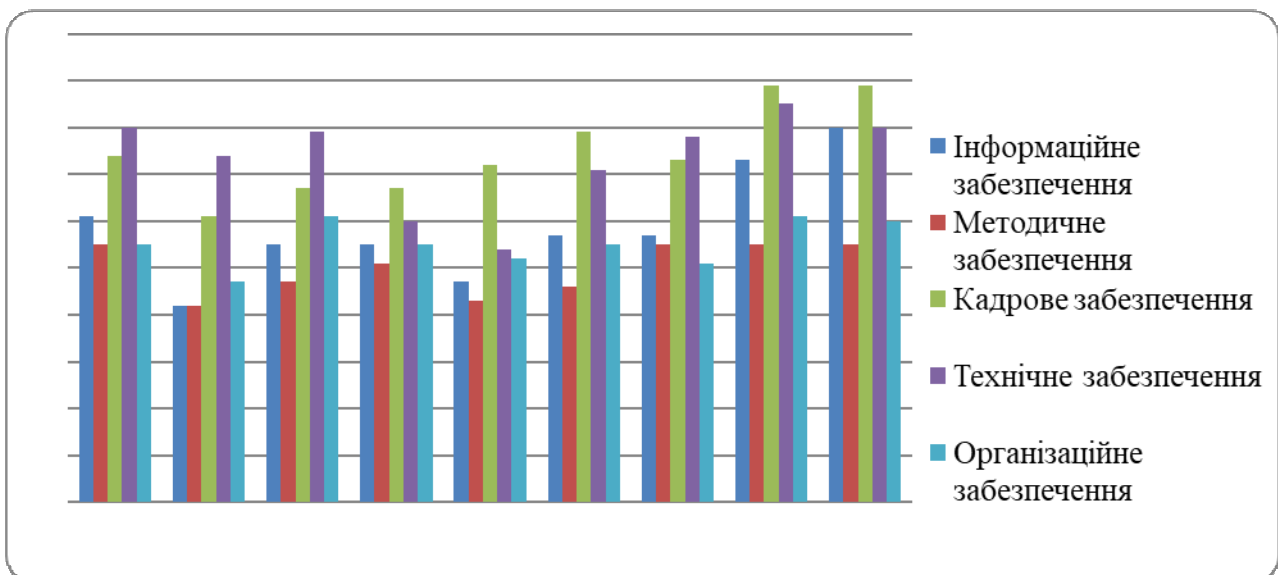


Рис 1 Стан підсистем забезпечення маркетингу ПрАТ «Кременчуцький міськмолкозавод»

Підприємство ПрАТ «Кременчуцький міськмолкозавод» відзначається спорідненістю щодо кризового стану інформаційної, методичної та

організаційної підсистем, однак займає достатню позицію щодо кадрового та критичну для технічного забезпечень. Варто зазначити, що підприємство, яке визначається високим рівнем розвитку всіх підсистем забезпечення маркетингу – це ТОВ «Лубенський молочний завод».

Протилежна тенденція спостерігається у ТОВ «Глобинський маслосирзавод», який має кризовий рівень усіх підсистем забезпечення, значення яких становить: інформаційна – 0,5; методична – 0,44; технічна – 0,59; кадрова – 0,59 та організаційна – 0,5. Використана методика на прикладі даних молокопереробних підприємств дозволяє встановити стан підсистем забезпечення та спрогнозувати їх подальший розвиток.

У процесі дослідження на основі методу стратегічного аналізу була визначена маркетингова стратегія підприємств, придатна для ринку молока та молочних продуктів. Ця стратегія може бути реалізована шляхом підвищення конкурентних переваг продукції компанії, вдосконалення комунікаційної політики щодо збільшення продажів молочної продукції та розширення сфери та розвитку збутової мережі.

Література:

1. Стець, О.М., Крикавський, Є.В. та Косар, Н.С., 2014. Інновації у сфері маркетингу як фактор підвищення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика»*, 789. С. 55–62.
2. Гросул В.А., Мамаєва Г.С. Маркетингове стратегічне планування на підприємстві. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1(1). С. 201–205.
3. Шквиря Н.О. Маркетингова орієнтація діяльності молокопереробних підприємств. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва* : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції. Харків : ХНАДУ, 2016. С. 80–82.

УДК: 336.016

Мальований Я.В.

здобувач освітнього ступеня бакалавр,

спеціальність 073 «Менеджмент»,

Черкаський державний технологічний університет

м. Черкаси

Руденко О.А.

к.е.н, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,

Черкаський державний технологічний університет,

м. Черкаси

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ

У зв'язку з пандемією коронавірусної інфекції бізнес зменшує свої оберти, закриваються заклади по всьому світу. Хтось продовжує радувати гостей послугами, працюючи на доставку, інші переглядають свої бізнес-моделі, шукають нові можливості в ситуації, що склалася. Тому актуальним стає

питання не тільки про ведення бізнесу в умовах форс-мажору, але і про прогнози для готельно-ресторанної індустрії зокрема на майбутнє і можливості її відновлення.

В умовах глобальної пандемії одним із основних завдань управління підприємством має бути створення ефективної системи антикризового менеджменту. Зокрема, дослідженню проблем антикризового управління присвячені роботи таких українських вчених, як С. В. Панченко, В. Л. Дикань, В. О. Коюда, Н. Б. Кушнір, Д. С. Войтович, І. Ю. Єпіфанова, Н. О. Оранська, О. Д. Стешенко та ін. [1-6].

Слід зазначити, що форс-мажорна зупинка світової економіки від пандемії і карантину припала на складний період, який можна охарактеризувати наступними ознаками: фінансові ринки переповнені дешевою ліквідністю; негативні процентні ставки багатьох банківських установ не дають бажаного ефекту стимулювання економічного зростання; спостерігається слабе світове економічне зростання, на межі стагнації; почалося системне уповільнення китайського «економічного двигуна», до якого були прив'язані тисячі схем торгівлі і перерозподілу фінансових потоків.

З урахуванням нових статистичних прогнозів щодо захворюваності в Україні і ситуацією із введенням повного локдауну у м. Київ, а можливо і в інших містах України, робити прогнози зараз про повноцінне функціонування індустрії бізнесу дуже складно, а їх відновлення і розвиток цілком залежить від факторів зовнішнього середовища на рівні України і цілого світу.

В такій ситуації невизначеності індустрія бізнесу у своїй більшості повертається на стадію стартапа і буде намагатись якось вирулювати в цій новій реальності. Йдеться про нову глобальну економічну кризу, і бізнес навіть ще не застав першу його хвилю. Такої позиції дотримуються більшість бізнесменів та власників і менеджерів великих корпорацій. Вони розуміють ситуацію і її вплив на дану сферу. Проте важливим є віднайти потенціал закладів для виживання і відновлення. Очевидно, що далеко не всі власники і їх бізнес віднайдуть резерви і продовжать свою роботу.

Зрештою, можна розраховувати на закінчення пандемії Covid-19 шляхом масової вакцинації, а відтак на відновлення всієї економічної системи і поступово люди будуть повертатися до звичного життя. Тому що похід в кафе або ресторан, туристичні і бізнес-подорожі, зупинка у готелях - це одна з простих і доступних радощів. Питання тільки в тому, заклади саме якого цінового сегмента залишаться найбільш життєздатними [1].

Отже, наразі можна розглянути і плюси від цієї кризи для всієї сфери бізнесу. Дійсно, це такий стрес-тест для всіх закладів. І звичайно, результатом стане оптимізація багатьох процесів. Також можна розраховувати, що з'являться певні креативні рішення, які будуть давати споживачам і гостям необхідну цінність навіть в умовах невизначеності. Швидше за все, відбудеться серйозний перегляд цінностей, в тому числі і щодо споживання. Можливо, в певній мірі воно стане більш раціональним і екологічним.

Зокрема, зарубіжні експерти індустрії готельно-ресторанного бізнесу пропонують п'ять точок опори, які допоможуть вибудувати роботу під час кризи і відновитися після неї [7]. По-перше, вітчизняні ресторатори і власники готелів мають брати приклад з Азії, а саме коли близько половини власників готелів ввели «покращений сервіс». По-друге, потрібно підтримувати ціни. Найчастіше експерти радять не знижувати ціни, тому що боротися з наслідками такого рішення менеджерам і власникам доведеться ще довго. Зниження цін може привести до повільного відновлення доходів. Наприклад, за прогнозами компанії HotelAVE, готельній індустрії США знадобиться близько п'яти років, щоб повернутися до рівня 2019 року по завантаженню, доходу та окупності [7].

По-третє, рекомендовано переглянути список клієнтів. Класичний приклад: чотиризірковий готель, який знижує ціни в кризу, щоб перехопити частину гостей у тризіркового готелю. По-четверте, потрібно будувати прогнози за актуальними даними. Менеджерам варто брати в розрахунок тільки найостанніші дані по своєму готелю чи ресторану. Разом з власниками і керівниками вони повинні розглянути різні сценарії і для будь-якого з них підготувати план розвитку бізнесу та список заходів, які допоможуть пом'якшити потенційний удар. І, по-п'яте, непотрібно забувати про маркетинг, зокрема при розробці тарифної сітки та цінової політики у нових кризових та посткризових умовах не варто забувати дивитися на «картину» бізнесу ширше. Крім плану з розвитку бізнесу менеджерам і керівникам знадобиться маркетинговий план, до якого вони можуть звернутись, коли почнеться відновлення після спаду [7].

Отже, зрозуміло, що криза рано чи пізно закінчиться і до цього теж потрібно підготуватися менеджерам і власникам бізнесу, які мають наміри на відновлення і розвиток. Виходячи із проведеного дослідження, експерти сходяться на думці, що грамотна робота з цінами, тарифами і маркетинговими пропозиціями - ось що потрібно для швидкого і ефективного відновлення після кризи.

Література:

1. Панченко С. В., Дикань В. Л., Воловельська І. В. Управління бізнесом: підручник. За заг. ред. В. Л. Диканя. Харків: УкрДУЗТ, 2017. С. 45.
2. Панченко С. В., Дикань В. Л., Шраменко О. В., Полякова О. М., Уткіна Ю. М. Підприємництво : підручник. Х.: УкрДУЗТ, 2016. Ч.2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. С. 58-60.
3. Коюда В. О. Антикризова програма – основа системи антикризового управління підприємством. БизнесИнформ. 2009. № 12. С. 47- 49.
4. Кушнір Н. Б., Войтович Д. С. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах Ефективна економіка. 2016. №5. Режим доступу до ресурсу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4954> [дата звернення 8.04.2021]
5. Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. Сутність антикризового управління підприємства. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 2. С. 265-269.
6. Стешенко О. Д., Каленський О. В. Антикризове фінансове управління підприємством. Вісник економіки транспорту і промисловості. Вип. 54. 2016. С.362-367.

7. Т. Ю. Чаркіна, Л. В. Марценюк, В. О. Задоя, О. В. Пікуліна Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава. Режим доступу до ресурсу :<http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4854&i=2>. [дата звернення 10.04.2021]

УДК 332.146:330.

Сергата М.М.,
здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси
Трояновський В.Є,
к.і.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Представники українських компаній під соціальною відповідальністю переважно розуміють надання благодійної допомоги громаді, розвиток власного персоналу, чесне введення бізнесу та дотримання і захист прав людини. Але, перш за все, необхідно усвідомлювати, що соціальна відповідальність бізнесу безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості підприємств, організацій і установ. Адже, якщо вони не є досконалими, то навряд чи зможуть задовольняти потреби всіх зацікавлених сторін. На це вкрай важливо зважати в Україні, адже в нашій країні рівень соціальної відповідальності бізнесу нижчий за відповідний рівень у розвинених країнах. Як зазначає професор Колумбійської бізнес школи Джефрі Хіл (Geoffrey Heal): «Програма КСВ може бути прибутковим елементом корпоративної стратегії, сприяючи контролю в ризикованих питаннях управління та підтримки відносин, які важливі для довгострокової рентабельності» [1, с. 33].

За даними Міжнародної організації праці, у 2004 р. Україна посіла 35 місце посеред 90 країн за Індексом соціально-економічного захисту. Індекс розраховувався за сімома позиціями: захистом ринку праці (Україна посіла 55 місце серед 94 країн); захистом від необґрунтованого звільнення та захистом від звільнення з роботи без повідомлення (25 з 99); можливістю просування по службі (30 з 94); можливістю підвищення кваліфікації (38 з 94); безпекою умов праці (45 з 95); правом голосу та доступом до профспілок (38 з 99); захистом доходу (40 з 96).

Зараз український бізнес збільшує масштаби своєї участі у вирішенні різних соціальних проблем. З іншого боку, український уряд починає вважати

бізнес своїм партнером і докладає зусиль до поліпшення бізнесового середовища через дерегуляторні ініціативи та розробку податкової реформи.

Перелік соціальних потреб, які слід вважати потенціальними напрямками для діяльності з соціально-відповідального бізнесу, доволі довгий. Він включає розвиток громадянського суспільства, розв'язання проблеми Чорнобиля, зменшення бідності, боротьбу з поширенням ВІЛ/СНІДу, реінтеграцію кримських татар, поліпшення соціального захисту та освіти. Від компаній очікують сприяння соціальному розвитку та поліпшенню бізнесового середовища.

Переваги впровадження соціальної відповідальності в бізнесі:

–Компанії, що славляться соціальною відповідальністю, мають більше переваг в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг клієнтів;

–Багато програм компанії в співтоваристві можуть сприяти розвитку навичок співробітників. Волонтерство та інші форми участі співробітників допомагають розвивати різні компетенції, включаючи командну роботу, планування і реалізацію, комунікацію, управління проектами, навички слухання і орієнтацію на клієнта;

–Активна участь у громадській діяльності створює позитивну репутацію серед зацікавлених сторін в компанії.

Тож, слід зазначити, що СВ це внесок бізнесу у досягнення цілей сталого розвитку, який передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи; це спосіб покращити ефективність роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах. Соціальна відповідальність є добровільною ініціативою (хоч є країни, для яких принципи соціальної відповідальності обов'язкові), і для її повноцінної реалізації важливо, як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними та міжнародними структурами тощо).

Література:

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством/А .М. Колот //Соціально-трудові відносини :теорія та практика : збірка наукових праць /М-во освіти і науки України , ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» .-2013.-№2(6).

УДК: 343.35:35.08

Фоміна О.О.,
к.е.н., доцент, здобувач наукового ступеня доктора економічних наук,
спеціальність 051 «Економіка»,
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»,
м. Покровськ

НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЙНИМИ ДІЯННЯМИ

Особливістю реалій існування українського суспільства є наявність корупційних діянь у сфері господарювання, їх багатоманіття та складність запобігання. Зважаючи на сформоване інституційне середовище, що має на меті подолання корупції, постійне реформування суспільних відносин в економічній, соціальній та правовій сферах, посередній рейтинг України за рівнем сприйняття корупції у світі, систематизація та аналіз нормативно-правового забезпечення боротьби з корупційними діяннями є достатньо актуальним.

В Україні прийнято чимало нормативних актів щодо протидії і запобігання корупції. Перш за все, це Закон України «Про запобігання корупції» від 14.10.2014 р. № 1700-VII, частиною першої статті 65 якого встановлено, що за вчинення корупційних або пов'язаних з корупцією правопорушень особи, зазначені в частині першій статті 3 цього Закону, притягаються до кримінальної, адміністративної, цивільно-правової та дисциплінарної відповідальності у встановленому законом порядку. Порядок притягнення до відповідальності за корупційні та пов'язані з корупцією правопорушення регулюються у кримінальній сфері Кримінальним кодексом України, Кримінальним процесуальним кодексом України; у разі адміністративних правопорушень – Кодексом України про адміністративні правопорушення; у разі дисциплінарних правопорушень – Кодексом законів про працю України, законами, статутами і положеннями, Етичними кодексами суб'єктів господарювання; у разі цивільних правопорушень – Цивільним кодексом України, Цивільним процесуальним кодексом України. Кримінальний кодекс України (ККУ) не містить буквально термінів «корупція» та «корупційний злочин» але передбачає кримінальну відповідальність за корупційні діяння, а саме злочини, передбачені статтями 191, 262, 308, 312, 313, 320, 357, 410 ККУ, у випадку їх вчинення шляхом зловживання службовим становищем; злочини, передбачені статтями 210, 354, 364, 364-1, 365-2, 368-369-2 ККУ. Кодекс України про адміністративні правопорушення встановлює відповідальність за правопорушення, пов'язані з корупцією відповідно до Глави 13-А. До нормативних актів забезпечення антикорупційної діяльності слід додати Кримінальну конвенцію про боротьбу з корупцією від 18.10.2006 р. № 994_101, а також Конвенцію ООН проти корупції, ратифіковану 18.10.2007 р. та чинною з 01.01.2010 р. Чинний Закон України «Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на

2014-2017 роки» від 08.08.2014 р. № 1699-VII, де зазначено, що необхідно ухвалити новий стратегічний документ, який би визначив першочергові заходи із запобігання та протидії корупції, які стануть основою для подальшого реформування у цій сфері; Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 265 «Про затвердження Державної програми щодо реалізації засад державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційної стратегії) на 2015-2017 роки», яка має за ціль створення ефективної загальнодержавної системи запобігання та протидії корупції на основі нових засад формування та реалізації антикорупційної політики.

Разом з тим, низка нормативних документів не передбачають конкретних санкцій за протиправні дії, а носять організаційну спрямованість. До них відносяться Конвенція ООН проти корупції, Кримінальна конвенція про боротьбу з корупцією, Цивільна конвенція про боротьбу з корупцією, Указ Президента України від 18 листопада 2005 р. № 1615/2005 «Про першочергові заходи щодо детінізації економіки та протидії корупції», Указ Президента України від 14.10.2014 р. № 808/2014 «Про Національну раду з питань антикорупційної політики». Всі нормативні акти створюють основу запобігання корупції, надають рекомендації щодо її подолання, встановлюють відповідальність за скоєння протиправних корупційних діянь (табл.1).

Таблиця 1 – Нормативні документи забезпечення боротьби з корупцією

№	Назва нормативного документа	Оприлюднення та дата прийняття
1	Конституція України	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141
2	Кримінальний кодекс України	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26, ст.131
3	Закон України «Про запобігання корупції»	Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 49, ст.2056
4	Кодекс України про адміністративні правопорушення (ст. 1-212) (ст. 213-330)	Відомості Верховної Ради Української РСР (ВВР) 1984, додаток до № 51, ст.1122
5	Закон України «Про Національне антикорупційне бюро України»	Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 47, ст.2051
6	Закон України «Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2014-2017 роки»	Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 46, ст.2047
7	Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної програми щодо реалізації засад державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційної стратегії) на 2015-2017 роки»	від 29 квітня 2015 року № 265
8	Постанова Верховної Ради України «Про прийняття за основу проекту Закону України про засади державної антикорупційної політики на 2020-2024 роки»	м. Київ 5 листопада 2020 року № 976-IX
9	Проект Закону України «Про засади державної антикорупційної політики в Україні на 2020-2024 рр.»	від 21.09.2020 № 4135
10	Наказ Міністерства юстиції України від 23.03.2012 № 448/5 «Про затвердження Порядку проведення	Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 26 березня 2012 р.

№	Назва нормативного документа	Оприлюднення та дата прийняття
	спеціальної перевірки наявності в осіб, які претендують на зайняття посад, пов'язаних із виконанням функцій держави або місцевого самоврядування, корпоративних прав»	за № 449/20762
11	Наказ Національного агентства України з питань державної служби 05.08.2016 № 158 «Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування»	Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 31 серпня 2016 р. за № 1203/29333
12	Наказ Міністерства фінансів України від 13.03.2015 № 333 «Про затвердження Порядку здійснення перевірки достовірності відомостей, зазначених у декларації про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру»	Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 15 квітня 2015 р. за № 418/26863
13	Закон України Про ратифікацію Конвенції Організації Об'єднаних Націй проти корупції	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 50, ст. 496
14	Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, № 49
15	Закон України Про ратифікацію Кримінальної конвенції про боротьбу з корупцією	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 50, ст.497
16	Кримінальна конвенція про боротьбу з корупцією (ETS 173)	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, № 47-48
17	Закон України Про ратифікацію Цивільної конвенції про боротьбу з корупцією	Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2005, №16, ст.266
18	Цивільна конвенція про боротьбу з корупцією	ратифіковано Законом № 2476-IV (2476-15) від 16.03.2005 р.
19	Стратегія комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції та плани заходів до неї	Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23.08.2017 р. № 576-р
20	Запобігання конфлікту інтересів у діяльності органів системи Міністерства внутрішніх справ	https://mvs.gov.ua/ua/pages/Informaciyniy_list_Pro_zapobigannya_ta_vregulyuvannya_konfliktu_interesiv_v_sistemi_MVS_.htm
21	Методичні рекомендації з питань запобігання та врегулювання конфлікту інтересів у діяльності осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, та прирівняних до них осіб	https://mvs.gov.ua/ua/pages/Metodichni_rekomendacii_z_pitan_zapobigannya_ta_vregulyuvannya_konfliktu_interesiv_u_diyalnosti_osib_upovnovazhenih_na_vikonannya_funkciy_derzhavi_abo_miscevogo_samovryaduvannya_ta_pririvnyanih_do_nih_osib.htm

Також зазначимо, що у таблиці представлені документи загальнодержавного значення щодо регулювання відносин забезпечення боротьби з корупційними діяннями. Окремо можна досліджувати особливості забезпечення боротьби з корупційними діяннями в межах діяльності окремих суб'єктів господарювання, зокрема запобігання конфлікту інтересів різних органів публічного управління, формування та впровадження в діяльність специфічних антикорупційних законів, етичних кодексів суб'єктами господарювання. Зважаючи на чималу кількість нормативних документів

протидії та запобігання корупції, проблема залишається невирішеною. Заважає реалізації положень нормативних актів здебільшого відсутність простору суспільної довіри до правоохоронних органів. Саме довіра виступає як норма, що регулює взаємовідносини суб'єктів господарювання та формує чіткі очікування результатів соціальної взаємодії. Серед ключових передумов творення простору суспільної довіри в Україні велике значення має необхідність врахування особливостей українського соціуму, стадії формування громадянського суспільства, переважних ціннісних орієнтацій господарюючих суб'єктів та їх інтересів, специфічних умов та можливостей їх трансформації на шляху розвитку демократичної держави.

Література:

1. Законодавство України. Офіційний вебпортал парламенту України. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>

УДК: 332:334.01

Якушев О.В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

Артёмов Д.Ю.,

*здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ВПЛИВ УРБАНІЗАЦІЇ НА ПРОЦЕСИ ПОБУДОВИ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ В РЕГІОНІ

Вплив глобалізації на показники урбанізації обумовлює надзвичайно важлива відмінність між нинішніми тенденціями і тенденціями минулого. Міста отримують більшість благ, принесених глобалізацією та поступовою інтеграцією економік країн світу. Люди прямують туди, де є робочі місця, які, своєю чергою, з'являються там, де здійснюються капіталовкладення і економічна діяльність. І те, і інше все частіше концентрується в містах, великих і малих, або навколо них. Однак далеко не всі міста створюють достатню кількість робочих місць, що дозволяє задовольнити потреби їх мешканців, число яких все збільшується. Місто - це унікальне середовище, яке здатне змінюватися, насамперед, завдяки зусиллям його жителів, які не бояться вдосконалювати суспільство завдяки впровадження технологічних благ, здатних створювати комфортне життя у місті. Йдеться про вплив урбанізації на процеси побудови смарт - економіки в регіоні [1].

Технології смарт - економіки – це, насамперед, інструмент підвищення туристичної привабливості сучасних регіонів. В результаті застосування технологій смарт - економіки в містах стають активними та поширеними такі компоненти, як: велика кількість точок доступу до Wi-Fi; послуга з обміну автомобільними засобами; доступ до державних послуг в режимі он-лайн, що відзначається своєю швидкістю та уникненню «живих черг»; безперебійне та стабільне покриття 4G; система руху транспорту, оптимізована до умов сучасного суспільства; практична відсутність трафіку на дорогах; активні технології утилізації та переробки сміття відповідно світових екологічних норм; можливість прийняття участі громадян у вирішенні важливих соціальних питань, у тому числі тих, що стосуються розвитку міста; встановлення та використання екологічно чистих джерел енергії тощо.

Яскравими прикладами надбань самарт - економіки є такі: зменшення дорожніх заторів завдяки отримання світлофорами від датчиків та автомобілів необхідної інформації; можливість «спілкування» автомобілів із паркоматами і зарядними станціями для електромобілів (EV) та направляти водіїв до найближчого місця для зарядки; здатність «розумних» сміттєвих баків повідомляти відповідні компанії про необхідність переробки відходів; можливість громадян міста завдяки цифровим особистим даним та посвідчення водія у смартфоні швидко та зручно користуватися послугами міста та місцевого самоврядування [2].

На сьогодні майже половина всього світового населення проживає в містах. Це близько 4,2 мільярда жителів. Прогнозується подвоєння кількості міського населення до 2050 року, тобто майже 7 із 10 людей у світі житимуть у містах.

Близько 80% світового ВВП генерується саме в містах, а тому урбанізація може сприяти збільшенню продуктивності праці, дозволяючи впроваджувати інновації та нові ідеї для населення міст, тим самим змінюючи застарілі форми управління містами шляхом впровадження смарт – економіки.

Однак динаміка урбанізації зазнає перешкод, щоб рухатися вперед, наприклад, задоволення прискореного попиту на доступне житло, добре зв'язані транспортні системи та іншу інфраструктуру, основні послуги, а також робочі місця, особливо для майже 1 мільярда бідних міських жителів, які мешкають у неформальних поселеннях бути поруч із можливостями. В результаті наростання конфліктів 60% примусово переміщених людей проживають у міських районах.

Розширення використання земель у містах швидше росту населення майже на 50%, що, за передбаченням експертів, за тридцять років додасть світові 1,2 млн. км² нової міської забудованої території. Це впливатиме на землю та природні ресурси, що призводить до небажаних наслідків; міста споживають дві треті частини світового споживання енергії і порожують більш як 70% викидів парникових газів.

Також міста, на жаль, активно змінюють клімат, що тягне за собою ризик катастроф. Майже півмільярда міських жителів проживають у прибережних

районах, збільшуючи свою вразливість до штормових сплесків та підвищення рівня моря. У 136 найбільших прибережних містах проживає 100 мільйонів людей, або 20% їх населення, та активи на 4,7 трлн. Близько 90% міської експансії в країнах, що розвиваються, знаходиться поблизу районів, схильних до небезпеки, і будується за допомогою неформальних та незапланованих поселень.

На сьогодні міста перебувають на передовій боротьби з епідеміями. Пандемія COVID-19 показує, наскільки якісно здійснюється планування і управління містами, і як це впливає на рівень, в якому кожне місто здатне функціонувати, особливо в кризові часи.

Національним та місцевим органам влади належить відігравати важливу роль, щоб зараз вжити заходів, сформувати майбутнє свого розвитку та створити можливості для всіх [3].

Можливість використання смарт – економіки в регіонах залежить від багатьох факторів. Насамперед, це – фінансові ресурси міст, обізнаність громадян у функціонуванні сучасних інформаційних технологій, ініціатива з боку громадян щодо їх впровадження, а також достатня кількість неофіційних голосів «за» впровадження смарт - технологій від жителів міст.

Ми пропонуємо такі заходи щодо впровадження та досягнення ефективності функціонування смарт - економіки в системі розвитку регіонів України: переосмислення ролі адміністративних органів міст в житті кожного громадянина як користувача «розумними» інформаційними технологіями; залучення громадян до вирішення важливих для міста питань у державних, громадських та бізнес інституцій; поступова заміна застарілих систем управління містами новітніми автоматизованими системами; всебічне заохочення груп громадян, які всіляко ініціюють впровадження інноваційних моделей функціонування сучасного міста; створення всеосяжної стратегії даних і платформ даних для реалізації проєктів в даному напрямку; отримання політичної підтримки проєктів розвитку міста, що передбачають інтеграційні процеси в сучасне суспільство; створення системи управління процесами впровадження інноваційних технологій конкретного міста; розробка взаємопов'язаних комплексних підходів до реалізації проєктів «розумних міст» з метою охопити якомога більше сфер життєдіяльності громадян в містах.

Завдяки запропонованим заходам і є можливим досягнення успіхів у будь-яких аспектах адаптації системи смарт - економіки в регіоні. Значне економічне зростання та потенціал, який приносить технологія смарт - економіки для будь-якого міста і для людства загалом, можливо реалізувати виключно дотримуючись правильного підходу та завдяки підтримки з боку як громадян, так і держави.

Література:

1. Ящишина І.В., Коновалова М.В. Концепція SMART CITY та її реалізація в Україні. Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економіка міста та урбаністика», КНЕУ, березень 2018 р. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/24388/236-239.pdf;jsessionid=D68D0552339B11A88CD4BE909ABCADB1?sequence=1>

2. What is a smart city? URL: <https://www.thalesgroup.com/en/markets/digital-identity-and-security/iot/inspired/smart-cities>

3. Urban Development URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview>.

УДК 332.146:330.

*Хижняк І.О., Олійник В.Ю., Кулик Л.А.,
здобувачі освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

СОЦІОКУЛЬТУРНА СКЛАДОВА ВІТЧИЗНЯНОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ

Людство, починаючи з епохи рабства, активно формувало моделі ділового середовища відповідно до стрижневих економічних інтересів влади: забезпечення цільової дії держави, системного контролю за діяльністю в регіонах. Особливої гостроти набували питання економічної, політичної, ідеологічної, військової, соціальної безпеки

Досить коротка історія бізнесу в Україні характеризується великим динамізмом. Відроджене на рубежі 80-х - 90-х рр., бізнес-середовище сьогодні відіграє стрижневу роль в економічному розвитку країни й вирішенні соціальних проблем. Розкриваючи питання щодо сутності бізнес-середовища та історії його теоретичного осмислення в Україні, варто враховувати три обставини [1, с. 9].

По-перше, цей інститут не так давно став легітимним (порівнянно з країнами Європи, де певний бізнес має історію багатьох поколінь). Підприємницька діяльність ще не певною мірою інституціоналізована, межі цього шару дуже розпливчасті.

По-друге, існує різниця в підходах до бізнес-середовища з погляду юриспруденції і з погляду інших соціально-економічних наук, таких як економічна теорія, соціологія тощо. Здійснення бізнес-функцій в Україні трактується досить вільно, й найважливішим моментом її вважається «отримання прибутку». У зв'язку з цим до індивідуальних бізнесменів зараховують вуличних торговців і т.д., що не відповідає описаним вище характеристикам бізнесмена як людини, що володіє нестандартним мисленням. Це спотворення терміна в законодавчих актах пов'язано, на нашу думку, з неможливістю економічної політики держави забезпечити зайнятість населення та гідну соціальну допомогу.

По-третє, трансформація економіки України збіглася в часі з глобальними змінами в розвинених країнах, які виступили на поріг інформаційного

суспільства. «Найважливішою рисою постіндустріального суспільства стає наростання надекономічних цінностей» [2, с. 143].

Відбувається поступова, але досить чітко виражена деекономізація розвитку суспільства. Це виражено в дематеріалізації багатства, структури виробництва, переорієнтації характеру праці в бік соціокультурної сфери, зміні структури потреб.

Отже, надекономічна домінантна української соціокультурної традиції тісно переплітається з більш вузькими постеконічними тенденціями сучасного розвитку. Необхідно зазначити, що за своїми характеристиками українські соціокультурні цінності переплітаються з цінностями інформаційного суспільства та в цьому можуть бути дуже перспективними. Український бізнесмен, його ціннісна орієнтація, потенціал, який він несе, стає певним благом для розвитку цивілізації або регіону [3, с. 106].

Ще однією істотною характеристикою бізнес-середовища України є наявність значної диференціації усталених норм ведення бізнесу, звичаєвого права – усіх ти характеристик, які ми розуміємо під культурою ведення бізнесу за регіональною ознакою. Тому для усіх регіонів України запроваджені єдині законодавчо встановлені норми ведення бізнесу. Але можна зробити невтішний висновок про неефективність як першої неформалізованої групи норм ведення бізнесу, так і другої, закріпленої законодавчо та жорстко регламентованої.

Отже, Україна на базі власної культури виробила певний тип бізнес-середовища, який ефективний тільки у відповідному регіональному просторі. На основі ретроспективного аналізу стає можливим пояснення, чому так відбувається. Можна стверджувати, що бізнес-середовище регіону має стійку генетичну пам'ять, входить в ядро певної культури окремого регіону й встановлює свої правила взаємин. Це пов'язано з соціально-психологічним феноменом, якому властивий свій дух, комплекс зв'язків, які існують в історичній дійсності та мають культурне значення.

Література:

1. Рибій. О. Інституціоналізм // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – с.290.
2. Фінагіна О. В. Соціальні трансформації та особливості їх інституціоналізації в українському суспільстві /О. В. Фінагіна, В. В. Поддубняк // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2011. – № 4. – С. 142-146.
3. Сурай А. С. Бізнес-середовище – пріоритетна складова і тригер розвитку регіонів України. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія: Економіка. Маріуполь: ДонДУУ, 2018. № 2 (79). С. 105–113.- Режим доступу: nbuv.gov.ua › j-pdf › Nzhm_2018_2_17

СЕКЦІЯ 3

Перспективи розвитку аграрного менеджменту

УДК 330:339.138

Король І.В., Сергієнко О.А.
здобувачі освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 075 «Маркетинг»,
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Підприємства агропромислового комплексу змушені враховувати постійні зміни внутрішнього і зовнішнього середовища, працювати в умовах ризику. Невизначеність ситуації, відсутність своєчасної достовірної інформації призводить до настання ризику. Маркетингова діяльність підприємств агропромислового комплексу є запорукою їх тривалого існування в ринкових умовах і тому саме маркетингові ризики підприємства мають високе значення.

Для сфери агропромислового комплексу виділяють такі джерела ризиків, в тому числі і маркетингові:

- соціально-економічне середовище;
- природно-кліматичні умови;
- людський фактор [2].

Наслідком впливу маркетингових ризиків є низькі обсяги реалізації продукції в порівнянні із запланованим і показниками, що тягне недоотримання виручки і веде до недоотримання запланованого прибутку або отримання збитків.

Також маркетингові ризики діляться на внутрішні і зовнішні [3]. До внутрішніх маркетингових ризиків відносяться: ризик затягування термінів проведення маркетингового дослідження, ризик низької кваліфікації маркетологів. До зовнішніх ризиків, наприклад, відноситься ризик втрати товару при транспортуванні, неправильний вибір ринку збуту.

Залежно від причини виникнення, маркетингові ризики підприємств агропромислового комплексу поділяють по маркетинговим рішенням, в більш загальному сенсі - по основним маркетинговим інструментам, так званих «4Р»:

- цінові ризики - ризики, пов'язані з ціновою політикою, наприклад, для підприємств агропромислового комплексу основними орієнтирами по ціновій політиці є купівельна спроможність населення, цінова пропозиція вітчизняного та міжнародного ринків;

- товарні ризики - ризики, пов'язані з товарною політикою; продукція підприємств агропромислового комплексу в більшості випадків є стандартизованою, повинна відповідати державним вітчизняним нормам і міжнародним стандартам, відповідно до розміщення ринку збуту;

- ризики розподілу (збутові) - ризики, пов'язані з політикою розподілу, наприклад, ризик того, що обраний канал збуту, не забезпечить запланованого обсягу виручки;

- ризики просування (комунікаційні) - ризики, пов'язані з політикою просування; низький рівень розвитку комунікаційної та інформаційної складових ринкової інфраструктури перешкоджає швидкому просуванню продукції.

Для зменшення рівня фінансових маркетингових ризиків можна:

1. Виявити область підвищеного ризику, його ступінь, прийняти правильне рішення для його максимально можливого зменшення або взагалі запобігти ризику. Уникнення ризику означає відмову від реалізації заходу, пов'язаного з ризиком. Зниження ступеня ризику передбачає скорочення ймовірності та обсягу втрат. Серед способів зниження ступеня ризику можна виділити: створення резервів, запасів; зовнішнє страхування або розподіл ризику [1].

2. Збереження ризику - переважно відмова від дій, спрямованих на відшкодування збитків, або його компенсація за певними спеціальним джерел (фонд ризику, фонд самострахування, кредити тощо). Наприклад, відшкодування ризику здійснюється за рахунок коштів інвестора.

3. Передача ризику - передача відповідальності за настання ризику третім особам (страховикам) при збереженні існуючого рівня ризику. Наприклад, можливе страхування ризику.

4. Зменшення рівня ризику, можливо за умови: зниження рівня ризику внаслідок зменшення величини втрат або ймовірності їх настання або одночасної зміни величини втрат і ймовірності їх настання.

Системою зниження маркетингових ризиків підприємства є можливість впливу на поведінку споживачів за допомогою врахування інтересів суб'єктів маркетингової взаємодії: підприємства і споживачів; формування стратегій управління поведінкою споживачів; створення ефективної організаційної структури; формування інформаційних ресурсів; раціонального позиціонування пропозиції, створення затребуваних домінантних атрибутів товарів і оцінки ефективності діяльності по формуванню факторів впливу на поведінку споживачів [2].

Вважаємо ефективним засобом зменшення маркетингових управлінських ризиків мотивацію. Формування мотивації - матеріальній або нематеріальній - у фахівців-маркетологів може підвищити рівень самооцінки, сили волі, прагнення до успіху і уникнення невдач, готовності до ризику, який може дати позитивний ефект.

В процесі роботи досліджені види маркетингових ризиків у сфері агропромислового комплексу, проведено їх характеристику і аналіз, обґрунтовані можливі втрати в разі їх виникнення. Доведено необхідність класифікації маркетингових ризиків за напрямками: фінансовим і управлінським.

Сучасна нестабільність економічного середовища робить підприємства агропромислового комплексу уразливими до дії ризикових несприятливих подій, пов'язаних з маркетинговою діяльністю підприємства.

Література:

1. Колибаба Р.О. Класифікація ризиків сільськогосподарського виробництва. Інструменти мінімізації ризиків [Електронний ресурс] / Р.О. Колибаба // Інтернет-ресурси Міністерства фінансів України. - Режим доступу: <http://minfin.gov.ua/control/uk/publish>.
2. Лях Я.Ю. Сутність маркетингових ризиків та їх класифікація / Я.Ю. Лях // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. - 2013. - Т. 2, №2 (7). - С. 185-191.
3. Окландер Т.О. Сутність и класифікація маркетингових ризиків промислових підприємств / О.Т. Окландер // Вісник Хмельницького національного університету. - 2011. - Т.2, №6. - С. 89-93.

УДК: 336.016

*Харченко В.А.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

СПОСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ АГРОПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку аграрної сфери України основною умовою досягнення ефективності для більшості агропідприємств є вирішення проблеми інтенсифікації господарських процесів, тобто набуття потенційних можливостей зростання обсягів кінцевої продукції, отриманих з одиниці земельної площі або з голови худоби. Інтенсифікацію господарських процесів агропідприємства як комплексний процес слід розглядати через вплив окремих внутрішніх факторів виробництва, дію зовнішніх сил та чинників впливу. При цьому слід відрізняти різні фактори які безпосередньо впливають як на виробництва, так і на протікання процесу інтенсифікації. Останні дозволяють покращити використання виробничих засобів, удосконалити системи організації виробництва і управління ним, проводити структурні зміни, підвищувати кваліфікацію кадрів, раціонально здійснювати розміщення і спеціалізацію суб'єктів господарювання та їх окремих підрозділів. Серед основних комплексних заходів, які забезпечують ефективність агропідприємства, важливе місце має саме економічно обґрунтований рівень інтенсифікації виробництва.

Проблематиці загальної інтенсифікації виробничих процесів присвячено праці багатьох вчених, таких як В. Амбросов, В. Андрійчук, В. Бойко, О. Бугуцький, П. Гайдуцький, М. Дем'яненко, С. Дем'яненко. Водночас бракує сучасних досліджень, зміст яких було б присвячено імплементації знань, нагромаджених у загальній теорії інтенсифікації виробничих процесів, безпосередньо у аграрну сферу України. При цьому найбільшу актуальність ця тематика представляє для Черкаської області, яка має аграрну специфіку

господарських процесів. Саме тому метою даного дослідження було обрано аналіз найбільш ефективних способів інтенсифікації господарських процесів агропідприємств.

Аналіз практики діяльності агропромислових підприємств України дозволив виокремити три різні варіанти реалізації на практиці процесу інтенсифікації господарських процесів. За умови вибору першого варіанту, агропідприємства мають постійно збільшувати обсяги витрат, що вкладаються ними у аграрні об'єкти (земельні ділянки, худоба, багаторічні сільськогосподарські насадження, техніка, об'єкти інфраструктури тощо), що дозволить отримати стабільний, завчасно відомий приріст продукції на одиницю об'єкта. Тобто, за цим варіантом віддача від одиниці витрат на одиницю об'єкта є постійною і збільшити розмір віддачі можливо лише шляхом збільшення обсягу витрат. Іншими словами перший варіант пов'язаний з простим відтворенням і його реалізація вимагає від підприємства постійного пошуку фінансових ресурсів.

Другий варіант інтенсифікації господарських процесів агропідприємств пов'язаний з отриманням більше продукції з одиниці об'єкта на одиницю витрат порівняно з попередніми питомими розмірами витрат. Цей варіант є найбільш прогресивним і в його основу закладено розширене виробництво. Реалізувати такий варіант можливо виключно за умови переведення виробництва та технології на інноваційну основу, використання докорінно нових підходів, інструментів та заходів, у основі яких лежать інновації. Реалізувати цей варіант неможливо без високопрофесійних, здатних до розробки і привласнення нововведень й інновацій працівників, рівень мотивації яких на досягнення має бути досить високим.

Третій варіант інтенсифікації господарських процесів агропідприємств є деструктивним і пов'язаний зі скороченням обсягів продукції, яку отримує підприємство з одиниці сільськогосподарського об'єкта при незмінному розмірі витрат. Ймовірність настання такого варіанту саме для агропромислової сфери є досить високою, якщо не докладати зусиль у напрямі безперервної модернізації обладнання, використання провідних технологій виробництва, переведення діяльності на екологічно безпечні технології тощо.

З метою оцінки ступеня інтенсифікації господарських процесів агропідприємств можуть бути використаними загальні та часткові показники оцінювання. При цьому часткові показники включають матеріаломісткість, фондомісткість, трудомісткість та розвиток виробничих систем, види виробництв, напрямки технічного розвитку, показники ресурсної ефективності виробничої системи [1]. Саме за динамікою кожного з перелічених показників можна отримати чітку картину відносно того, який саме варіант інтенсифікації спрацював на практиці і вчасно розробити заходи щодо покращення ситуації.

При здійсненні інтенсифікації господарських процесів в аграрній сфері доцільним є застосування ефективних засобів і факторів виробництва, що забезпечують отримання цільових результатів і економічного ефекту в розрахунку на одиницю ресурсного потенціалу. Додаткові вкладення, як один із

способів інтенсифікації спрямовані на збільшення обсягу виробництва з кожного гектара землі, підвищення якості та зниження собівартості продукції, прискорення окупності виробничих витрат, зростання продуктивності праці. За сучасних умов інтенсифікація господарських процесів агропідприємств базується на збільшенні обсягів випуску конкурентоспроможних товарів, скороченні витрат робочого часу на одиницю продукції, зростанні її якості, впровадженні коротшого виробничого циклу, підвищенні врожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин [2].

Таким чином, інтенсифікація господарських процесів агропідприємства має багатофакторний характер і вимагає комплексного, системного підходу до його дослідження та впровадження. Інтенсивний розвиток сільськогосподарства за такого підходу сприятиме економічному зростанню сільськогосподарських підприємств, формуванню кваліфікованого людського капіталу, забезпеченню продовольчої безпеки та збереженню довкілля. Отримання таких результатів дозволить стабілізувати й вивести з кризового стану економіку країни та перетворити аграрну сферу на одну з найбільш ефективно функціонуючих в країні.

Література:

1. Мазур К.В., Кубай О.Г. Менеджмент аграрного підприємства. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 284 с.
2. Рябенко Г.М., Бондаренко І.Д. Особливості управління діяльністю аграрних підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 13. 2016. С. 356-359.

УДК 657.6-051

Бітюк І.М.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

Подухайло Т.А.,

*здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки, жорсткої конкурентної боротьби підприємств, впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, мінливості економіки сучасним підприємствам необхідно в процесі планування своєї діяльності швидко реагувати на зміни середовища та враховувати можливі ризики.

Поняття «ризик» має тривалу історію. Слово "ризик" походить від грецького слова «ridsicon» - скеля; в італійській мові «risico» - небезпека; у французькій мові - «risdoe» - загроза, ризикувати, в латинському «risicare», що означає «зважитися» [1].

Ризик - це повсюдне і характерне супутнє явище функціонування організацій в сьогodнішній нестабільній середовищі [4].

Ризик-менеджмент - це систематично повторюваний набір взаємозв'язаних дій, спрямованих на управління потенційними ризиками, з метою зниження імовірності їх виникнення або зменшення їх впливу на організацію та її цілі.

Ризик-менеджмент складається з декількох взаємопов'язаних етапів - за різними методиками з них виділяють 4, 5, 6 чи 8. Проте, найчастіше в економічній літературі використовуються шість основних етапів, а саме:

1. Ідентифікація ризиків дає можливість визначити основні межі, в яких потрібно управляти ризиками. Основними елементами ідентифікації ризиків є: подія, причини виникнення, фактори впливу, вид ризику, методи виявлення, можливі наслідки, імовірність настання, ступінь та тяжкість впливу.

2. Аналіз ризиків. Розглянемо основні методи аналізу ризиків:

- якісний, що включає статистичний метод, метод аналізу доцільності витрат, метод експертних оцінок; метою такого аналізу є визначення джерел та основних причин виникнення ризику.

- кількісний, що включає метод побудови дерева рішень, аналітичний метод та метод використання аналогів; метою такого аналізу є оцінка ступеню впливу можливого ризику на підприємство.

3. Оцінка ризику є одним з складних та відповідальних дій підприємства. Адже, за її результатами підприємство розробляє свої подальші дії та встановлює ступінь впливу ризиків на нього. Проте, варто зазначити, що не всі ризики можна ліквідувати але їх вплив можна мінімізувати. Для прикладу, такий ризик як зміна законодавства: підприємство може лиш пристосовуватися до таких умов та мінімізувати вплив.

4. Розробка плану дій, щодо ліквідації ризику або пом'якшення його впливу на підприємство.

5. Зниження впливу ризику на підприємство, з метою недопущення непередбачених витрат.

6. Моніторинг та контроль ризиків це планування нових ризиків, слідування за ідентифікованими ризиками, а також за тими, які занесені в список для постійного нагляду, перевірки і виконання операцій реагування на ризику та оцінки їх ефективності впродовж життєвого циклу підприємствах [3].

Щодо процесу управління ризиками, одним з її важливих складових це процес прийняття рішень, який заснований на аналізі ризиків. Розглядаючи зовнішні та внутрішні фактори впливу, особливу увагу варто приділити економічним, технічним, соціальним та політичним ризикам. Підприємець при цьому розробляє тактику та стратегію дій, аналізує та порівнює можливі

профілактичні та регулятивні заходи. А потім вже відбирає ті, які тактичні дії, які будуть мінімізувати існуючий ризик [2].

Критичною фазою процесу управління ризиками є вибір оптимального рішення. Дана фаза починається з визначення рівня ризику, далі проводиться оцінка економічних витрат та альтернативних рішень для зниження ризику, а також розраховуються можливі економічні вигоди. Після цього приймається рішення про впровадження заходів щодо зменшення ризику або рішення про його подальший моніторинг у разі високого ступеня невизначеності, пов'язаного з сучасним рівнем знань, а отже, і неможливості зменшення ризику на етапі прийняття рішень.

Література:

1. Васюренко О.В. Ризик як складова економічних процесів // Фінанси України. – 2015. – № 7. – С. 68–74.
2. Економічний ризик: методи оцінки та управління [Текст]: навч. посібник / [Т. А. Васильєва, С. В. Леонов, Я. М. Кривич та ін.] ; під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. – Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2015. – 208 с.
3. Черчик Л. Система ризик-менеджменту підприємства: сутність та складові / Л. Черчик, І. Івашкевич, С. Бегун // Економічний форум. 2017. № 1. С. 178–184.
4. Шепеленко О.В. Управління підприємницькими ризиками суб'єкта господарювання/ О.В.Шепеленко // Економічні науки: Вісник ДонНУЕТ. – 2011. - № 4(52), с. 189-199.

UDC: 330.322.2: 338.43

*Khoroshun Y.,
candidate of the PhD,
specialty 051 «Economics»,
Cherkasy State Technological University, Cherkasy*

STATE REGULATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE

The scope of investment resources in the Ukrainian agricultural sector is not sufficient for the strategic sustainable development of the industry. One of the reasons for this is that agriculture is vulnerable to natural adverse conditions (climatic and weather), the presence of pests, diseases, emergencies. Agricultural entrepreneurship is accompanied by high risks due to changes in projected production volumes in the case of crop failures, cyclical fluctuations in prices and incomes. The riskiness of the industry does not increase the investment attractiveness of this area for external and domestic investors, who, as a rule, direct investments to replenish working capital, rather than to the creation of fixed capital and the introduction of modern technologies. That is why the agro-industrial complex and the agricultural sector are under increased attention of the state and require constant support and

regulation to stimulate investment activity in agriculture within the long-term state investment and agricultural policy of the state.

State regulation of investment activity in the agro-industrial complex and agrarian sphere should be considered as a set of legal, administrative and economic measures of the state aimed at spreading and intensifying investment processes (in the agro-industrial complex and agrarian sphere) aimed at developing agricultural production and increasing its competitiveness.

The analysis of the state and the modern development problems of the agro-industrial complex, the agricultural sector of the national economy of Ukraine, allows us to identify strategic goals of state regulation investment activities in the studied areas (Fig. 1).

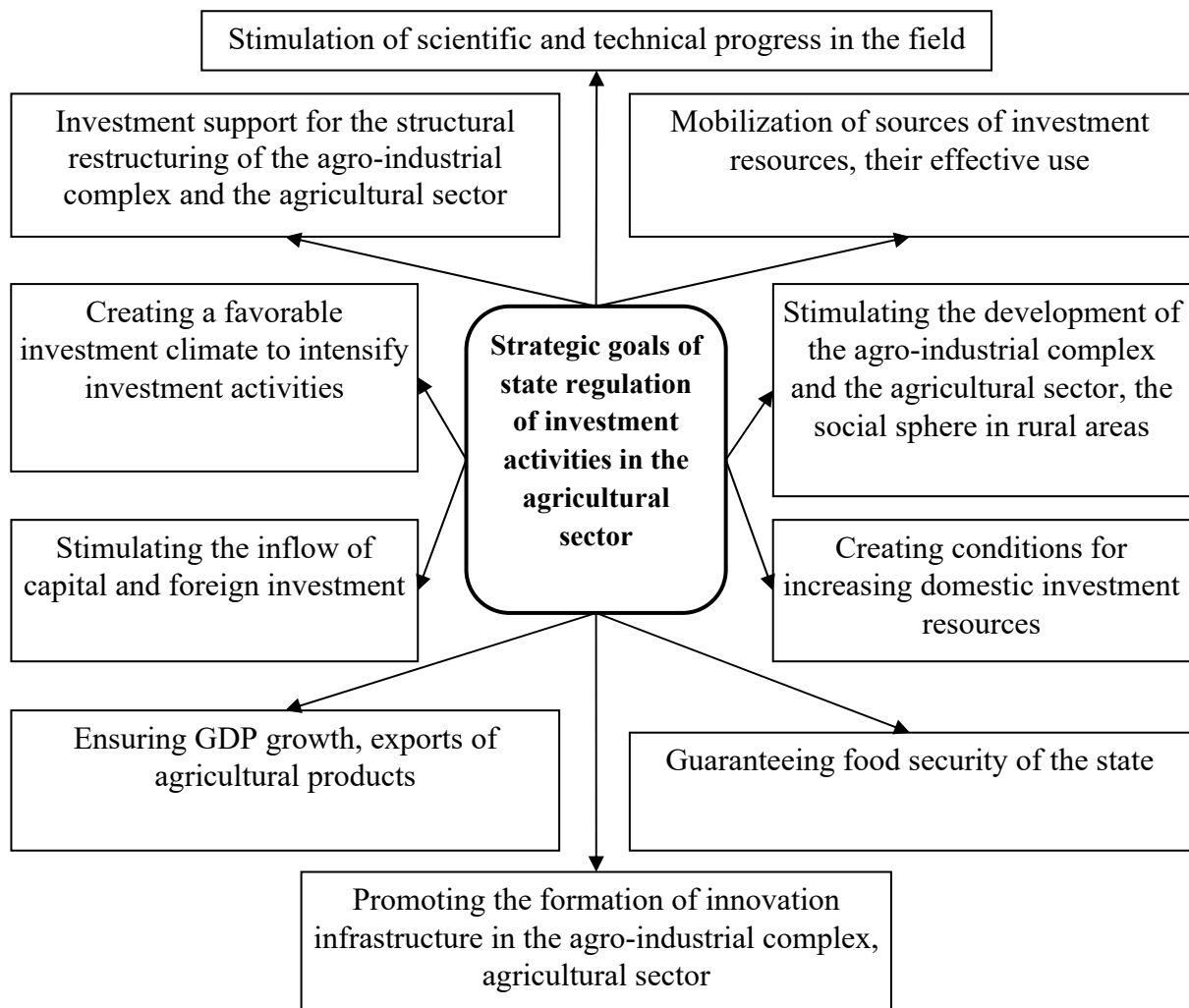


Fig. 1. Strategic goals of state regulation of investment activity in the agro-industrial complex and the agricultural sector of the economy

Source: developed by the author for [1-3]

According to the current legislation, state regulation of investment activities is carried out in the following forms: direct management of public investments; regulation of conditions of investment activities, including organizational, legal,

economic, monetary methods; control over the legality of investments by all participants in investment activities.

To regulate investment activity, the state is endowed with appropriate levers (Fig. 2):

1) direct action in the form of centralized state capital investments and public procurement; determining the conditions and implementation of specific actions for public investment; placement of state orders and control over their implementation; control over the legality of investments by all participants;

2) indirect regulation of the investment environment and conditions of investment activities using: organizational and legal methods (development of relevant legislation; state norms and standards in the investment sphere; licensing of investment activities; state examination of state programs and projects; antitrust measures; privatization and privatization; conditions of use of land and other natural resources); economic methods (incentives through the tax mechanism, depreciation policy, pricing system, financial assistance); using direct monetary and budgetary levers (open market operations with government securities, NBU discount rate policy), etc.

The state acts as the most important institution that promotes investment and innovation development in the agricultural sector. To solve the problem of attracting foreign investment, it is necessary to take appropriate measures that would increase the investment attractiveness of enterprises, industries and the country as a whole. Taking into account the experience of most foreign countries, it is necessary to develop a comprehensive program to attract foreign investment both in the country and in individual regions and industries.

Current measures of state support for investment projects need to be developed:

- tax benefits, reduction of tax pressure on enterprises: exemption from income, tax, exemption from VAT and duties on import of new equipment, exemption from taxation of profits sent to purchase new equipment and capital construction;
- provision of land plots necessary for the implementation of the investment project;
- construction / reconstruction of related infrastructure facilities necessary for the implementation of the investment project, at the expense of the state;
- granting loans at preferential interest rates based on the differentiation of enterprises on such grounds as the level of land fertility, the share of own funds in the estimated cost of construction of agricultural facilities, the share of farm and processing revenues in the value of products sold by agricultural enterprises;
- implementation of lending programs and issuance of targeted loans for the construction of facilities of economic and social significance;
- introduction of mortgages secured by real estate, including land, use and development of leasing as one of the areas of the agricultural credit system.

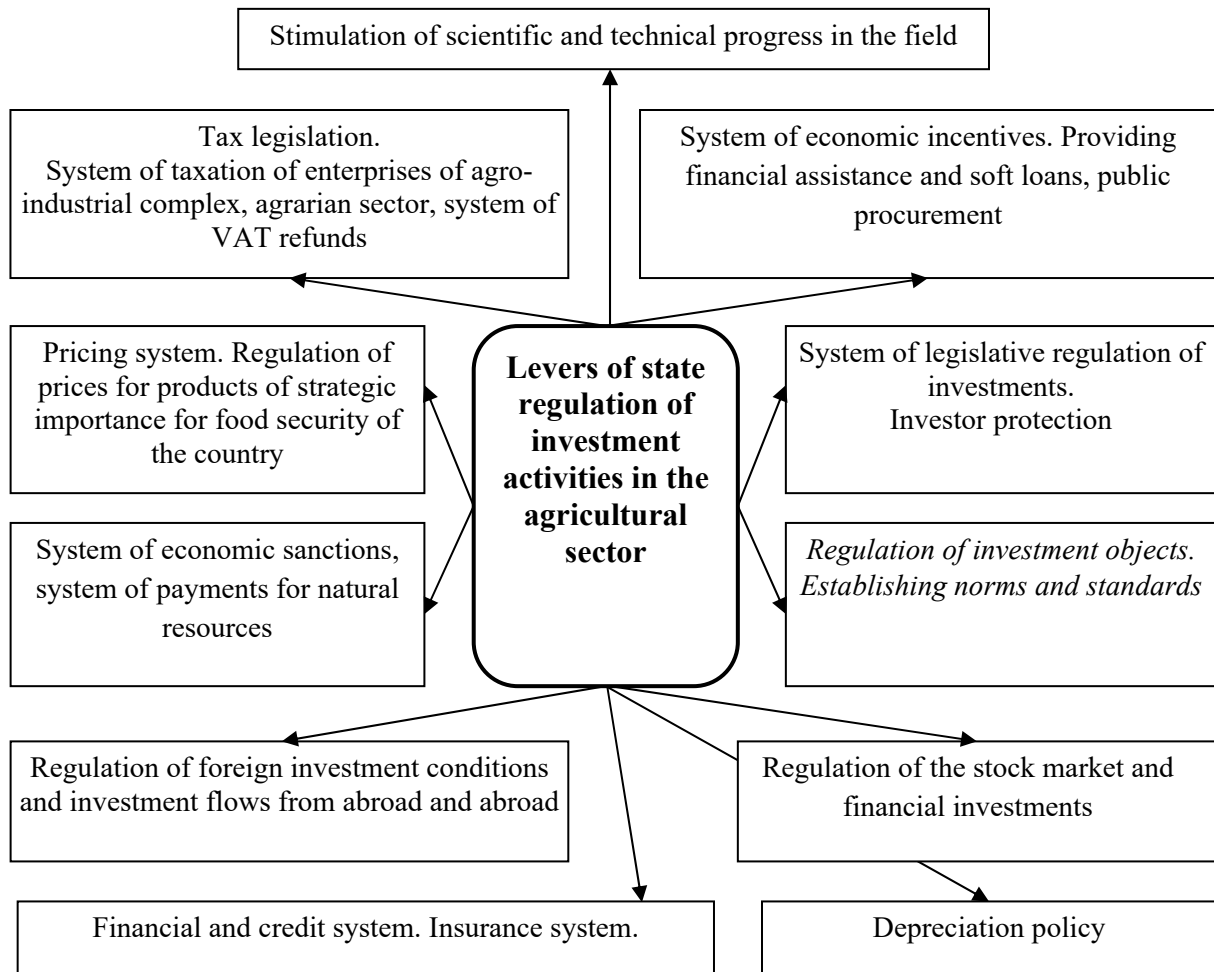


Fig. 2. Levers of state regulation of investment activity in the agro-industrial complex and the agricultural sector of the economy

Source: developed by the author for [4-6]

The system of state regulation of the development of investment support of the agricultural sector should be expressed in: the development of a balanced long-term policy of industrial development of the country; development and improvement of the existing legal and regulatory framework both for the investment activities of agricultural producers and the functioning of the entire economy; improving the taxation system of agricultural enterprises (tax benefits, tax holidays); maximum simplification of bureaucratic procedures regarding the investment process; formation of flexible schemes of financial support of the investment process; ensuring adequate financing of priority sectors for the development of Ukraine's economy, in particular the agro-industrial complex and the agricultural sector; promoting the development of a stable, transparent and efficient stock market that meets international standards; formation of the investment risk insurance system; creation of special economic zones; stimulating the introduction of resource-saving technologies; fight against corruption and crime; stimulating the improvement of environmental conditions; stimulating farmers to export their products, which also contributes to the inflow of investment in the agricultural sector. The processes of cooperation, specialization and

integration in agriculture need state regulation, stimulation and support, as the main factors that can significantly affect the development of investment processes in the industry and contribute to increasing the amount of investment resources in the industry.

Only a balanced state investment policy in the agricultural sector should become one of the main ways out of the financial material and technical crisis in which the country's agriculture finds itself and, in turn, will increase investment in the agro-industrial complex and the agricultural sector of the economy.

References:

1. Gotra V. B. Current state, factors of provision and directions of intensification of investment activity in the field of agriculture. Actual problems of economics. 2015. № 6. Pp. 114-121.
2. Mamontova N. Improving the mechanism of investment support for the development of agriculture in Ukraine. *Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University*. 2017. № 6(34). Pp. 8-13.
3. Stepanenko V., Chenshova N. Questions of research of experience of legal regulation of investment activity in the agrarian sphere. URL : http://www.pravoisuspilstvo.org.ua/archive/2020/6-2_2020/part_2/23.pdf.
4. Дзюрах Yu. Features of state regulation of investments in agriculture of Ukraine. <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/УДК%20351.82.631.164.23%28477%29>.
5. Kravchun O. Mechanisms of state regulation of investment activity in Ukraine. Theory and practice of public administration. 2012. Вип. 3 (38). Pp. 323-332.
6. Lialina N., Chavykina O. Analysis of investment activity in agriculture of Ukraine and determination of directions of its activation. *Black sea economic studies*. 2020. Вип. 52-2. Pp. 23-28.

УДК 631.1

Якушев О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

Якушева О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

Дмитренко Б.В.,

здобувач освітнього ступеня магістр, спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю української національної економіки. Україна володіє потужним агропромисловим

комплексом, сприятливим кліматичними умовами та якісними природними ресурсами, що дозволяє серйозно розглядати можливість реалізацію того потенціалу, що перетворить її на «аграрну наддержаву». З одного боку сільське господарство є самодостатньою галуззю економіки (воно годує країну), а з іншого боку, експорт сільгосппродукції є ключовим для економіки, одним з найважливіших джерел наповнення держбюджету, а також припливу валюти. Тому експорт продукції сільгоспвиробництва, поряд з експортом промислових товарів і послуг, так важливий для економічного розвитку України. Незважаючи на значні переваги аграрний сектор стикається з рядом проблем менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, що не дозволяють повністю розкрити весь наявний потенціал.

Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє сталому розвитку економіки країни. Управління зовнішньоекономічною діяльністю є об'єктивною необхідністю, основним завданням якого, в реаліях сьогодення, стає захист та підтримка суб'єктів підприємницької діяльності, мінімізація впливу пандемії, створення можливостей для інвестиційної діяльності та розширення рамок виходу на міжнародний ринок, за рахунок збільшення конкуренції та зменшення монополізму сільськогосподарських товаровиробників.

Дослідженнями проблеми менеджменту зовнішньоекономічної діяльності в різні часи займалися такі вчені, як: В. Г. Андрійчук, І. В.Багрова, В. П. Галушка, А. М. Кандиба, Ю. П. Макогон, О. М. Онищенко, А. П. Румянцева, О. В. Шобаніна, О. В. Шкурупій, В. В. Юхименко, О. М. Яценко та інші науковці. Але тривалі процеси реформування аграрної галузі національної економіки вимагають подальшого більш глибокого дослідження ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність в нинішніх умовах сприяє прискоренню науково-технічного прогресу та розвитку економіки країни. Зовнішньоекономічна діяльність дає змогу прискорювати науково-технічний прогрес завдяки організації спільних досліджень, швидкому переобладнанню сучасною технікою цілих галузей і виробництв, сприяє розв'язанню багатьох соціальних проблем. Отже, зовнішньоекономічні зв'язки стають одним з основних чинників розвитку господарства. Підґрунтям системи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства, є раціонально сформована сукупність управлінських відносин, що виникають в сфері зовнішньоекономічної діяльності при здійсненні процесу менеджменту ЗЕД згідно принципів і підходів до здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сфера господарської діяльності, що зв'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. Відповідно до закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та Господарського кодексу України суб'єкти господарювання мають право самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність.

В реаліях сьогодні, коли спостерігаються прояви світової економічної кризи, пандемії коронавірусу, саме аграрний сектор став для нашої країни пріоритетною галуззю економіки. За 2018 маркетинговий рік зовнішньоторгівельний оборот продукцією АПК склав 24,8 млрд. грн., з них 18,8 млрд. грн. склав експорт аграрної продукції, що становить 39,8% в загальному обсязі експорту країни. Експорт продукції сільського господарства зберігає лідерство в товарній структурі експорту. У 2018 році його обсяг був на 880 млн. дол. більше, ніж в 2017 році. У 2018 році був перевищений рекорд 2012 року, коли експорт сільгосппродукції склав 18,2 млрд. дол. Найбільші частки аграрного експорту сформували зернові культури – 38,4% від обсягу сільгоспекспорту, масла – 23,3% і насіння олійних культур – 10,2%. Зростання експорту в минулому році забезпечили в основному кукурудза, пшениця, ріпак, м'ясо і субпродукти птиці, олії, тютюн і вироби з нього, яйця і кондитерські вироби. Найбільшими імпортерами української сільгосппродукції в 2018 році були Індія, куди було експортовано продукції АПК на суму понад 1,8 млрд дол., Китай – 1,2 млрд. дол., Нідерланди – 1,2 млрд. дол., Іспанія – 1 млрд. дол. і Єгипет – 0,9 млрд. дол.

За період травень 2018 року – квітень 2019 року, Україна увійшла в трійку найбільших експортерів сільськогосподарської продукції в Європейський Союз, продавши йому аграрної продукції на 6,3 млрд. євро. Це на 14,2% більше в порівнянні з періодом з травня 2017 по квітень 2018 року. Згідно з даними звіту Європейської комісії, за підсумками травня 2019 року Україна експортувала сільськогосподарської продукції в країни ЄС на 519 млн. євро, що на 173 млн. євро більше, ніж в травні 2018 року. Це означає, що за обсягами зростання експорту аграрної продукції в країни ЄС в травні 2019 року Україна посіла перше місце в світі. Таким чином, Україна грамотно використовує свої переваги на світовому аграрному ринку [1].

Визначимо тенденції розвитку світового аграрного ринку та місце України в ньому. Головною загрозою світовому сільському господарству в майбутньому, на думку світових провідних фахівців, є глобальне потепління. Воно призведе до того, що вже в 2040-2050 рр. підвищення середніх температур, зміни режиму опадів, зростання екстремальних погодних явищ, підвищення шкоди, що завдається шкідниками і хворобами, відіб'ються на світовому рослинництві і тваринництві. Це призведе до зниження врожайності основних сільськогосподарських культур. Таким чином, гряде концентрація міжнародних сільгоспринків – в умовах кліматичних змін основний обсяг експорту буде припадати на меншу кількість регіонів. За прогнозами вчених, Україна опиниться в зоні, де глобальне потепління призведе до позитивних змін. Значить Україна в майбутньому може і повинна значно наростити обсяги експорту продовольства на світові ринки. І це хороша новина для нас. Прогнози аналітиків говорять про те, що вже в 2040-2050 роки відбудеться зниження сільгоспвиробництва в світі, при цьому зростуть ціни на продукцію агросектору. Тому вже порівняно скоро, торгівля сільськогосподарською продукцією в світі може дуже сильно зміниться, відбивши в своєму розвитку

вплив зміни клімату на сільське господарство в країнах з різним географічним положенням. Певного впливу чинитимуть азіатські країни [2].

Тому, якщо ми хочемо і далі нарощувати сільськогосподарський експорт, то завданням вже найближчого часу стане підготовка до того, щоб не упустити шанс, які дають нам глобальні зміни клімату, і здійснити всі назрілі реформи агросектору, щоб в майбутньому ми змогли нарощувати обсяги виробництва, скорочувати витрати, стимулюючи великі агрохолдинги, дрібні сімейні фермерські господарства впроваджувати новітні інноваційні методики від точного землеробства, аж до організації міських ферм.

В свою чергу, бурхливий розвиток інноваційних форм сільського господарства, говорить про те, що нас чекає жорсткий конкурентний тиск. Дефіцит продовольства, пов'язаний з потеплінням, при постійно зростаючому населенні Землі і підвищенні цін на продовольство, призведе до збільшення кількості гравців і пропозиції сільгосппродуктів в світовій агрогалузі. І це, звичайно, чинитиме тиск на наш сільгоспекспорт. Нам до цього потрібно готуватися вже сьогодні. Думаю, що одним із пріоритетних напрямків середньострокової програми уряду має стати створення умов для інвестицій в НДДКР в сільському господарстві України.

Проведений аналіз свідчить про те, що аграрний потенціал країни ще не повністю розкритий, він у недостатній мірі бере участь у міжнародній торгівлі і не використовують тих переваг, які могла б дати така участь для підвищення ефективності виробництва. Зовнішньоекономічна діяльність в аграрному секторі тільки набирає темпів, розширюється тому важливо не упустити цей момент. Але, якщо ми говоримо не тільки про сільськогосподарський сектор, і його експорт, а про українську економіку в цілому, то звичайно не слід забувати про ті проблеми, які викликає надмірне захоплення сільським господарством, акцент тільки на нього. Україна теж несе ці ризики. Поєднання зусиль по розвитку сільського господарства для внутрішніх потреб країни, і для експорту, а також промислова політика, для здійснення майбутнього експорту наших промислових товарів, конкурентних на світових ринках, таких же конкурентних, як і наші зерно, кукурудза, соняшникова олія – це і є оптимальний шлях до досягнення процвітання України.

Література:

1. Данилишин Б. Чи може Україна продовжувати нарощувати експорт сільгосппродукції? URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2785567-ci-moze-ukraina-prodovzuvati-narosuvati-eksport-silgospprodukcii.html>
2. Ерман Г. Величезні можливості. Як Азія може змінити долю України. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-55173910>

УДК 338.43: 658.8

*Сергієнко О.А., Король І.В.,
здобуваічі освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 075 «Маркетинг»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ПРОБЛЕМИ АГРОМАРКЕТИНГУ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Особливості сільського господарства визначають основні чинники розвитку агропромислового комплексу (АПК): залежність результатів від природних умов, роль і значення товару, різноманітність форм власності, розбіжність робочого періоду та періоду виробництва, сезонність виробництва і отримання продуктів, різноманіття організаційних форм господарювання та їх діалектикою, зовнішньоекономічні зв'язки, участь державних органів у розвитку АПК і його галузей.

В даний час споживачі і виробники аграрного сектора все в більшій мірі переконуються в доцільності і необхідності ефективного агромаркетингу, його раціональної організації.

Агромаркетинг має ряд особливостей, які визначаються специфікою самого сільського господарства: тісний зв'язок з біологічними системами, стійкий обсяг споживання, диверсифікація виробництва, технологічна залежність пов'язаних виробництв, великий обсяг швидко псується, монополізація переробки, концентрація споживачів по територіях.

На сучасному етапі застосування маркетингу в аграрній сфері обумовлює постійне і активне вивчення споживчого попиту, можливість пропозиції споживачам більш якісного товару і високого рівня обслуговування, що дозволить забезпечити стійке становище на ринку, прогнозовані доходи і стабільність в АПК. При формуванні маркетингових стратегій доцільно виходити з оцінки основних ринково-економічних факторів і аналізу існуючого потенціалу стратегічного успіху.

Різноманітність форм власності, багатоаспектна конкуренція, умови імпортозаміщення, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, сезонність виробництва в сільськогосподарській галузі, регулювання розвитку агропромислового комплексу державними органами влади визначають відмінні характеристики і особливості розвитку інфраструктури продовольчого ринку в формуванні системи агромаркетингу [1, с. 203-206].

Серед чинників, що обмежують розвиток галузі, з точки зору обстежених товаровиробників, варто виділити зношеність матеріально-технічної бази, високі ціни на матеріально-технічні ресурси і продукцію сільського господарства, недостатню державну підтримку, недостатнє фінансування з боку держави і нехватка власних фінансових коштів [2, с. 91-95].

В умовах необхідності забезпечення фінансової безпеки в АПК в сучасних умовах розвитку ринкової економіки, з усієї сукупності проблем,

однією з найважливіших є формування нового технологічного базису виробництва. При цьому, прогресивні зрушення у виробництві можуть виникнути тільки під впливом науково-технічного прогресу на основі науково-обґрунтованої економічної, екологічної, податкової та науково-технічної політики. Крім того, структуризація відносин власності та розвиток різноманіття її форм об'єктивно вимагають уніфікації комплексу відносин привласнення в цілому і механізму регулювання розподілу доходів, що включає єдиний податковий механізм, а також оптимізацію економіко-екологічних потреб людей з урахуванням збереження якості навколишнього природного середовища [3, с. 15].

В ході наукового дослідження питання формування та вдосконалення агромаркетингу в умовах його реформування, слід виділити домінуючі маркетингові проблеми в агропромисловому комплексі: розробка моделей виробничо-збутової діяльності з орієнтовними розрахунками; диверсифікація виробництва, формування горизонтальних вертикальних ринкових структур; необхідність розвитку системи зберігання, переробки, реалізації в максимально стислі терміни; потреба у використанні екологічно чистих продуктів і застосування біотехнологій у виробництві продукції сільського господарства; невелика частка ринку обумовлює незахищеність окремого товаровиробника; необхідність розвитку посередницької мережі; висока потреба в державному регулюванні.

Визначення напрямків вирішення важливих маркетингових проблем в агропромисловому комплексі дозволить підвищити результативність діяльності агропромислового комплексу України.

Розвиток агромаркетингу в Україні призведе до зростання зайнятості населення, зростанню виробництва продукції сільськогосподарського призначення та інших товарів народного споживання, до соціально-економічного зростання країни в цілому. В ході наукового дослідження питання формування та вдосконалення агромаркетингу в умовах його реформування визначено домінуючі маркетингові проблеми в агропромисловому комплексі та визначено напрями вирішення важливих маркетингових проблем в агропромисловому комплексі, що дозволить підвищити результативність діяльності агропромислового комплексу України.

Література:

1. Ярковенко Д.А. Особливості розвитку інфраструктури продовольчого ринку в формуванні системи агромаркетингу / Д.А. Ярковенко // Хмарні і інноваційні технології в сервісі і освіті: збірник наукових праць / Вид-во «Друксервіс ХХІ століття», 2017. - 206 с. - С. 203-206.
2. Абазова, Л.Х. Особливості та його становлення в аграрному секторі економіки України: науковий журнал «Актуальні питання економічних наук.- №55-1, 2016. - С. 91-95.
3. Садченко О.В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: монографія. - Одеса: Астронрант, 2002. - 400 с. - С. 15.

СЕКЦІЯ 4

Новітні підходи до управління інноваційними та інвестиційними процесами

УДК 658.256

Рубан Б.В.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 073 Менеджмент,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
м. Кременчук
Хоменко М.М.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
м. Кременчук

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Провідним фактором в процесі управління капіталом виступає врахування підприємницького і фінансового ризику. Використання запозичених коштів в умовах розбудови ринкової економіки свідчить про гнучкість в діяльності підприємства, здатність його керівництва знаходити кредити і своєчасно повертати їх. Реалізуються можливості швидкого реагування на зміни ділового клімату та вияву довіри до підприємства в світі бізнесу. Серед шести показників оцінки ступеня фінансової стійкості та ризику, що широко використовуються [1-3], найбільш узагальнюючим є коефіцієнт фінансового левериджу, а всі інші – фінансової автономії, фінансової залежності, поточної заборгованості, довгострокової фінансової незалежності та покриття боргів власним капіталом в тій або іншій мірі визначають його величину.

«Сила впливу операційного важеля» (C_B) показує на скільки відсотків зміниться прибуток при зміні виручки на 1% і розраховується за формулою:

$$C_B = \frac{BM}{P_p} \cdot 100\% ,$$

де BM – валова маржа; P_p – прибуток.

Чим більше значення впливу операційного важеля, тим вище підприємницький ризик, що пов'язаний з функціонуванням підприємства. Велику питому вагу умовно постійних витрат, як правило, мають крупні виробничі комплекси з великою кількістю обслуговуючих структурних підрозділів, складною структурою управління, значним штатом постійних працівників з погодинною оплатою праці. Так, для умов роботи промислово-фінансової компанії «Укртатнафта» сила впливу операційного важеля (C_B) = 3. За таких умов при скороченні обсягів виручки на 10% прибуток знизиться на 30% (10% \times 3). При зниженні обсягів виручки особливо в осінньо-зимовий період топ менеджери компанії стикаються з неможливістю покривати умовно постійні витрати, так як для цього потрібні кардинальні структурні перетворення із суттєвим скороченням персоналу.

Задача фінансових менеджерів, особливо для критичних сезонних періодів роботи, повинна полягати в постійному контролі запасу фінансової

стійкості компанії, пошуку шляхів зменшення витрат, проведені гнучкої цінової політики стосовно збільшення обсягу реалізації продукції. Для компанії за умов ритмічної поставки нафти характерне досягнення «порогового» обсягу реалізації, що зумовлює широке використання системи скидок. У відповідності з дією «порогового» фактору після покриття умовно постійних витрат прибуток приносить реалізація продукції полюбій ціні, що перевищує зміни витрати.

На етапі розбудови ринкових відносин не можна довго зловживати довірою акціонерів понижуючи вартість капіталу шляхом невиконання дивідендів. Фінансовий ризик пов'язаний з дивідендною політикою і з підвищенням питомої частки позичкових коштів в структурі капіталу, так як з'являються фінансові витрати з обслуговування боргу по виплаті відсотків по позичкам і облігаціях. Підвищення питомої частки позичкового капіталу може спонукати кредиторів збільшити відсотки по кредитах, а за таких умов фінансові витрати ще більше зростуть. Так як виплати відсотків по кредитах відносять до умовно постійних витрат, то відповідним чином підвищується рівень підприємницького ризику. Разом з тим, залучення позичкового капіталу в раціональних межах дозволить скористатися так званим фінансовим левериджем. Задача фінансових менеджерів полягає в раціональному регулюванні структури капіталу підприємства.

Показником ефективного використання боргів для фінансування інвестицій, тобто фінансового левериджу, є відношення довгострокового позичкового капіталу до власного капіталу тобто плече фінансового впливу. Ефект фінансового важеля виявляється в нарощуванні рентабельності власного капіталу за рахунок використання позичкового капіталу незважаючи на його платність. Компанія може збільшити дохід власного капіталу за умови більшої віддачі від запозичених коштів, ніж відсотки, які виплачують за використання цього капіталу.

Так, науково-виробниче підприємство «Присадки» з виробництва широкої гама олив скористалося в 2020 році кредитом в сумі 0,5 млн. грн. під 15% річних, тобто сплатило 75 тис. грн. Рентабельність власного капіталу складала $(175\text{тис.грн.}-75\text{тис.грн.})\times 100/500\text{тис.грн.}=20\%$, де 175 тис. грн. – прибуток підприємства разом з відсотками за кредит. Таким чином, для умов роботи підприємства характерне використання ефекту фінансового левериджу. Збільшення плеча фінансового важеля може приводити до зростання плати за кредит. Фінансовий важіль буде зменшувати рентабельність власного капіталу, якщо відсоткова ставка перевищить економічну рентабельність.

Обґрунтування та дотримання оптимального співвідношення між позичковим та власним капіталом дозволяє підтримувати кредитну репутацію підприємства та використовувати позитивний ефект фінансового левериджу.

Для визначення нормативного значення коефіцієнта фінансового левериджу необхідно виходити із структури активів, що склалися на підприємстві та загальноприйнятого підходу до їх фінансування. Можна запропонувати фінансові підходи до фінансування активів підприємства, що системно будуть наведені в доповіді. Постійна частина оборотних активів

необхідна підприємству для здійснення операційної діяльності, величина яких не залежить від сезонних коливань обсягів виробництва і реалізації продукції. Ця частина повністю фінансується за рахунок власного капіталу і довгострокових позичкових коштів. Змінна частина оборотних активів коливається в залежності із сезонними змінами обсягів діяльності особливо на підприємствах нафтопереробної галузі в осінньо-зимові періоди. Ця частина фінансується за рахунок короткострокового позичкового капіталу, а за консервативного підходу частково і за рахунок власного капіталу.

Література:

1. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / 3-тє вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2007. 668 с.
4. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 384 с.
3. Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 326 с.

УДК 330.341.1:332-047.44

Барбанова І.С.,

*здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»*

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

Захарова О.В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ГРУПУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

В сучасному світі все більш актуальним стає питання переходу на модель інноваційної економіки, що потребує розробки відповідної державної стратегії, яка має базуватися на модернізації та інноваційному розвитку виробництва, збільшенні обсягів виготовлення та реалізації інноваційної продукції, посиленні конкурентоздатності продукції на регіональному, національному та світовому ринках, що має стати запорукою швидкого економічного розвитку регіону та країни. Важливою умовою практичної реалізації означеного завдання має стати визначення показників оцінки інноваційного розвитку регіону, що дозволить виявити сильні та слабкі місця діючого процесу інноваційного розвитку та встановити пріоритети при формуванні механізму інноваційного розвитку регіону.

Оцінювання за допомогою комплексної системи показників є одним з найбільш важливих умов прийняття об'єктивних та вчасних рішень на всіх рівнях управління. Без вимірювання та регулярного збору систематизованих даних, на основі яких має бути здійснено розрахунок ключових показників оцінювання, не можливо відстежувати прогрес, оцінювати структурні перетворення та порівнювати досягнені результати. Отримані таким чином дані необхідні для того, щоб зробити інноваційний розвиток більш видимим для тих, хто розробляє інноваційну політику, на їх основі мають розроблятися інноваційні стратегії розвитку суб'єктів господарювання, кластерів, регіонів та країни в цілому [1]. Саме тому якісний та ґрунтовний відбір показників оцінки рівня інноваційного розвитку є важливим підґрунтям для формування механізму інноваційного розвитку.

Детальний аналіз наявних у науковій літературі підходів до інструментарію оцінювання досліджуваної тематики [2, с. 586-593; 3, с. 169-178] дозволив виокремити три групи показників оцінки інноваційного розвитку регіону.

1. Фінансова група, до складу якої доцільно віднести показники, що з різних боків характеризують грошові витрати які йдуть на інновації за джерелами і напрямками використання.

2. Група наукових показників, яка охоплює абсолютні показники та характеризується кількістю науково-технічних робіт, нових виробів і технологій, впроваджених наукових робіт, патентів, обсягами реалізації інноваційної продукції, кількістю наукових організацій в регіоні.

3. Група кадрових показників визначає людські ресурси такі як число наукових співробітників, кандидатів та докторів наук, спеціалістів з управління інноваціями в регіоні.

Моніторинг значень кожної з трьох груп показників у часі на регіональному рівні дозволить сформувати інформаційну базу оцінювання. Наявність такої бази дозволить прослідкувати історію інноваційного розвитку регіону, визначить в чому його слабкі місця, а в чому переваги порівняно з іншими регіонами країни. Лише на такому підґрунті можливо буде побудувати ефективну модель інноваційного розвитку регіону.

Література

1. Gault, F. (2008), "Science, Technology and Innovation Indicators: Opportunities for Africa", *The African Statistical Journal*, Vol. 6, pp. 141-162.
2. Іртищева І.О., Стегней М.І., Михайлов М.С. Методичні підходи до оцінки рівня інноваційного розвитку регіону. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. Мукачівський державний університет. 2018. №16. С. 586-593.
3. Лях І.І. Методичний підхід до комплексної оцінки інноваційного розвитку регіону. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2 (36). С. 169-178.

УДК 330.341

Марченко О.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

ІННОВАЦІЇ ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

ІТ-сфера є високотехнологічним видом економічної діяльності, для ефективного функціонування якого потрібен відповідний інноваційний рівень розвитку економіки регіону та країни. Без потужної інноваційної підтримки та реалізації програм і проєктів смарт-спеціалізації досягти очікуваного розвитку ІТ-сектора в країні неможливо. Тому органи влади на різних рівнях мають приділять достатньо уваги саме інноваційному розвитку всіх видів діяльності, що є присутніми на території їх управлінського впливу.

За сучасних умов глобалізації світового господарства відбувається перехід до інноваційної форми ведення діяльності як основного прояву ефективності ділової активності всіх без виключення суб'єктів господарювання на ринку. При цьому саме інноваційна складова лежить у основі забезпечення докорінних змін суспільного виробництва, його безперервного розвитку у часі, що має забезпечити покращення рівня і якості життя населення, дотримання всіх наявних вимог щодо екологічної, інформаційної та соціально-економічної безпеки. Підґрунтям таких змін мають стати потужна інвестиційна база, розвинутий людський капітал та високий рівень мотивації на досягнення у всіх учасників ринкових відносин.

Інноваційні зміни утворюють в економіці потужну внутрішню енергію ефективного розвитку та саморозвитку, заснованих на ефективних освітній та науковій системах, результатом чого має стати потужний імпульс економічного зростання, синергетичний ефект для всіх гравців ринку та можливості переходу економічної системи у нову якість, на кардинально новий рівень розвитку. Тобто інновації виступають ключовою ланкою, джерелом трансформації і поступального розвитку економіки території. При цьому слід констатувати, що економічне зростання, яке здійснюється на підставі глибоких якісних інноваційних змін в соціальній та економічній системах суспільства, дозволить стати умовою надійного, гарантованого забезпечення високих та стійких темпів економічного зростання та соціальної стабільності в суспільстві.

Рушійними силами інноваційних процесів та конкурентоспроможності окремих територій виступають кластерно-мережеві об'єднання, діяльність яких спрямована на стимулювання інноваційної активності суб'єктів господарювання та інших стейкхолдерів в регіонах. Підприємства, які функціонують у кластерах, отримують динамічні конкурентні переваги через, по-перше, розвиток спеціалізованої інфраструктури; по-друге, формування єдиних фінансових ресурсів; по-третє, наявність активних каналів для бізнес-

транзакцій, комунікацій та діалогу, що дозволяє знижувати витрати; по-четверте, зростання темпів комерціалізації інновацій [1-3].

Досвід економічно та інноваційно розвинених країн світу, таких як США, держав-членів ЄС, показує, що саме завдяки створенню кластерних ініціатив можливі досягти підвищення інвестиційної привабливості регіонів, прискореного розвитку інноваційного сектору економіки, зростання продуктивності всіх учасників кластерних відносин та стейкхолдерів; забезпечення розвитку підприємницької та інституційної інфраструктури; потужного імпульсу розвитку малого та середнього бізнесу, створення нових високоефективних та безпечних робочих місць, ефективного зростання зайнятості, підвищення рівня і якості життя населення, міжнародної конкурентоспроможності регіонів і суб'єктів господарювання, що приймають активну участь у процесах кластеризації та кластероутворення [1, с.145-149].

Інноваційний рівень розвитку Черкаської області є задовільним і потребує запровадження потужних ініціатив різного характеру, щоб суттєвим чином покращити ситуацію в регіоні. Суттєву підтримку цих ініціатив можливо забезпечити шляхом створення спеціалізованих ІТ-кластерів.

Створення кластерних ініціатив у ІТ-сфері є досить поширеним явищем як для країн світу, так і для України, що обумовлюється мобільністю, інноваційністю, гнучкістю та помірною ресурсомісткістю діяльності суб'єктів господарювання цього сектору регіональної та національної економіки. Так, в 2015 р. м. Черкаси було створено ІТ-кластер, що об'єднав в собі тринадцять ІТ-компаній з метою стати провідниками розвитку ІТ-компаній у області, повноважно представляти та врегульовувати діяльність учасників кластеру у сфері надання ІТ-послуг в суспільстві і владі, всебічно підтримувати провідних фахівців у ІТ-сфері регіону та забезпечити суттєве покращення якості освітніх послуг у ІТ-сфері [4]. Одним з напрямів діяльності черкаського ІТ-кластеру є популяризація ІТ-сфери з метою залучення до неї найбільшого числа молодих, перспективних та талановитих черкащан, мотивувати їх набувати якісну освіту та надалі працювати у місті з метою підвищення рівня комфортності проживання у ньому. Для цього учасниками кластеру вже створено та успішно реалізовано низку проєктів. Перспективами існування кластеру має стати підвищення рівня інноваційності в регіоні.

Література:

1. Павленко І.А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: моногр.; М-во освіти і науки України, Держ. вищ. навч. заклад «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ: КНЕУ, 2007. 243 с.
2. Павленко І.А. Принципи та функції інноваційного підприємництва у трансформаційній економіці. *Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. Київського національного економічного університету* / ред. А.П. Наливайко. Київ: КНЕУ, 2005. Вип. 16. С. 22-28.
3. Павленко І.А. Проблеми формування організаційно-функціональної структури інноваційного підприємства. *Економіка та підприємництво: зб. наук. праць молодих учених та аспірантів Київського національного економічного університету* / ред. С.І. Дем'яненко. Київ: КНЕУ, 2005. Вип. 15. С. 77-90.
4. ІТ кластер Черкас. Офіційний сайт. URL: <https://www.itcluster.ck.ua/>.

УДК 658.5:004

Волянська-Савчук Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Прийняття ефективних управлінських рішень в будь-якій сфері вимагає обробки великих масивів інформації, що неможливе без залучення спеціальних технічних засобів. Забезпечити необхідний збір, аналіз, обробку і агрегацію поступаючи на підприємство інформаційних потоків, що дозволяють приймати ефективні управлінські рішення, є основною метою інформаційно-керуючої системи (ІКС) підприємства.

Особливістю даної системи є наявність в ній підсистем аналізу і контролю становища як самої системи управління, так і становища об'єкту управління з метою своєчасного прийняття рішення і реагування на зовнішні дії і зміни. Інформаційно-керуюча система охоплює всі бізнес-функції і управлінські процеси підприємства за допомогою їх забезпечення швидкодієвими засобами сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій високого науково-технічного рівня.

Не дивлячись на різні потреби в інформації на різних рівнях управління підприємством (таблиця 1), ІКС дозволяє максимально підвищити ефективність управлінських рішень, що приймаються, за допомогою вироблення більшого обсягу корисної інформації.

Також необхідно враховувати і фактори зовнішнього середовища, що безпосередньо впливають на діяльність конкретного підприємства, зокрема ступінь їх невизначеності і динаміки, визначаючи найкращі методи вироблення інформації.

Таблиця 1 – Відповідність потреб керівників можливостям ІКС

Рівень управління	Управлінська відповідальність	Інформація необхідна ІКС	Напрями використання інформації ІКС
Вище управління	Збільшення продуктивності, зростання, накопичення і використання ресурсів	Дані про середовище, тенденції і прогнози, зведені звіти про операції, повідомлення про виняткові проблеми	Встановлення організаційних цілей, політики, обмежень, прийняття рішень, що стосуються стратегічних планів і управління всім підприємством

Рівень управління	Управлінська відповідальність	Інформація необхідна ІКС	Напрями використання інформації ІКС
Середня ланка управління	Розміщення ресурсів відповідно до розподілених завдань, розробка оперативних планів, контроль операцій	Звіти про результати операцій і повідомлення про виняткові ситуації, дії і рішення інших керівників середньої ланки	Розробка оперативних планів і політики, контроль процедур, складання повідомлень про виняткові ситуації, складання оперативних звітів по розподілу ресурсів, про дії і рішення для інших керівників середньої ланки
Нижня ланка управління	Виробництво товарів або послуг в межах бюджетів, встановлення потреби в ресурсах, перевезенні і зберіганні матеріалів	Вільні звіти про взаємодії, докладні звіти по проблемах, оперативні плани і політики, процедури контролю, дії зв'язаних між собою керівників	Складання повідомлень про виняткові ситуації і повідомлень про стан роботи, визначення потреби в ресурсах, складання робочих календарних планів

Метод оптимізації процесу організаційного управління на основі оптимізації структури інформаційних потоків представлений на рис. 1.



Рис. 1. Напрями оптимізації процесу управління на підприємстві

При впровадженні інформаційної системи на стадії її проектування необхідно визначити, які процеси менеджер має намір забезпечувати за допомогою інформаційних технологій. Наприклад, здійснюючи в економічному відділі за допомогою програмного модуля процес систематизації даних для

формування фінансових, кредитних та виробничих планів, річних та квартальних звітів, дозволить працівникам уникнути помилок, які, ймовірно, виникли б при зборі та обробці даних безпосередньо самими працівниками, це дасть можливість прогнозування виникнення проблемних ситуацій в майбутньому, які вплинуть на прийняття рішень, що може негативно відобразитись на діяльності підприємства.

Визначивши, що підприємство має намір автоматизувати свою роботу, створюється робоча група по впровадженню інформаційної системи управління підприємством, далі ця група виконує значну частину роботи з впровадження системи і здійснення подальшого її супроводу. Це необхідно для того, щоб при неполадках швидко усунути їх, та зменшити витрати по виконанню даної роботи сторонніми організаціями. Важливим питанням є вибір керівника такої групи, який окрім знань базових комп'ютерних технологій, повинен володіти базовими знаннями менеджменту організації та адміністратора системи.

Керівник проекту повинен детально описати обов'язки кожного з виконавців, що входять до групи впровадження інформаційних систем та строки реалізації проекту. Також важливим моментом є необхідність залучення до даного процесу всіх працівників організації та розкриття всієї інформації задля уникнення опору змінам через поширення чуток та підвищення продуктивності праці через усвідомлення своєї вагомості для організації кожним працівником.

Складання технічного завдання є одним із найголовніших етапів розробки інформаційної системи, так як на його основі визначаються всі наступні етапи. Технічне завдання визначає вимоги, які висувуються: структура, функціональна варіативність системи, визначення програмного забезпечення, баз моделей та даних.

Робоча документація формується на основі технічного проекту. Даний етап передбачає деталізацію попередніх завдань, тобто розробляються інформаційне, програмне, технічне, забезпечення, а також визначення або адаптація пакетів прикладних програм для реалізації функціональних завдань інформаційної системи. Далі здійснюється підготовка правового, лінгвістичного, ергономічного та організаційного забезпечення.

Впродовж наступних кількох місяців після впровадження інформаційної системи проводиться підтримка її експлуатації силами власних і залучених фахівців до тих пір, поки працівники не почнуть максимально використовувати її можливості. Впровадження інформаційної системи є необхідною складовою успішної діяльності підприємства на ринку. Дана система звільнить робітників від типових операцій та передачі паперових документів до потрібних інстанцій керівництва.

Запропонований інструментарій удосконалення інформаційного процесу управління промисловим підприємством на основі сценарного підходу надає можливість керівникам сучасних вітчизняних підприємств змоделювати різні варіанти розвитку діяльності підприємства, що, у свою чергу, дозволить

реалізувати превентивну функцію управління, спрямовану на нейтралізацію негативного впливу дестабілізуючих чинників.

Література:

- 1.Юрчук Н.П. Інформаційні системи в управлінні діяльністю підприємства. Агросвіт,19, 2015.URL: http://www.agrosvit.info/pdf/19_2015/12.pdf
- 2.Дмитрів К.І. Дослідження інформаційних систем в управлінні підприємствами: досвід та перспективи. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2017. URL: file:///C:/Users/Acer/Downloads/evntukpi_2017_14_37.pdf.

УДК: 332.14

Панкова Л.І.,

*д.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,*

м. Черкаси

Абакумова К.Л.,

*здобувач освітнього ступеня бакалавр,
спеціальність 073 «Менеджмент»*

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО В РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

На сьогодні серед основних факторів впливу на тенденції та перспективи розвитку будівельного комплексу України доцільно виокремити: соціальні й економічні реформи, євроінтеграційні процеси, військові дії на Сході України, коронакризу, будівельні скандали, світові тренди в будівельній сфері, процеси інформатизації, орієнтацію національної економіки на енергозбереження, процеси децентралізації, розвиток кластеризації будівельної сфери, активну підтримку ініціатив місцевої влади. Все це формує цільовий вплив на зовнішні та внутрішні орієнтири розвитку будівельного комплексу України та світу.

У 2020 році відбулися зміни та потрясіння, що пов'язані з коронакризою, які позначились і на будівельній сфері (до житлової і особливо комерційної нерухомості висувають нові вимоги щодо соціальної дистанції та вентиляції). Новітні виклики сприяли активному розвитку та запровадженню інноваційних трендів в будівництві. Якщо розглядати ринок первинної нерухомості, то у 2020 році актуальними були наступні світові тренди, які умовно можна поділити на чотири блоки: перший блок – тренди в будівництві та архітектурі; другий блок – еко-тренди; третій блок – інфраструктурні тренди (прибудинкова інфраструктура); четвертий блок – тренди клієнтоорієнтованості, що представляють собою підходи до управління будівельним підприємством, які зорієнтовано на виявлення та задоволення наявних і майбутніх потреб, зростання якості взаємовідносин із клієнтами та адаптацію комунікаційних

ланцюгів і внутрішніх бізнес-процесів до споживчих запитів, генерування стратегічних конкурентних переваг та підвищення прибутковості будівельного підприємства [3, с.86]

Світовими трендами в будівництві та архітектурі стали: зведення енергоефективних будинків; 3D друк (друковані споруди вже існують в ОАЕ, Данії, США, Мексиці), технології інформаційного моделювання; низьковуглецеве будівництво (готель Bauhofstrasse в німецькому місті Людвігсбург введено в експлуатацію у 2020 р. як вуглецево-нейтральну архітектуру); «зелена» архітектура (апартаменти EDEN від компанії Heatherwick Studio в Сінгапурі), декарбонізація будівництва; практика «mixed use development» – поєднання житлового, комерційного та виробничого секторів на одному просторі (житловий район «Bahnhofstadt» в німецькому Гейдельберзі, багатофункціональний комплекс «Smile» в Нью-Йорку).

Найбільш популярними еко-трендами в будівництві є: фундамент на сваях; стіни з природних матеріалів; екологічно чисте облицювання; дерев'яна підлога; дах з сонячними панелями. Такі тренди відповідають ключовим принципам зеленого будівництва: мінімальний вплив на навколишнє середовище; використання природних матеріалів, які безпечні для здоров'я людей і тварин; застосування вдруге перероблених матеріалів або тих, які можуть бути перероблені повторно; будівельне сміття, що швидко розкладається; енергонезалежність.

Новітні тренди розвитку будівельного комплексу України та регіони з високим рівнем потенціалу кластеризації за визначеними напрямками наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Новітні тренди розвитку будівельного комплексу України

Новітні тренди в будівництві	Регіони з високим рівнем потенціалу кластеризації будівельного комплексу за визначеними трендами
1) впровадження ІТ-технологій у будівництво	Київський, Харківський, Одеський, Львівський, Дніпропетровський, Вінницький
2) новітні технології сонячної енергетики в будівництві;	Одеський, Дніпропетровський, Запорізький та Херсонський
3) новітні технології вітрової енергетики в будівництві;	Львівський, Тернопільський, Житомирський
4) новітні технології ландшафтного дизайну та архітектури в будівництві житлових, нежитлових приміщень, організації територій міст та регіонів	Вінницький, Дніпропетровський, Київський, Львівський, Одеський, Харківський

Джерело: [1, с.60]

Кластеризація будівельного комплексу за визначеними трендами є процесом, що активізує інноваційний розвиток територій. Згідно експрес-діагностичного дослідження Т. Потапенко, серед актуальних і пріоритетних трендів кластеризації української будівельної галузі є кластерні ініціативи, що

пов'язані з питаннями: розробки та організації ландшафтного дизайну; інфраструктурного забезпечення життєдіяльності регіонів; розробки новітніх ресурсо- та енергоефективних будівельних матеріалів, технологій [2, с.205]. Серед трендів ринку первинної нерухомості, що спостерігалися упродовж 2020 року слід відмітити також оригінальні архітектурні концепти, а саме: динамічні фасади, химерні форми будівель, асиметричне скління і вертикальне озеленення.

Окреслені інноваційні тренди розвитку будівельного комплексу в Україні є пріоритетними, визнані у світі та відповідають потребам ринку. Їх реалізація дає змогу підвищити конкурентоспроможність будівельних підприємств, усунути диспропорції та архітектурну одноманітність в розвитку територій, організувати життєвий простір суспільства відповідно до зростаючих потреб та викликів сьогодення.

Література:

1. Потапенко Т. П. Пріоритети розвитку кластерної політики: сучасні технології та тренди майбутнього. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*: журн. Херсон: ХНТУ, 2018. № 28 (17). С. 58–64
2. Потапенко Т. П. Експрес-діагностика регіонів України за потенціалом кластеризації будівельного комплексу. *Причорноморські економічні студії: наук. журн. Одеса: Причорноморський НДІ економіки та інновацій*, 2018. Вип. 28. С. 200–207.
3. Селезньова О.О. Клієнтоорієнтований підхід до управління будівельним підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 83–86.

Секція 5
Сучасні технології бізнес-освіти та управління
знаннями

Зінченко О.А.

*д.е.н., професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
м. Дніпро*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ В РЕАЛІЯХ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Відмінна риса сучасної економіки - зростання ролі інтелектуального капіталу, який є найважливішим чинником успішного функціонування будь-якого бізнесу. До 90% ринкової вартості провідних компаній світу в даний час створюється в результаті ефективного використання інтелектуального капіталу. Заснована на знаннях дійсність, сконцентрована раніше переважно в сфері досліджень і розробок, поширилася на інші галузі економіки провідних країн світу, таких як США, Японія, Великобританія, Німеччина, Франція.

Що ж стосується нашої держави, то, на жаль, в українській практиці менеджменту поняття інтелектуальний капітал або нематеріальні активи у багатьох менеджерів і фахівців асоціюється з невідчутністю, абстрактністю дуже сильно. Тому в таких умовах вкрай важливим є питання про розвиток в умовах вітчизняного бізнесу такого напрямку як управління знаннями. Особливо цей напрям актуальний в інформаційну епоху, коли, за словами відомого французького вченого Жана-Франсуа Літорія, «питання про знання більш ніж коли-небудь стає питанням про управління» [1].

Потрібно відзначити, що знання є дуже складною категорією інформаційного простору і не має однозначного визначення. Але в цілому можна сказати, що знання – це процес застосування інформації з метою досягнення певного результату. Таким чином, від ступеня ефективності застосування інформації на конкретному підприємстві залежить ефективність досягнення певних цілей і завдань.

В цілому корпоративні знання або знання на певному підприємстві або організації можна розділити за кількома категоріями [2]:

1. Знання бізнес-процесів в компанії. У цю категорію можна віднести не тільки виробничо-технологічну інформацію, а й відповідну супровідну, довідкову, фінансову, юридичну документацію, навички і досвід персоналу.

2. Знання корпоративної культури. В першу чергу слід акцентувати увагу на корпоративних стандартах взаємодії персоналу з клієнтами, тобто регламентованих клієнтських технологіях, а також на принципах міжособистісних комунікаціях всередині компанії.

Знання про зовнішнє середовище бізнесу. У цю категорію можна включити стан справ у сегментах ринку, на яких присутня компанія в даний момент, знання про майбутні перспективи, а також знання по сегментах ринку, які можуть побічно вплинути на бізнес компанії. Також є дуже важливим отримання достовірної інформації про конкурентів та їх дії.

Навички застосування інформаційних технологій (ІТ). Вже стало нагальною потребою застосування ІТ для автоматизації діяльності компанії. У багатьох випадках ІТ стали вже невіддільними елементами бізнес-процесів.

Особисті знання співробітників. Таке знання містять не тільки ряд компетенцій, на підставі яких співробітник займає відповідну посаду і використовує безпосередньо у своїй роботі, а й знання маловідомих джерел цінної інформації, висновки про можливість оптимізації деяких бізнес-процесів, які навіть не стосуються даного співробітника особисто.

Звичайно, корпоративні знання є великим і складним комплексом інформації. Факторів його прояву існує багато, і вони тісно переплетені між собою. Проте, можливості управління знанням існують, хоча і не часто застосовуються в українських компаніях [3].

Першим і основним етапом процесу організації управління корпоративними знаннями є аудит наявного рівня управління знаннями. Природно, без збору, аналізу та оцінки відомостей про проблеми отримання, обробки та використання корпоративної інформації в умовах конкретної компанії не обійтися, тим більше на початковому етапі.

Наступним напрямком є розробка схем і форм обміну знанням між співробітниками у процесі міжособистісних комунікацій. Це можуть бути заходи з обміну досвідом, а також організація невиробничого спілкування персоналу. Дуже важливим є побудова карти знань - директорії поширення всіх наявних інформаційних ресурсів компанії різної тематики. Використання карти допомагає скоротити час на пошук інформації.

На третьому етапі особливо значущим є впровадження ІТ для управління знаннями. Інформаційні технології необхідні для накопичення знань компанії, які можна структурувати, формалізувати, каталогізувати і за допомогою ІТ тиражувати, надавати до них певний доступ кожному співробітнику, який цього потребує. Традиційні сховища даних - корпоративні інформаційні системи - накопичують важливу бізнес-інформацію: цифри, документи, довідники. А експертні системи містять додаткову інформацію, яка стосується важливих нюансів бізнесу і спрямована на вирішення складних завдань. Всі наявні інформаційні ресурси компанії можуть бути згенеровані в спеціальному структурному підрозділі компанії - Центрі знань. Такий Центр виконує дві основні функції: управляє знанням і надає інформаційну підтримку бізнесу.

Наступним напрямком є застосування різноманітних форм навчання персоналу для придбання нових знань (організація семінарів, конференцій, курсів, тренінгів), а також розробка мотиваційної системи придбання знань і обміну ним. Дуже важливо, щоб люди - співробітники компанії були б зацікавлені в ефективній роботі, наданні та отриманні необхідної інформації.

Звичайно, все вище перераховані напрями вимагають значних зусиль з організаційного розвитку компанії, підтримки організаційних змін і фінансуванні відповідних робіт, пов'язаних з впровадженням системи управління знанням. Такі організаційні нововведення в умовах вітчизняного бізнесу повинні бути особливо важливими процесі переходу до єдиних

європейських стандартів менеджменту, бо, за словами класика менеджменту Пітера Друкера, «справжнього успіху домагається лише той, хто змушує знання працювати» [4].

Література:

1. Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Trans. Geoffrey Bennington and Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press, 110 p
2. Shpack, I. (2004). Knowledge management - it's already impotent. *Management & manager*, 2, 25-30
3. Зінченко О.А. Роль інтелектуального капіталу у процесі інформатизації підприємства. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: «Економічні науки»*, 2008: ПДТУ. С. 56-58
4. Druker, P.F. (1992). *Management for results*, 1st Edition. Oxford: Butterworth-Heinemann, 226

УДК: 331.5

*Назаренко Ю.О.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Інститут підготовки кадрів
Державної служби зайнятості України,
м. Київ*

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НОСІЇВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ

Наявність зв'язку між розвитком людського капіталу і станом соціального захисту його носіїв, негативні тенденції в цій сфері актуалізують необхідність його реформування. Для інтеграції України в європейські соціально-економічні процеси її система соціального захисту має якісно змінитись, вийти на той етап свого розвитку, коли результатом її функціонування стане не збільшення чисельності населення охопленого заходами компенсації наднизьких доходів, а їх перетворення на інвесторів у власний людський капітал.

Втілення концепції комплексного реформування системи соціального захисту населення нашої країни слід здійснювати з дотриманням його основоположних принципів. Соціально-економічні відносини, які виникають з приводу дотримання принципів соціального захисту набувають форм, в яких реалізується економічна та соціальна політика держави. З іншого боку, науково обґрунтовані принципи соціально-економічного розвитку суспільства належать до важливих інструментів вирішення економічних і соціальних проблем захисту носіїв людського капіталу на конкретному історичному етапі еволюції суспільства. Приведення української моделі соціального захисту населення у відповідність до потреб нинішнього етапу соціально-економічного розвитку

можливе при провідній ролі держави. Останнє аргументується тим, що сучасний рівень розвитку продуктивних сил спричинює більш потужну соціальну інтеграцію суспільства, якої можна досягти лише завдяки зусиллям держави та всіх її громадян. Держава залишає за собою загальний обов'язок щодо створення організаційно-правових умов соціального захисту, а також здійснює безпосереднє фінансування соціальної допомоги [1, с. 72]. Водночас практика економічно розвинених країн переконливо свідчить, що будь-яка модель соціального захисту населення може бути дієвою та результативною за умов високої конкурентоздатності і відповідно ефективності національної економіки. Адже фінансування соціальних програм й інших заходів соціального захисту знаходиться в прямій залежності від частки витрат на соціальну сферу у ВВП країни, а також від рівня реальних доходів населення.

Певні відмінності в соціально-економічній та політичній структурі постіндустріальних та колишніх соціалістичних країн не є перепорою використання теоретичних напрацювань у сфері соціального захисту населення та практики його здійснення в умовах України у відповідності з постулатами конвергенційної парадигми відновити заходи щодо реформування соціального захисту носіїв людського капіталу в Україні, визначені на основі узагальнення теоретичних розробок зарубіжних та вітчизняних науковців та практики його здійснення в постіндустріальних державах з врахуванням українських реалій. Вони представлені в таблиці 1.

В умовах нинішньої соціально-економічної нестабільності в нашій державі має радикально змінитися парадигма соціального захисту населення, за якої абсолютний пріоритет надається зростанню соціальних стандартів через запуск реальних механізмів сплати олігархічним бізнесом соціальної ренти, детінізації та деофшоризації економіки, розвитку малого і середнього бізнесу, приведення частки соціальних витрат і фонду оплати праці у ВВП до стандартів розвинутих країн у рівні оплати праці, пенсійного забезпечення, гарантій якісного надання медичних і освітніх послуг.

Євроінтеграційний курс зовнішньої політики нашої держави породив у наших співгромадян сподівання на радикальні зміни у всіх сферах суспільних відносин, поліпшення добробуту шляхом створення умов для реалізації нахилів і здібностей носіїв людського капіталу в трудовій або підприємницькій діяльності, утвердження засад соціальності, справедливості у функціонування соціального захисту населення. Вирішення цих завдань вбачається у поєднанні національної ресурсної бази, світогосподарських рушійних сил та надання пріоритетності реформуванню і подальшому розвитку соціального захисту населення. В історичній ретроспективі соціальний захист населення має постати як єдино прийнятна складова соціально-економічних відносин, суспільно-необхідна форма убезпечення носіїв людського капіталу від провалів ринку та ризиків різноманітного походження.

Таблиця 1 – Систематизація основних складових реформування системи соціального захисту носіїв людського капіталу України

Цілі здійснюваної реформи	Напрями здійснення	Характерні чинники впливу стимулюючі (+), стримуючі (-)
<ul style="list-style-type: none"> - підвищення рівня соціальної захищеності людини; - запобігання та подолання бідності; - забезпечення якісного розвитку людських ресурсів та підвищення конкурентоздатності робочої сили; - впровадження людино-центричного підходу в практику соціального захисту населення; - формування умов для реалізації трудового, інтелектуального та підприємницького потенціалу індивідів; - трансформація системи соціального захисту населення в продуктивний фактор зростання ефективності суспільного відтворення; - орієнтація на європейські соціальні стандарти в частині мінімального розміру погодинної оплати праці, обсягів соціальних витрат у ВВП, в тому числі на освіту і охорону здоров'я на засадах планування та прогнозування динаміки макроекономічного зростання, узгодження показників зростання продуктивності праці і заробітної плати; - індексація соціальних стандартів; - посилення соціальної відповідальності держави, бізнесу та особи 	<p>комплексна модернізація національної економіки на засадах інвестиційно-інноваційної моделі розвитку;</p> <p>інституційне забезпечення в масштабах країни стимулювання та створення нових робочих місць, самозайнятості, інституціоналізація форм запозиченої праці; диверсифікація фінансових джерел пенсійного забезпечення на основі впровадження визначеної національним законодавством трирівневої системи; масштабне впровадження активних форм соціального захисту індивідів; створення єдиної державної системи соціальних гарантій, стандартів і нормативів шляхом кодифікації; інституціоналізація нестандартних форм зайнятості; забезпечення адресного характеру пільг та допомоги, перегляд критеріїв їх надання; реформування галузей розвитку людського капіталу</p>	<ul style="list-style-type: none"> + легалізація тіньового бізнесу та зайнятості; + деофшоризація бізнесу; + сплата олігархічним бізнесом соціальної ренти; + приведення частки соціальних витрат і фонду оплати праці у ВВП до стандартів економічно розвинених країн; + удосконалення чинної системи оподаткування та механізмів збору податків; + залучення бізнесу до сприяння розв'язанню проблем соціального захисту населення; + сприяння участі недержавних інституцій в соціальній підтримці відповідних категорій населення; - масштабність і різноманітність корупції в органах державної влади; - непоінформованість населення про мету і кінцеві цілі реформ; - інертність громадської свідомості; - військові операції на Донбасі; - непрозорість управлінських рішень уряду у сфері реформування складових соціального захисту населення; - непрогнозованість соціально-економічних наслідків змін у соціальній сфері

Звідси цілком обґрунтовано можна твердити, що втілення в життя концептуальних засад і пов'язаних з ними інституційних змін в нині діючій моделі соціального захисту населення у поєднанні з модернізацією економічної системи України дозволять нашій країні створити таку модель цього захисту,

яка відповідає стандартам постіндустріального суспільства та всебічно сприятиме розвитку національного людського капіталу.

Література:

1. Руженський М.М. Система соціального захисту населення: історичний контекст. *Науковий вісник НПУ ім. М.П. Драгоманова*. Серія «Економіка і право». К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова. 2011. Вип. 19. С. 67-72.

УДК: 323.159

Загоруйко І.О.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри соціального забезпечення,
Черкаський державний технологічний університет,
м.Черкаси*

**СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ:
ШОК ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Глобальна пандемія, що вибухнула на початку 2020 року прискорила довгоочікувану економічну кризу і негативним чином вплинула на стан вищої освіти. Однак прогнозування більш довгострокових наслідків цієї кризи неможливе без врахування світових тенденцій розвитку вищої освіти, які спостерігалися ще в докризовий період.

Світові тенденції розвитку вищої освіти до пандемії Covid-19. В цьому плані цікаву інформацію надає інформаційний ресурс «Брукінгс» однойменного Інституту та Товариства. Автори огляду – професійний приватний інвестор Е. Дуст та старший науковий співробітник Р. Уїнтроп – відзначають декілька головних тенденцій у галузі вищої освіти, що спостерігалися на початку 2019 року [2]. По-перше, плата за навчання в університетах в усьому світі випереджає інфляцію. Це, як слушно зауважують автори, ставить під сумнів окупність інвестицій, зроблених студентами. Зокрема, у США вартість навчання у бакалавріаті за останні 40 років збільшилася у 13 разів. По-друге, відбувається скорочення державного фінансування і підвищення експлуатаційних видатків діяльності університетів. По-третє, спостерігається невідповідність потреб працедавців із навичками співробітників. Найбільш гостро така невідповідність дається взнаки у таких галузях, як інформатика, де «реальна практика легко випереджає академічні навчальні плани». Прискорений розвиток цифрової економіки та автоматизації поглиблюють цю нестачу робочих місць. В результаті більш як 7 мільйонів робочих місць в США залишаються вакантними. З них 17% вакансій відносяться до охорони здоров'я, насамперед робочих місць для медсестер. Зауважимо, що цей факт є дуже красномовним у світлі подій 2020 року. Автори посилаються на останнє (на початок 2019 року) дослідження Мак-Кінсі, згідно якого медицина буде єдиним сектором, в якому потреба у фізичних та ручних

навичках зростатиме у найближче десятиріччя. Важливим фактором у прийнятті рішення абітурієнтами є потенційні надбавки до заробітної плати, які вони можуть отримати завдяки здобутій освіті. За даними, що наводять Е. Дуст та Р. Уїнтроп, в ЄС та США така середня надбавка складає 60-75%. В деяких країнах із середнім рівнем доходу (таких як Бразилія та Чилі) вона складає 150%. Разом з тим, у США та Великій Британії надбавки до заробітної плати скорочуються.

Вихід у розв'язанні зазначених проблем Е. Дуст та Р. Уїнтроп бачать, по-перше, у розвитку онлайн-освіти. За останні 15 років запис на онлайн-курси у США збільшився більш як в чотири рази. При цьому онлайн-програми пропонують не тільки більшу гнучкість, але й значне зниження вартості вищої освіти. Наприклад, освітня компанія Coursera пропонує ступінь магістра в галузі інформаційних технологій та комп'ютерів втричі дешевше, ніж очне навчання в Університеті Пенсільванії.

Другим трендом є навчання на основі компетенцій (СВЕ). Завдяки таким програмам студент може навчатися на робочому місці, не відвідуючи заняття. В деяких університетах СВЕ фінансуються Міністерством освіти США, що, як зауважують автори огляду, є визнанням важливості таких програм. Вони посилаються на підрахунки глобальної стратегічної компанії Parthenon, згідно яких більш як 600 закладів збираються або вже запустили програми СВЕ. Разом з тим, Е. Дуст та Р. Уїнтроп обережні в своїх прогнозах щодо майбутньої ефективності СВЕ, обмежуючись констатацією зростання популярності цих програм серед студентів та працевластців.

Перспективним інструментом, що дозволяє студентам знизити ризик освітніх позик, є угоди про розподіл доходів (ISA), які застосовуються у Сполучених Штатах. Автори посилаються на досвід компанії Make School, яка за 2-3 роки надає акредитований ступінь в галузі прикладної інформатики. Згідно укладених з нею угод, студенти сплачують 20% власного доходу за перші п'ять років роботи і не сплачують взагалі, якщо її не знаходять. Компанії, подібні до Make School, «поділяють ризик зі студентами та несуть відповідальність за результати навчання за конкретною програмою». За свідченням авторів, «в Австралії є державні угоди, за якими студенти не повертають свої позики доти, доки не отримують роботу та не досягнуть певного рівня доходу».

Інструментом, що підвищує гнучкість навчання дорослих працюючих студентів, є онлайн-менеджери програм (OPM). Згідно цієї освітньої моделі, університет пропонує певний навчальний контент, в той час як OPM розміщує його в Інтернеті та керує маркетингом. За версією Е. Дуст та Р. Уїнтроп, лідером на цьому ринку є компанія 2U, яка надає ступінь магістра в галузі суспільної медицини. Такі компанії, як Trilogy Education, у співробітництві із провідними університетами проводять очні тренінги у програмуванні та кібербезпеці. ExecOnline «співробітничав із провідними бізнес-школами, пропонуючи онлайн-курси для вищих керівників».

П'ятим трендом, який відзначають автори огляду, є пряма взаємодія освітніх компаній із корпораціями-працедавцями. Така взаємодія дозволяє гарантувати необхідний рівень кваліфікації майбутніх співробітників. Однією з найбільш успішних авторів вважають онлайн-платформу Pluralsight, призначену для навчання розробників програмного забезпечення та інформаційних технологій. Завдяки платформі Revature, яку автори кваліфікують як унікальну, студенти оплачують навчання протягом двох років після наймання на роботу.

Нарешті, шостим трендом 2019 року, згідно даного огляду, були програми Pathway – програми освіти для іноземних студентів. Програми транснаціональної освіти є важливим джерелом додаткових доходів університетів. Лідером транснаціональної освіти є англійські країни – США, Велика Британія, Австралія. За даними Studyportals, очікувалося, що кількість таких студентів збільшиться з 4,5 мільйонів у 2015 році до 7 мільйонів у 2030-у. Даний прогноз Е. Дуст та Р. Уїнтроп підкріплюють тим, що більше половини тих, хто уїжджають для отримання ступеня, складають громадяни Китаю, Індії, Саудівської Аравії та Південної Кореї. Зрозуміло, що тепер, в умовах пандемії такий прогноз видається надто оптимістичним.

Вплив пандемії Covid-19 на систему вищої освіти. Найбільш ґрунтовний аналіз наслідків пандемії Covid-19 на систему вищої освіти країни представлений у звіті аналітиків консалтингової компанії London Economics [4]. Як відзначають автори звіту, попередні оцінки економічних наслідків пандемії для Великої Британії є найгіршими в її історії і постійно погіршуються. Погоджуючись із необхідністю карантину, вони підкреслюють, що чим довше він триває, тим більшими та незворотними будуть економічні втрати і тим довше триватиме відновлення економіки.

Британські університети вже втратили значні доходи від проживання, конференцій та інших заходів. У звіті формулюється поняття «ризик часу»: оскільки рішення щодо здобування вищої освіти приймається задовго до фактичного зарахування, то навіть гарантований початок навчального процесу у найближчі тижні (чи навіть місяці) є надто пізнім для багатьох студентів.

За різними прогнозами, що наводяться у звіті, падіння ВВП Великої Британії у 2020 році складе від 5,1-5,4% до 13% за «Еталонним сценарієм Covid-19». У подальшому, така економічна криза протилежним чином вплине на кількість студентів денних та заочних відділень. У випадку денних відділень цей вплив буде позитивним: падіння існуючих трудових доходів зменшить альтернативні витрати вищої освіти для їхніх студентів, тобто вони будуть менше втрачати від того, що навчаються, а не працюють. Навпаки, у випадку заочних відділень, падіння трудових доходів матиме протилежний ефект: їхні студенти збідніють і скоротять попит на всі товари, включаючи вищу освіту. У кількісному виразі ці ефекти мають такий вигляд: скорочення річного зростання ВВП Великої Британії на 1% збільшує кількість студентів, зарахованих на денну форму навчання, на 0,03% і зменшує на 0,56% кількість зарахованих на заочну форму.

Комбінуючи ці оцінки із прогнозом падіння ВВП за «Еталонним сценарієм», дана група аналітиків приходить до висновку, що у 2020/2021 роках відбудеться зростання кількості зарахованих на перший курс очної форми на 1%, зниження кількості зарахованих на заочну форму на 8% і зниження загальної кількості вітчизняних студентів, що поступають у заклади вищої освіти, на 2%.

Аналітики LE посилаються на свою попередню працю, виконану від імені Інституту політики вищої освіти та Kaplan International. Згідно цього, більш раннього дослідження, скорочення світового ВВП на 1% призводить до 0,485% скорочення іноземних студентів-першокурсників у закладах вищої освіти Сполученого Королівства. Комбінуючи дану оцінку із прогнозованим скороченням світового ВВП на 4,8% , вони приходять до висновку, що кількість іноземних студентів першого курсу бакалавріату скоротиться на 2%.

У матеріалі «Covid-19: вплив на вищу освіту», розміщеному на інформаційному ресурсі «The economist intelligence unit», відзначається, що «заборони на поїздки миттєво вплинули на вищі навчальні заклади по всьому світу» [1]. Прогнози, що подаються у даному матеріалі, досить песимістичні:

навчальні заклади будуть відчувати все більший тиск на співвідношення ціна/якість;

хоча багато навчальних закладів уже перейшло на онлайн-навчання, їхня бізнес-модель зазнає радикальних змін: клієнтська база розшириться, проте оплата послуг знизиться в той час як постійні витрати залишаться високими;

загостриться конкуренція на ринку освітніх послуг і тільки найбільш престижні заклади, імовірно, збережуть свою частку на ринку;

країни, які зазвичай відправляли за кордон багато студентів (Китай, Індія, В'єтнам, Казахстан), отримають можливості збільшити власні навчальні заклади, якщо це дозволятимуть джерела приватного та державного фінансування.

Цікаві думки щодо наслідків пандемії висловлює П. Фрига – один із засновників консорціуму американських університетів ABC Insights [3]. Він пише, що «в деякій мірі вища освіта живе у бульбашці», яка звільняє її від необхідності систематичного скорочення витрат за рахунок підвищення операційної ефективності. Внаслідок відсутності критерію рентабельності, як рушійної сили підвищення ефективності, університетам важко подолати інерцію щорічного збільшення річних видатків та кількості співробітників. За свідченням автора, навіть остання рецесія ніяк не вплинула на видатки університетів і після неї їхні видатки щороку продовжували зростати. Вихід він бачить у реорганізації адміністративних процесів та структур, аутсорсингу, створенні державно-приватних партнерств, зниженні енергоспоживання, зростанні частки викладачів із неповним робочим днем, використанні онлайн-освіти, приведенні навчальних програм у відповідність до вимог ринку, злитті малих коледжів та спільному використанні їхніх ресурсів.

У першій спільній статті менеджера Д. Попова та аналітика А. Айзарда розглядаються імовірні наслідки скорочення іноземних студентів в

університетах Великої Британії [5]. Вони посилаються на нещодавнє опитування 11 тисяч студентів. Опитування показало, що «майже половина тих, хто збирався навчатися за кордоном, планують відкласти навчання, а ще п'ята частина планує змінити місце призначення або відмовитися від планів поїхати за кордон». Між тим, іноземні студенти забезпечували 17% доходів британських закладах вищої освіти. За даними Агентства зі статистики вищої освіти, найбільше постраждають університети Лондона. У британських навчальних закладах існує практика субсидіювання невеликих факультетів за рахунок тих, що набирають велику кількість іноземних студентів. Це створює ефект уявної життєздатності деяких курсів, зазначається в урядовому звіті за 2018 рік.

Д. Попов та А. Айзард називають «наївними» пропозиції скоротити видатки, пов'язані із навчанням за кордоном. Причину вони вбачають у постійних витратах, які не можуть бути «акуратно» розподілені між усіма студентами. На їхню думку, багато статей видатків (наприклад, заробітна плата викладачів, підтримка студентів та інформаційні послуги) не залежать від кількості студентів. Механічне скорочення таких видатків призведе, як вважають автори, до надмірного розширення дешевих курсів задля перехресного субсидіювання більш дорогих. А це, імовірно, завдасть шкоди репутації британської освіти у довгостроковій перспективі. Автори відзначають, що британські університети є піонерами у ключових галузях наукових досліджень, зокрема у пошуку вакцини від Covid-19; що вони допомагають уряду вирішувати соціальні проблеми – такі як регіональне зростання та соціальна мобільність. Отже, уряд має надати їм термінову фінансову підтримку. За відсутності додаткового державного фінансування деякі університети зможуть пережити цей економічний «буревій», проте для багатьох з них єдиним виходом стане злиття.

У другій статті Д. Попов та А. Айзард пояснюють, чому будь-яка криза у секторі вищої освіти завдасть удару по соціальній рівності [6]. За словами авторів, вони провели власний аналіз, щоб зрозуміти, які саме заклади стали найбільш фінансово вразливими. Для цього вони використали п'ять загальнодоступних критеріїв фінансової стабільності – дні чистої ліквідності, необов'язкові резерви як відсоток від доходу, відношення чистих активів до видатків, зовнішні запозичення як відсоток від доходу та профіцит як відсоток від доходу. Проведений авторами аналіз показав, що більшість фінансово вразливих університетів – 17 з 21 – мають непропорційно велику кількість студентів, які раніше навчалися у державних школах або коледжах. Таким чином, роблять висновок автори, вразливі університети є саме тими закладами, що сприяють соціальній мобільності та «роблять свій внесок у досягнення державних цілей у галузі доступу до вищої освіти».

Висновки. Представлений аналіз світового досвіду розвитку вищої освіти дозволяє зробити певні висновки, що можуть бути корисними й у вітчизняних умовах. По-перше, глобальні тенденції у зміні існуючої моделі організації та фінансування вищої освіти, що розпочалися ще до пандемії Covid-19, мають

бути підтримані владою та суспільством. По-друге, в процесі перебудови системи вищої освіти обов'язково слід враховувати не ті тільки суто економічні, але й соціальні показники.

Література:

1. Covid-19: the impact on higher education. *The economist intelligence unit*. Thu, 25th Jun 2020. URL: <https://www.eiu.com/n/covid-19-the-impact-on-higher-education/>.
2. Dust E., Wintrop R. Top 6 trends in higher education. *Brookings*. 2019. January 10, Thursday. URL: <https://www.brookings.edu/blog/education-plus-development/2019/01/10/top-6-trends-in-higher-education/>.
3. Friga P.N. The Great Recession Was Bad for Higher Education. Coronavirus Could Be Worse. *The Chronicle of Higher Education*. March 24, 2020. URL: <https://www.chronicle.com/article/the-great-recession-was-bad-for-higher-education-coronavirus-could-be-worse/>.
4. Halterbeck M., Conlon G., Williams R., Miller J. Impact of the Covid-19 pandemic on university finances: Report for the University and College Union. April 2020. URL: <https://londoneconomics.co.uk/blog/publication/impact-of-the-covid-19-pandemic-on-university-finances-april-2020/>.
5. Popov D., Isard A. UK higher education and Covid-19. *Frontier-economics*. URL: <http://www.frontier-economics.com/uk/en/news-and-articles/articles/article-i7536-uk-higher-education-and-covid-19/>.
6. Popov D., Isard A. UK higher education and Covid-19: implications for social mobility. *Frontier-economics*. URL: <http://www.frontier-economics.com/uk/en/news-and-articles/articles/article-i7594-covid-19-the-21-universities-most-at-risk/>.

УДК: 37.012+378

Козаченко М.В.,
здобувач освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси
Сіренко Ю.І.,
фахівець Покровського центру обслуговування клієнтів
АТ «ДТЕК Донецькі електромережі»
м. Покровськ

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ В ЗВО

Сучасна ситуація, пов'язана із COVID-19 спричинила те, що закладам освіти доводиться шукати інноваційні методи навчання для продовження свого функціонування. Розроблення теоретичних і методичних засад щодо інноваційного розвитку закладів вищої освіти можна віднайти в роботах І. В. Артємова, І. Р. Лазаренко, Г. П. Клімової, В. В. Третько, О. М. Жукової та ін. [3, с. 66-71]. Ці та розглянуті деякими іншими вченими сучасні інноваційні заходи дають поштовх для створення та узагальнення власних інновацій для закладів вищої освіти та розроблення відповідних рекомендацій для них.

На нашу думку, найбільш перспективні методи навчання є:

1) Електронне навчання. Дистанційне навчання в одну мить стало головною тенденцією в галузі освітніх технологій. Це призвело до зростання попиту на освітні онлайн-платформи. Завдяки електронному навчанню освітній контент доставляється студентами через комп'ютери, ноутбуки, планшети або смартфони. Це дозволяє не тільки економити час, а й відкрити двері інтерактивному навчанню. Замість пасивного досвіду студенти можуть вибирати, що їм потрібно вивчати швидко і легко, де б вони не знаходилися.

Хоча електронне навчання існує досить давно, воно постійно розвивається. Педагоги використовують переваги технологій, щоб зробити навчання більш ефективним. Саме тому зараз випускається все більше і більше онлайн-курсів і курсів змішаного навчання. Різноманітність – відмінна риса платформ онлайн-навчання. Ви можете навчати студентів у реальному часі (синхронно) за допомогою прямої трансляції або групових зустрічей з допомогою Zoom або Microsoft Teams, або ви можете використовувати записані (асинхронні) методології з широким спектром мультимедійних і цифрових функцій, доступних для збагачення уроків [1].

2) Імерсивне навчання за допомогою VR і AR. З тих пір, як в освіті з'явилися віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), процес навчання зазнав величезних змін. Для занурення у віртуальну реальність потрібно гарнітура VR. У неї є цифровий інтерфейс, який проектує зображення, створюючи реальний або віртуальний світ, який студенти можуть бачити і взаємодіяти завдяки управлінню жестами.

Наразі навчання стало набагато більш інтерактивним, ніж раніше. У той час як VR забезпечує сконструйовану реальність, AR дає поліпшене уявлення реального зображення. Таким чином, вони допомагають пояснити складні концепції або лабораторні експерименти, які немає можливості показати наочно.

Отже, AR і VR можна використовувати під час навчального процесу за допомогою:

1. Екскурсії – корисні для уроків мистецтва, географії та історії, VR дозволяє студентам зробити екскурсію кращими галереями, музеями і містами світу, не виходячи з аудиторії.

2. Віртуальна кар'єра – VR пропонує студентам можливість дізнатися про різні професії. Це буквально ставить студента на місце іншої людини, а це означає, що він може з перших рук дізнатися, як це виконувати певну роботу.

3. Високотехнологічне навчання – дуже важливо для студентів, які думають про кар'єру в таких сферах, як військова промисловість або медицина. VR і AR можуть спроектувати навчання в реальному житті. Наприклад, за допомогою технологій можна показати студентам анатомію тіла зсередини.

4. Мовне занурення – кращий спосіб вивчити мову – повне занурення. VR віртуально переміщає студентів в оточення, де лунає тільки досліджувана мова.

3) Нанонавчання. Інформаційне століття характеризується колосальним потоком інформації. Наш мозок іноді немає змоги все запам'ятати та проаналізувати. За допомогою нанонавчання студентам подається інформація в менших обсягах, але засвоюється вона в коротші строки. Надання студентам невеликих обсягів інформації дозволить підвищити продуктивність засвоєння необхідного матеріалу [2].

4) Методи онлайн-оцінки. Екзаменаційний процес є одним з ключових факторів успіху для оцінки студентів. Існують також платформи, які можуть допомогти в проведенні онлайн-іспитів. Вони допомагають автоматизувати та спростити, як іспит так і загальний процес оцінки для студентів і викладачів. Оцінки на основі штучного інтелекту можуть допомогти інститутам отримати цілісний аналіз успішності студентів на іспиті. Використовуючи машинне навчання і алгоритми на основі штучного інтелекту, теоретичні відповіді, написані студентами, також можуть бути оцінені за допомогою програмного забезпечення [1].

Нові методи оцінювання можуть допомогти зробити онлайн-іспит більш чесним, використовуючи віддалений контроль. У процесі контролю система може знімати фотографії та відео студента на онлайн-іспиті, за допомогою веб-камери. Система також може перевірити особу студента, використовуючи методи розпізнавання обличчя. Можна автоматизувати процес онлайн-перевірки іспиту за допомогою процесу віддаленого контролю, що допоможе заощадити великі витрати, пов'язані з інфраструктурою.

Отже, підсумовуючи викладене, вважаємо, що заклади вищої освіти мають велику кількість інноваційних методів для навчання та оцінки студентів. Використання нових ідей та можливостей сприятиме розвитку освіти в цілому, відмови від стандартних і застарілих засобів надання інформації студентам та наблизить Україну до сучасних стандартів європейської освіти.

Література:

1. Charlotte Stace The top five educational trends to look out for in 2021 URL: <https://blog.pearsoninternationalschools.com/the-top-five-educational-trends-to-look-out-for-in-2021>;
2. Sean Bui Top Educational Technology Trends In 2020-2021 URL: <https://elearningindustry.com/top-educational-technology-trends-2020-2021>;
3. Телєтов, О.С. Забезпечення інноваційного розвитку в ЗВО. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка.*, 2019. – № 3. – С. 66-73.

Секція 6

Пріоритети розвитку менеджменту сфери послуг

УДК 338.48(477)(075.8)

Дубіновський Д.В.,
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
спеціальність 051 «Економіка»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туристична галузь динамічно розвивається і прямо та опосередковано впливає на розвиток інфраструктури регіонів країни. Майбутнє значення туризму як виду економічної діяльності зростатиме, що має стати індикатором соціально-економічного оздоровлення економіки регіону та країни. З метою досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі конкретного регіону доцільно враховувати фінансове забезпечення, яке пов'язане зі специфікою започаткування та організації туристичної діяльності, формування фінансових ресурсів, варіювання туристичних замовлень за умов сезонного характеру.

Аналіз діяльності туристичних підприємств регіону засвідчив наявність конкуренції на ринку туристичних послуг, що зумовлює вибір ефективної стратегії з обґрунтованого спеціалістами переліку: інтеграція, концентрація, диверсифікація та забезпечення конкурентних переваг. Ефективність стратегічного розвитку туристичного підприємства конкретного регіону зумовлена покращенням економічних показників, високим ступенем стабільності та розвитку, чого досягти досить складно при високому рівні конкуренції на ринку та незадовільному матеріальному стані споживачів [1].

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є специфіка туристичних послуг і туристичного продукту, що обов'язково слід враховувати під час розробки системи управління туристичним підприємством, організацією, територією, при встановленні стандартів обслуговування, при створенні дієвої системи навчання персоналу тощо. Особливі вимоги до менеджменту в туризмі висуває і специфіка туристичного попиту, який має неоднорідний характер і вирізняється серед інших причин:

- невідчутністю і не збереженістю турпродукту;
- різноманітністю споживчих уподобань;
- високою значимістю суспільних факторів.

Складовою частиною менеджменту туристичного підприємства є управління персоналом організації, у межах якого має бути приділено достатньо уваги набуттю та закріпленню таких особистісних характеристик, як прагнення до постійного відкриття нового, мобільність, креативність та легкість у спілкуванні з іншими працівників туристичного бізнесу. У кінцевому вигляді управління виробничо-господарською діяльністю туристичної організації зводиться до управління людьми. Саме тому менеджмент персоналу в туристичній сфері має передбачати свідоме регулювання діяльності трудового колективу, а саме: форм його організації; інструментів пошуку, залучення та

безперервного навчання персоналу; характеру взаємовідносин між його членами; формування сприятливого морально-психологічного клімату; управління конфліктами; заходів з посилення мотивації працівників на досягнення тощо. Від того, наскільки вдалим буде створено механізм управління персоналом буде залежати загальна ефективність діяльності туристичного підприємства та галузі в цілому.

Сутність керуючого впливу в області економічного управління туризмом зводиться до того, щоб витрати від туристичної діяльності привести до мінімуму. Характеристика витрат тісно пов'язане з визначенням та всебічною сутнісним оцінюванням економічної категорії «споживання в туризмі». У загальноприйнятому розумінні споживання в туризмі визначається як вартість товарів і послуг, необхідних для комплексного задоволення явного та неявного попиту туристів. Таким чином, туристичні витрати визначаються як загальна сума споживчих витрат туриста при підготовці, в ході його поїздки і перебування в місці призначення [2].

Місія туристичного підприємства формується стратегічним керівником на основі аналізу й синтезу факторних груп – можливості компромісів між ними з урахуванням внутрішньої структури пріоритетів для кожної групи, оцінки напрямів і сили впливу факторів. Вона відображає:

- цінності ключових керівників підприємства, які активно втілюються ними в життя: духовний розвиток, престиж, суспільне визнання, зростання добробуту та якості життя тощо;

- організаційні пріоритети, втілені в організаційній культурі туристичного підприємства: традиції, ритуали, суспільна думка, етичні норми, прийняті в організації пріоритети цінностей (стабільність та інноваційність, ініціативність та енергійність, виконавчість та дисциплінованість).

У цьому контексті досить важливу роль відіграє діловий етикет у туристичній діяльності, який обумовлює встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами [3]. Саме від керівника буде залежати рівень успішності створених на туристичному підприємстві міжособистісних відносин, що у кінцевому рахунку буде визначати й результативність діяльності всього туристичного підприємства.

Як відомо, менеджмент будь-якого підприємства включає два основних аспекти. Перший аспект пов'язаний з ґрунтовним визначенням цілей та місії фірми. У цьому напрямі мають розроблятися заходи щодо їх здійснення і, відповідно, контролюватися кінцевий результат. В цьому аспекті менеджмент спрямований на рішення матеріально-логічних задач, організацію подій на підприємстві і управління ними. Другий аспект пов'язаний безпосередньо з керівництвом підприємством, а, отже, і з управлінням людьми. Серед всіх цілей цього аспекту саме задоволення потреб співробітників фірми виступає однією з найважливіших цілей, що є запорукою ефективної її роботи. Успіхи в цій справі

забезпечують особливості функціонування підприємства, а також життєві потреби його співробітників.

У основу ефективного виконання на практиці двох перелічених аспектів мають бути покладеними відповідні принципи, чітке дотримання яких дозволить досягти бажаного й очікуваного результату. Принципи менеджменту в туризмі ґрунтуються на класичних принципах менеджменту – найважливіших керівних правилах, положеннях і нормах поведінки, керуючись якими безпосередньо органами управління забезпечують ефективний розвиток організації.

Важливим аспектом успішного менеджменту в туристичній сфері є чітке розмежування сутності та змісту діяльності основних гравців туристичного ринку. Так, турпосередник (часто вживають синонім «турбюро») – збірне поняття, яке охоплює усі підприємства та заклади, які у своїй основній та додатковій діяльності є посередниками. Водночас поняття турбюро стосується лише тих підприємств, основна діяльність яких полягає в посередництві при наданні туристичних послуг. Водночас саме ці підприємства відіграють основну роль в організації діяльності туристичній галузі. Туроператор – туристичне підприємство, яке комбінує власні та чужі послуги в новий самостійний туристичний продукт. Туроператор пропонує клієнту комплексний тур від власного імені, на свій ризик та за свій рахунок. Залежно від того, до якої з цих двох категорії відноситься туристичне підприємство будуть змінюватися підходи та портфель інструментів його управлінського впливу.

Важливу роль в діяльності туристичного підприємства відіграє середовище, в якій воно функціонує. У менеджменті середовище організації – це умови і фактори, які впливають на її функціонування і вимагають прийняття управлінського рішення, спрямованого на усунення або пристосування до них. Середовище будь-якої організації прийнято розглядати як сукупність двох складників – внутрішнього і зовнішнього середовища [4].

Внутрішнє середовище організації – глобальна структура організації, яка охоплює всі її виробничі підрозділи, фінансові, транспортні та інші, незалежно від їх місця розташування і сфери діяльності. Для туристичного підприємства внутрішнє середовище є досить важливим, так як саме від його змістовного наповнення буде залежати спектр та якість туристичних послуг, які воно надає, а отже і конкурентоспроможності його на ринку регіону і країни.

Зовнішнє середовище – це сукупність активних суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх умов і факторів, які діють навколо організації і впливають на різні сфери її діяльності. Кожен з них є зовнішнім фактором впливу. Туристичне підприємство безпосередньо впливати на зовнішнє середовище не може, проте має обов'язково враховувати його позитивний чи негативний вплив при формуванні власної стратегії розвитку.

Вся класична економічна наука виходить із того, що одним із законів ринку є закон вартості, який діє і на туристичному ринку. Його сутність полягає

в тому, що в товарному виробництві основу пропорцій товарів, що обмінюються визначає вартість, величину якої, в свою чергу, визначають суспільно необхідні затрати праці. Закон вартості передбачає формування у окремої туристичної фірми індивідуальних затрат праці і ресурсів, і відповідно формування індивідуальної вартості й індивідуальної ціни на туристичний продукт. Але ринок призначає не ці індивідуальні вартості і ціни, а суспільні і ринкові, в основі яких лежать суспільно необхідні затрати праці.

Отже можна зробити узагальнюючий висновок стосовно того, що сьогодні сфера менеджменту у туризмі досить активно розвивається і буде перспективним напрямом досліджень у майбутньому, так як створюються нові види турів у інші країни чи, навіть, по Україні, які зацікавлюють населення з різними рівнями доходів.

Література:

1. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Київ: Знання, 2010. 502 с.
2. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2013. 388 с.
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/>.
4. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

УДК: 338.001.36

Шерстюкова К.Ю.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг*

Кононенко О.В.,

*здобувач освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

МІСЦЕ І РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Генеральна Асамблея ООН визначила 2021 р. як Міжнародний рік креативної економіки для сталого розвитку. За свідченням [1], поняття «креативні індустрії» (далі КІ) вперше з'являється в звіті уряду Австралії «Креативна нація» в 1994 р. [1, с. 9]; розуміння сутності поняття та окреслення переліку галузей економіки, які доцільно віднести до КІ, вперше запропонував департамент культури, медіа та спорту Великої Британії в 1998 р. [там само]. Наразі термін «креативні індустрії» закріплено в чинному українському законодавстві, згідно з яким «креативні індустрії – види економічної діяльності,

метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості» [2]. Перелік видів економічної діяльності, які в українській економіці віднесено до КІ, визначено Кабінетом міністрів України розпорядженням від 24.04.2019 р. № 265-р [3] (табл. 1), до них включено: візуальне та сценічне мистецтво, видавничу діяльність, дизайн, моду, інформаційні технології, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні художні промисли [4].

Таблиця 1. – Перелік видів економічної діяльності, які віднесено до креативних індустрій в Україні, відповідно до чинних нормативно-правових актів

Секція та розділ	Назва видів економічної діяльності; код згідно з Національним класифікатором України ДК 009:2010
<i>С. Переробна промисловість.</i> 32 Виробництво іншої продукції	32.12 Виробництво ювелірних і подібних виробів; 32.13 Виробництво біжутерії та подібних виробів; 32.20 Виробництво музичних інструментів
<i>Л. Інформація та телекомунікації.</i> 58 Видавнича діяльність; 59 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів. 60 Діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення; 62 Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність; 63 Надання інформаційних послуг	58.11 Видання книг; 58.13 Видання газет; 58.14 Видання журналів і періодичних видань; 58.19 Інші види видавничої діяльності; 58.21 Видання комп'ютерних ігор; 58.29 Видання іншого програмного забезпечення 59.1 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; 59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; 59.13 Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; 59.14 Демонстрація кінофільмів; 59.20 Видання звукозаписів 60.10 Діяльність у сфері радіомовлення; 60.20 Діяльність у сфері телевізійного мовлення 62.01 Комп'ютерне програмування; 62.02 Консультування з питань інформатизації. 63.91 Діяльність інформаційних агентств.
<i>М. Професійна, наукова та технічна діяльність.</i> 70 Діяльність головних управлінь (хед-офісів); консультування з питань керування; 71 Діяльність у сферах архітектури та інжинірингу; технічні випробування та дослідження. 72 Наукові дослідження та розробки. 73 Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку; 74 Інша професійна, наукова та технічна діяльність	70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю. 71.11 Діяльність у сфері архітектури. 72.20 Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук. 73.11 Рекламні агентства; 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації. 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну; 74.20 Діяльність у сфері фотографії; 74.30 Надання послуг з перекладу
<i>Р. Освіта.</i> 85 Освіта	85.52 Освіта у сфері культури
<i>С. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок.</i> 90 Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг; 91 Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури.	90.01 Театральна та концертна діяльність; 90.02 Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів; 90.03 Індивідуальна мистецька діяльність; 90.04 Функціонування театральних і концертних залів 91.01 Функціонування бібліотек і архівів; 91.02 Функціонування музеїв

Джерело: [3]

За класифікацією ЮНЕСКО, галузі КІ розділено на основні (архітектурна та інженерна діяльність, реклама, телевізійна діяльність зі створення програм та мовлення) та допоміжні (бездротові телекомунікації, дротова телекомунікаційна діяльність, виробництво споживацької електроніки, друк, роздрібна торгівля аудіо- та відеообладнанням у спеціалізованих магазинах) [5]. Виконанням завдань, які пов'язані із формуванням та реалізацією державної політики у сфері КІ, в Міністерстві культури та інформаційної політики України функціонує (з 2017 р.) самостійний структурний підрозділ – Директорат креативних індустрій [6].

Складність в оцінці місця та ролі КІ в сучасній економіці (світової, національній чи регіональній) полягає у відсутності регулярних статистичних спостережень про масштаби діяльності сукупності галузей, які віднесено до таких індустрій. За даними ЄС, в світовому масштабі «культурні та творчі галузі генерують 2250 млрд. дол. США доходів та 29,5 мільйона робочих місць. ...У цій сфері зайнято 1% активного населення світу, а найбільшими роботодавцями є образотворче мистецтво (6,73 млн.), книговидавництво (3,67 млн.) та музичне мистецтво (3,98 млн.)» [цитується за 5, с. 8].

За даними Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки, в 2018 р. валова додана вартість (ДВ), створена суб'єктами господарювання КІ України, склала 97 млрд. грн. (3,9% загальної ДВ), а в 2019 р. вона вже склала 117,2 млрд. грн. (3,95% загальної ДВ): зростання ДВ, створеної КІ, на 1 грн. спричиняє зростання валової ДВ в економіці на 2,20 грн. Загалом в 2019 р. КІ забезпечили роботою 3,6% зайнятих в економіці. Лише за період 2013-2019 рр. зайнятість у КІ зросла майже на 40% [4, с. 5-6; 7].

Література:

1. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій. 2019-2023. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b8db9113-2a3f-45fd-9677-71f9fc9170b6&title=EksportnaStrategiiaDliaSektoruKreativnikhIndustrii-doslidzhennia-UkrainskoiuMovoii&isSpecial=true>.
2. Закон України від 19 червня 2018 року № 2458-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>.
3. Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>.
4. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Звіт, підготовлений командою Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки у партнерстві з Кімонікс Інтернешнл Інк. на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України. URL : <https://drive.google.com/file/d/1ROTtpyM4LfR84aO5RV0Dj1bRNp7K1HnJ/view>.
5. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. Київ. 2019. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій за підтримки Українського культурного фонду. URL : https://www.slideshare.net/IER_Kyiv/ss-197451604.
6. Міністерство культури та інформаційної політики України. Офіційний сайт. URL : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=245281927.65.

Секція 7

Кластерна економіка: теорія і практика управління

УДК: 332.14

Панкова Л.І.,

*д.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

Мартінович В.Г.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ІНТЕГРАЦІЯ ПІДХОДІВ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Останнім часом наукова спільнота активно обговорює питання кластерного підходу в реалізації концепції розумної спеціалізації регіонів [1, с.75; 2, с. 78; 3], яка є одним з основних інструментів реалізації нової європейської стратегії EUROPE 2020. О.В. Лях зазначає, що «аналіз принципів і складових елементів стратегії розумної спеціалізації регіонів дозволяє зробити висновок, що вона тісно переплітається з політикою кластеризації регіонального розвитку, яка реалізується Європейським союзом та країнами-членами ЄС протягом вже третього десятиліття» [1, с. 85]. На цьому ж акцентують увагу й автори національної доповіді «Інноваційна Україна 2020»: «Світовий досвід свідчить, що найбільш ефективно політика розумної спеціалізації реалізується в потужних кластерах, з розвинутою інфраструктурою, вагогим науковим та інноваційним потенціалом, високим рівнем самоорганізації всіх зацікавлених акторів» [3, с. 195].

Таким чином, світові інтеграційні процеси актуалізують та посилюють значення регіону в напрямі визначення стратегічних засад розбудови інноваційних екосистем та розвитку крос-секторальної співпраці, що потребує формування кластерної моделі смарт-спеціалізації на основі балансу інтересів та врахування особливостей розвитку середовища.

Слід зазначити, що більшість спроб копіювання стратегій кластерної політики або смарт-спеціалізації регіонів на практиці залишаються менш ефективними, оскільки незважаючи на подібні умови, країни і регіони можуть спеціалізуватися в самих різних видах економічної діяльності, мати свій унікальний природний, культурно-історичний та соціально-економічний потенціал.

Інтеграція підходів смарт-спеціалізації та кластеризації охоплює ключові інтереси розвитку регіонального туризму з урахуванням принципів сталого розвитку, серед яких доцільно визначити наступні:

1. Економічні інтереси: стійкого відтворення туристичних природних, культурно-історичних, соціально-економічних ресурсів;
2. Соціальні інтереси: розвиток (диверсифікація) місцевого трудового, природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу; розвиток

інфраструктурного забезпечення малих міст (транспорт та логістика, цифрові технології, мобільний зв'язок тощо), диверсифікація внутрішніх та міжміських зв'язків; забезпечення безпеки громадян та туристів.

3. Екологічні інтереси: раціональне використання природних ресурсів; покращення якості навколишнього природного середовища; забезпечення якісного водопостачання та водовідведення; запровадження заходів енергоефективності, збереження та утилізації відходів; розвиток екологічно орієнтованих видів економічної діяльності.

Підхід смарт-спеціалізації може бути реалізованим в розвитку регіонального туризму, якщо ця сфера має інноваційну складову, великий потенціал і ресурси, а саме наявність: туристичних кластерів або потенціалу кластеризації, людського потенціалу, інноваційних технологій перетворення туристичних ресурсів в затребувані турпродукти в процесі їх відтворення, унікальні особливості території, що будуть виділяти її від всіх інших.

Саме інтерація підходів смарт-спеціалізації та кластеризації дозволяє розвивати новітні профілі туристичного напрямку: «цифровий», «зелений», «соціальний», «smart-туризм». Слід зазначити, що будь-який туристичний напрям є напрямом smart-туризму, якщо він базується на принципах: сталого розвитку; економічної вигоди; державного та приватного співробітництва; інноваційності, керативності та якості послуг, відповідальності, адаптивності до новітніх потреб та набору характеристик туриста (нові звички відпочинку, моделі споживання, інноваційні бізнес-моделі, цифровізація).

До привабливих туристичних місць в Україні відносяться Київ і Чернігів як пам'ятки давньої східнослов'янської культури; Львів, Прикарпаття, Закарпаття, Кам'янець-Подільський як пам'ятки західноєвропейської культури; Одеса як полікультурне європейське місто і багато інших [4, с. 103]. Україні бракує лише розвиненої інфраструктури туризму, хорошого сервісу, відповідної освіти й культури у цій сфері. Однак усі ці слабкі місця можна подолати за умови залучення підходів смарт-спеціалізації та кластеризації в розвитку регіонального туризму, що дозволить розвивати не лише існуючі, але й новітні туристичні напрями в Україні на основі специфіки та унікального туристичного потенціалу території.

Література:

1. Лях А.В. Промышленная политика в условиях децентрализации государственного управления: стратегия разумной специализации. *Економіка промисловості*. 2016. № 2. С. 74-90.;
2. Лымарь В.В. Оценка подготовленности регионов Европы к практической реализации концепции разумной специализации. *Вісник економічної науки України*. 2014. № 2 (26). С. 77-82.;
3. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. Київ, 2015. 336 с.
4. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти / наук. кер. проекту акад. НАН України М. З. Згуровський; Міжнар. рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т»; Ін-т прикл. системного аналізу НАН України

і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. Київ: НТУУ «КПІ», 2015. 136 с.

УДК 911.3

Фінагіна О.В.,

*д. е. н., проф., завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

Почтовюк А.Б.,

*д. е. н., проф., декан факультету економіки та управління,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗНАТЬ УКРАЇНСЬКОЇ РЕГІОНАЛІСТИКИ

За умов прискореного розвитку ринкової економіки України, актуалізації економічної та соціальної кризи та поширення дії коронавірусного карантину в 2020-2021 рр. виникає багато нових питань щодо актуалізації наукового напрямку регіоналістики з урахуванням знань антикризового менеджменту, інформаційного прогресу та оновленого бачення іміджу територій. Особливу зацікавленість викликають новітні управлінські підходи, технологій, методик, аналітичні та діагностичні інструменти розвитку регіонального іміджмейкінгу, ділової репутації підприємств та територіальних утворень, маркетингу територій, ділового середовища окремих регіонів як суб'єктів світогосподарської діяльності.

Наука в даному напрямі має великий потенціал досліджень, рекомендацій, щодо покращення: інноваційних та інвестиційних процесів; якості та впливовості бізнес-середовища; інформаційного забезпечення реформ та трансформаційних зрушень; активізації засад інформаційного суспільства та інформаційної економіки; забезпечення синергетичної дії менеджменту в економіці та соціальному прогресі; стимулювання відтворення інтелектуального потенціалу; новітніх стимулах розвитку галузей – туризму, готельної справи, спорту та його фінансових результатів [3].

Надамо авторське визначення іміджу території за рахунок окреслення особливостей управлінського залучення категорії в обіг знань регіоналістики, пріоритетності та перспективності досліджень з питань іміджевих процесів. Імідж територій є проявом та характеристикою одночасного виразу внутрішнього та зовнішнього образу регіону, його інформаційною картиною та проявом управлінських процесів відображення – історії, економіки, соціуму, природно-географічних умов відтворення життєдіяльності. Імідж територій постає одночасно продуктом системи знань культури, менеджменту, економіки.

В системі знань української регіоналістики поступово формується новітнє бачення іміджу територій та комплексність в підходах дослідження, як процесу активного та пасивного - управління знаннями, інформаційного прогресу, інноваційного результату відображення змін в парадигмі відносин «влада-населення-бізнес». Інтерес до іміджу, іміджевих технологій набуває свої оберти, впливовості на економіку, соціальну та культурну сфери регіонів, змінює перспективність інвестиційного та інформаційного прогресу.

Науковці наголошують, що імідж – це капітал, який реалізується через залучення інвестицій, кваліфікованої робочої сили, туристів, державні преференції. Регіональний імідж виконує значну кількість функцій, але центральною є функція узгодження економічних та соціальних інтересів з вектором на прогресивні зміни. Невдало створений або негативний імідж є передумовою конфліктів, соціальних проблем, підставою погіршення відносин довіри. Кожен регіон має власні можливості для створення та просування іміджу – це його потенціал, яким влада може скористатися в конкурентній боротьбі з іншими регіонами щодо залучення додаткових ресурсів розвитку, або, навпаки, зовсім не використовувати. Хоча і в цьому випадку імідж території формується в уяві людей, які мешкають як в регіоні, так і за його межами з точки зору комфортності проживання та праці[2].

Парадигму розвитку поглядів та системності досліджень іміджу територій в українському колі науковців-регіоналістів відобразимо на рис. 1.

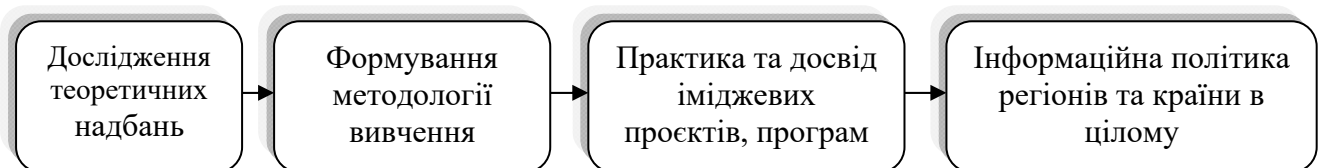


Рис. 1. Парадигма відносин розвитку іміджу в регіональному менеджменті

Авторська розробка

Саме іміжєві внутрішні та зовнішні відносини надають стимулів розширеному баченню функціонального навантаження іміджу територій в системі знань та цільових досліджень регіоналістики. Актуальними та вже визнаними постають функції іміджу територій (як інструменту системи знань та досліджень специфічних станів регіонів): інформаційно-комунікаційна, соціокультурна, геополітична, освітньо-пізнавальна, управлінська, мотиваційна.

В дослідженнях територіального іміджу України актуальними та перспективними постають напрями:

вивчення та висвітлення питань децентралізації влади в регіонах, інноваційні прориви місцевих спільнот в питаннях інтегрований дій та впровадження відповідних проєктів (світової теорії та практиці так звані відцентровані явища та процеси регіонального розвитку);

формування конкурентних переваг регіонів, посилення впливу інформаційних продуктів на ці процеси;

активізації транскордонного співробітництва та міжрегіональної взаємодії на платформах – сітьового бізнесу, маркетингових проєктів, кластероутворення;

розширення меж залучення маркетингових та брендингових технологій формування позитивного образу регіону;

іміджу соціокультурної сфери регіону, туризм та спорт в розвитку національної та міжнародної взаємодії;

репутації бізнесу та векторів міжнародної співпраці підприємців, влади, освітян, суспільних організацій;

розширення меж соціальної відповідальності (бізнесу, влади, освіти, населення) в контексті активізації процесів формування позитивного соціального іміджу;

можливості регіонального менеджменту та маркетингу щодо розвитку сільських територій, агробізнесу;

синергетичне поєднання іміджевих технологій з цільовою інформаційною політикою корпорацій, владних структур, бізнес-проєктів

Коло новітніх векторів дослідження постійно змінюється, оновлюється за рахунок ідей науковців, проєктів міжнародних та національних суспільних організацій, програм влади поєднати іміджеву політику з інформаційною на рівні суспільних інституцій.

Інформаційна політика держави вимагає підтримки коопераційних програм та проєктів обласних центрів, а також муніципальних утворень, особливо якщо йдеться про інфраструктурний та «середовищний» розвиток. Давно очікуваний прорив у розвитку інформаційного середовища регіонів може забезпечити пізнавальний канал суспільного характеру. Потребують підтримки також інформаційні центри університетів. Органи місцевого самоврядування можуть фінансувати безкоштовне розповсюдження низки суспільних інформаційних видань. Регіонам гостро не вистачає взаємодії професійної та громадянської журналістики, яка могла б реалізувати себе у формі мережних газет, на Інтернет-форумі та у блогосфері, інтерактивному телебаченні [1].

Регіони України в умовах ускладнення ведення господарської діяльності, посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках, дій коронкризи потребують нового бачення існуючого потенціалу іміджевої політики, оптимізації заходів влади та бізнесу з вектором позитивного інформаційного образу території. Саме імідж слід визнавати фундаментом, пріоритетом в інформаційно-комунікаційних заходах, технологіях міжнародного співробітництва, нарощені потенціалу інформаційної культури в міжрегіональних та міжнародних відносинах.

Література:

1. Додонов О. Г., Литвиненко О. В., Жигалюк В. В., Янішевський С. О. Інформаційна політика в Україні: стратегія розвитку // Стратегії розвитку України: теорія і практика. К., 2002.
2. Зінченко О.А. Формування позитивного потенціалу іміджу регіонів України: теорія, методологія, практика: моногр. Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2018. 456 с.

З.Солоха Д.В., Фінагіна О.В. Імідж регіону: питання інформаційного відображення та управлінських технологій регулювання. *Стратегія економічного розвитку України в умовах євроінтеграційних процесів* : зб. наук. праць Донецьк. держ. ун-ту управління. Донецьк: ДонДУУ, 2014.

УДК 519.22

Марченко Л. Н.,
*к.т.н., доцент, заведуюча кафедри
фундаментальної і прикладної математики,
Гомельський державний університет ім. Ф. Скорина,
г. Гомель, Беларусь*

Юзвенко Я.С.,
*соискатель образовательной степени бакалавр,
специальность «Экономическая кибернетика»,
Гомельський державний університет ім. Ф. Скорина,
г. Гомель, Беларусь*

СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

В наше время Интернет играет огромную роль в жизни почти каждого человека. Он необходим как для работы, общения или игр, так и для оплаты множества услуг. С помощью интернета человек экономит массу времени, совершая нужные платежи через всемирную сеть. С его помощью люди с легкостью узнают много нового и находятся в курсе последних событий, как мира, так и интересующего города или даже поселка. Но первое место все чаще отводится именно коммуникативной роли. И не имеет значение, будь то электронная почта, чаты или общение в социальных сетях. Интернет дает возможность общения между людьми с разных уголков мира. Теперь каждый может поддерживать постоянную связь со своими родными или друзьями независимо от своего местоположения. Современные люди общаются, работают, зарабатывают и знакомятся с помощью Интернета. Эта сеть помогает многим даже в поисках пропавших людей.

В работе проведен анализ использования Интернета в повседневной жизни в странах Европейского союза на основе статистических данных с 2012 по 2019 годы [1]. Рассмотрим следующие показатели.

X1 - домохозяйства, которые имеют доступ в интернет со скоростью передачи данных, превышающей максимально возможную при использовании коммутируемого доступа с использованием модема или телефонной сети общего пользования.

X2 - физические лица, использующие Интернет для взаимодействия с органами государственной власти через электронное правительство.

X3 - физические лица, использующие Интернет для заказа товаров или услуг.

X4 - лица, обладающие компетенцией в области применения персональных компьютеров, интернета и других видов ИКТ на базовом и выше уровне.

X5 - уровень доступа в Интернет – домохозяйства.

X6 - лица, использующие мобильные устройства для доступа в Интернет в пути.

Исследование между показателями проводилось на основе рангового коэффициента Спирмена.

Значимость взаимосвязи проверялась с помощью *t*-критерия на уровне значимости 0,05. Корреляционные матрицы *Q* значений коэффициентов корреляции Спирмена за 2012 и 2019 год имеют вид соответственно:

$$Q_{2012} = \begin{pmatrix} 1,00 & 0,85 & 0,88 & 0,84 & 0,90 & 0,75 \\ 0,85 & 1,00 & 0,85 & 0,84 & 0,88 & 0,69 \\ 0,88 & 0,85 & 1,00 & 0,83 & 0,95 & 0,85 \\ 0,84 & 0,84 & 0,83 & 1,00 & 0,84 & 0,82 \\ 0,90 & 0,88 & 0,95 & 0,84 & 1,00 & 0,84 \\ 0,75 & 0,69 & 0,85 & 0,82 & 0,84 & 1,00 \end{pmatrix}$$

$$Q_{2019} = \begin{pmatrix} 1,00 & 0,69 & 0,81 & 0,78 & 0,94 & 0,85 \\ 0,69 & 1,00 & 0,88 & 0,81 & 0,71 & 0,79 \\ 0,81 & 0,88 & 1,00 & 0,91 & 0,79 & 0,83 \\ 0,78 & 0,81 & 0,91 & 1,00 & 0,71 & 0,83 \\ 0,94 & 0,71 & 0,79 & 0,71 & 1,00 & 0,85 \\ 0,85 & 0,79 & 0,83 & 0,83 & 0,85 & 1,00 \end{pmatrix}$$

Коэффициенты корреляции Спирмена указывают на высокую взаимосвязь между исследуемыми показателями. В частности, можно заметить, что взаимосвязь между использованием мобильных устройств для доступа в интернет в пути с другими показателями увеличилась в 2019 году в сравнении с 2012 годом (рисунок 1). Наибольшее увеличение взаимосвязи наблюдается с X1 (домохозяйства, которые имеют доступ в интернет со скоростью передачи данных, превышающей максимально возможную при использовании коммутируемого доступа с использованием модема или телефонной сети общего пользования) и X2 (физические лица, использующие Интернет для взаимодействия с органами государственной власти через электронное правительство).

Классификация стран Европейского союза по рассматриваемым показателям проводилась на основе расстояния Евклида методом одиночной связи. В результате классификации в 2012 году (рисунок 2) имело место 3 кластера.

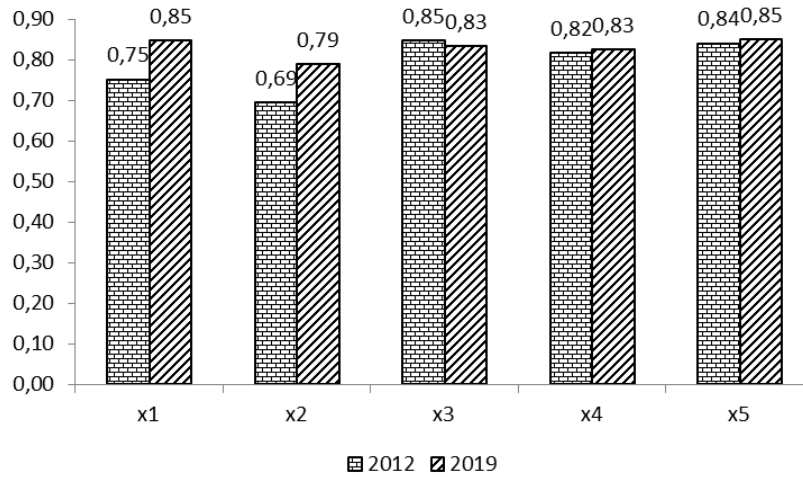


Рис. 1- Оценка статистической взаимосвязи между использованием мобильных устройств для доступа и других показателей

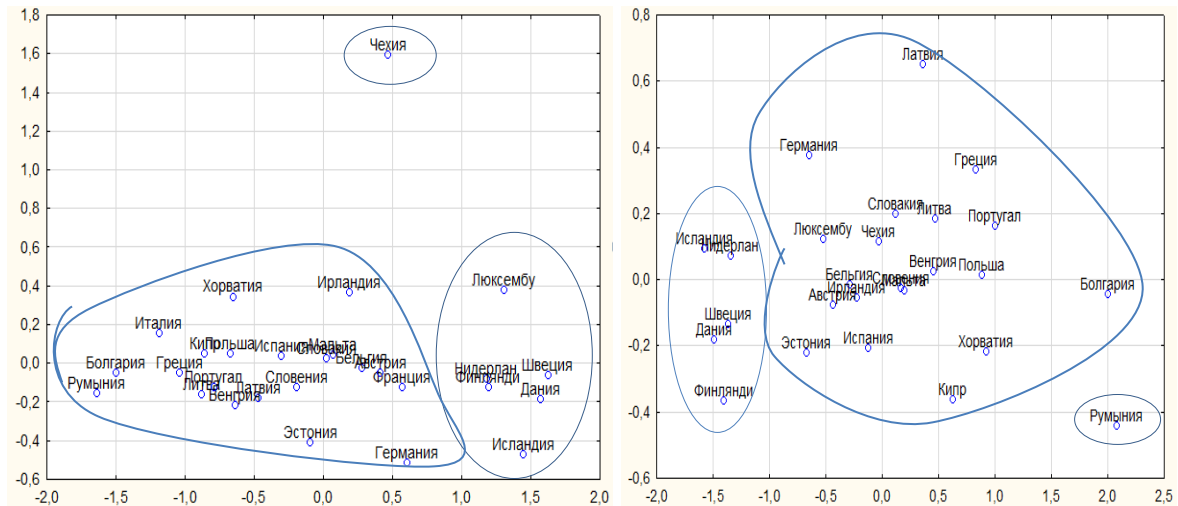


Рис. 2 – Классификация стран ЕС на основе расстояния Евклида методом одиночной связи за 2012 год

Отдельный первый кластер составила Чехия, для которой характерно высокое использование мобильных устройств для доступа в интернет в пути. Второй кластер образовали страны Люксембург, Нидерланды, Финляндия, Исландия, Дания, Швеция. Остальные страны составили большой третий кластер. В 2019 году отдельный кластер образовала Румыния, для которой показатели X2 и X3 приняли наименьшие показатели. Страна Люксембург перешла из 2 второго кластера в третий кластер, за счет увеличения показателей X1, X6.

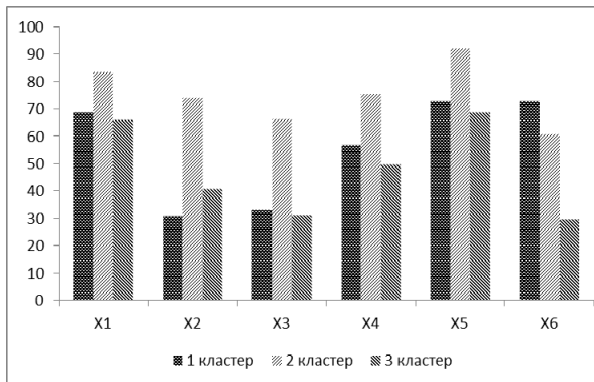


Рисунок 3 – Аналіз середніх значень по кластерам за 2012 год

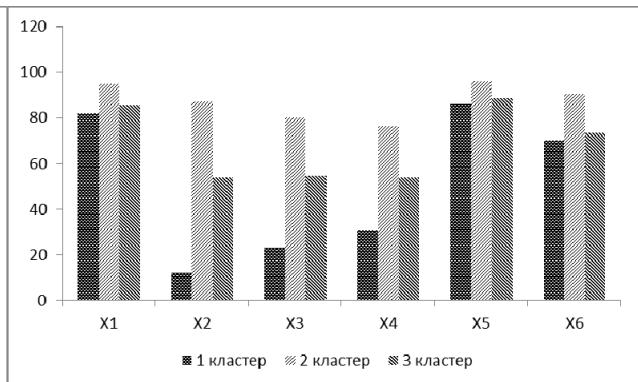


Рисунок 4 – Аналіз середніх значень по кластерам за 2019 год

Рис. 5 - Классификация стран ЕС на основе расстояния Евклида методом одиночной связи за 2012 год

Вывод: Для стран второго кластера характерны высокие значения по всем показателям по сравнению с странами третьего кластера. Что касается Люксембурга: с 2012 года по 2019 год у него произошел рост по показателю X1, X6.

Литература:

1. Eurostat: [Электронный ресурс]. URL : [http:// ec.europa.eu](http://ec.europa.eu). Дата доступа: 05.04.2021.

УДК: 332.4

Буряк М.Є.,

*здобувач освітнього ступеня магістр,
спеціальність 073 «Менеджмент»,*

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Буряк Є.В.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМИ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Практична реалізація стратегічної мети щодо досягнення сталих тенденцій комплексного розвитку регіонів України потребує формування концептуально нових механізмів раціонального регіонального управління та трансформації процесів побудови соціально-економічного устрою і передусім розробки дієвої системи методологічного забезпечення та практичного втілення базових для конкретної території програм соціального і економічного розвитку. Організація процесів комплексного розвитку регіонів в умовах реалізації оновлених принципів регіональної політики держави набуває все більшої актуальності.

Відомо, що регіони України відрізняються рівнем розвитку, показниками якісного зростання та факторами соціально-економічного відтворення. Тому, враховуючи існуючу структуру регіональної диференціації, доцільним буде застосування ряду стратегій сталого розвитку, розглянутих Я. В. Хоменко [6]. Оцінка регіональних економічних систем здійснювалась відповідно до визначеної градації, а саме – інтенсивне, стійке, повільне.

Як справедливо відзначають П. Т. Саблук, Д. Я. Карич і Ю. С. Коваленко [5], не слід забувати, що регіональний ринок – це не лише географічне місце функціонування суб'єктів господарювання, але і стійка просторова система економічних зв'язків виробників і споживачів товарів з відповідною ринковою інфраструктурою.

Україна має досить потужний потенціал розвитку та, за твердженням Л. Кузьменко, відрізняється від інших країн світу «відносно високим промисловим потенціалом, відсутністю значної залежності соціально-економічного становища від сільськогосподарського виробництва, значним за обсягом (хоча застарілим) фізичним капіталом, досить різноманітним колом природних ресурсів та високим потенціалом людського капіталу» [4]. Водночас, як наголошує у своєму дослідженні О. Зибарева, в Україні наголошується лише на констатації хаотичності заходів, спрямованих на реалізацію того чи іншого аспекту соціального або економічного розвитку регіону, не надається необхідної уваги досягненню принципів комплексності, багатоаспектності та наступності процедур та інструментів розвитку [1]. У цьому контексті В. Ковальчук стверджує про необхідність формування комплексного, системного підходу, заснованого на врахуванні багатоманітності чинників впливу на рівень соціально-економічного розвитку країни та її окремих регіонів, орієнтації на розв'язання найбільш гострих проблем території та суспільства [2]. Лише на такому інтеграційному підґрунті можливо досягти адекватних наявному потенціалу темпів комплексного розвитку регіонів країни.

Система інтеграційних зв'язків в регіональному вимірі може сприйматися в якості послідовного, багатовимірного і навіть революційного процесу трансформації певної системи показників. Їх формування та взаємодія є результатом впливу сукупностей внутрішньорегіональних і національних чинників, що має вагомий вплив на еволюцію теоретичних поглядів на це складне явище. У таких умовах важливим стає пошук нових шляхів і факторів, на підставі яких політика економічного регіону буде здійснюватися в якості невід'ємної складової загальної регіональної політики країни.

Одним із прогресивних напрямів інтеграції, що неодмінно відобразиться і на підприємствах регіону, вважаємо кластеризацію. Зокрема, в системі агропромислового виробництва основою політики кластеризації є концентрація та спеціалізація з формуванням на території замкнутих циклів “виробництво, зберігання, переробка та реалізація сільськогосподарської продукції” на засадах інтеграції з використанням механізмів корпоратизації та кооперації для одержання учасниками кластерів конкурентоспроможної продукції й підвищення прибутковості [3].

Таким чином, змістовна складова сучасних процесів економічних взаємодій є дієвим елементом загальнодержавної політики об'єднання принципів сталого розвитку та співробітництва через створення інтеграційних об'єднань і формування політики розвитку внутрішніх регіональних кластерних взаємин.

Література:

1. Зибарева О. В. Класифікація факторів девіантної соціалізації регіональних систем. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2013. Т. 18, Вип. 2. С. 79–84.
2. Ковальчук В. Г. Цілі та критерії соціально-економічного регіонального розвитку. Державне будівництво. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2012_2_23.
3. Кропивко М. Ф. Удосконалення системи державного і регіонального управління соціально-спрямованим агропромисловим виробництвом. Економіка АПК. 2008. № 2. С. 25 – 30.
4. Кузьменко Л. М. Методологічні основи управління розвитком економіки регіону: Автореф. дис... д-ра. екон. наук: 08.02.03; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2004. 30 с.
5. Саблук П. Т. Витратно-ціновий аналіз у системі агромаркетингу / П.Т. Саблук, Д.Я. Карич, Ю.С. Коваленко. Київ, 1996. 136 с.
6. Хоменко Я. В. Методологічні засади формування політики сталого економічного зростання в регіоні: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.03 [Електронний ресурс] / Я.В. Хоменко; Н.-д. екон. ін-т М-ва економіки України. Київ. 2009. 36 с.

УДК 332.056

Буряк Є.В.,

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
м. Кременчук*

Мильніченко С.М.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси*

ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ

В умовах сучасних, складних та непередбачуваних викликів глобалізованого світу Україна знаходить своє місце в наукових, практико орієнтованих надбаннях системи знань. Розвиток економіки, соціуму, інтегрованих форм діяльності влади, бізнесу та населення набувають свого розширеного, актуалізованого бачення з позиції євроінтеграційних прагнень нашої країни, викликів інноваційного та інформаційного прогресу, зміни парадигми культурних стандартів та нарощення проявів мультикультурності.

Потенціал регіонального кластероутворення в усьому його різноманітті формує новітнє бачення розвитку українського бізнесу на платформах дії

принципів – інтеграції діяльності, довіри в діях та прийнятті рішень, спільних знань та досвіду, інноваційності проєктів та програм, орієнтованості на високі технології та вирішення нагальних місцевих проблем (нагальних потреб), високої управлінської культури.

Інновації підприємств набувають новітнього бачення в контексті стрімкого поширення інформатизації та діджиталізації, мережевого бізнесу та віртуалізації соціо-культурного простору. Успішність ведення господарської діяльності на пряму залежить від якості інформаційної діяльності, що також зумовлює потреби безперервного та стрімкого інноваційного прогресу.

Світова наука та практика доводять, що кластери як прояв економічної інтеграції в сучасній діяльності галузевої та регіональної влади є первинним в інструментарії стимулювання ринків, бізнесу, якісного та кількісного покращення ділового середовища, залучення інвестицій. Кластери підприємств є центром промислової політики, балансують групи регіональних інтересів, стимулюють і корегують регіональний розвиток, прискорюють комерціалізацію національних наукових надбань. Розробка, успішна реалізація промислової політики з форматом стимулювання кластероутворення підприємств і регіонів сприяла економічному зростанню Китаю, США, Німеччини [1].

Актуальними, вкрай востребуваними постають питання комплексного вивчення потенціалу регіонального кластероутворення в Україні, поступового переходу на модель кластерної економіки, послідовного стимулювання формалізації та інституціоналізації кластерних утворень підприємств. Такий потенціал чітко формує модель подальшої розбудови інтеграційних відносин, соціалізації та інноваційності у сферах управління територіями, підприємствами, галузями відповідно до змін і форматів ділового середовища, бізнес-технологій, механізмів та інструментів соціалізації, модернізації промисловості, стрімкого просування інформаційного та інноваційного прогресу. Позитивні зрушення у відносинах кластероутворення чітко визначають як науковці, так і практики; оформлюється та набуває всесвітнього визнання теорія та методологія: кластерів у широкому трактуванні (регіональні та галузеві) та кластерів-підприємств; кластерних відносин; процесу кластероутворення; кластерних ініціатив і проєктів; кластерної економіки та її різноманітних моделей.

В Україні існує великий потенціал кластероутворення, як на рівні підприємств та галузей, так і в складніших моделях взаємодії «влада–бізнес–підприємства–ринкові утворення–населення» [2]. Такий потенціал в умовах активної та цілеспрямованої державної політики повинен сформувати українську модель кластерної економіки з урахуванням балансу інтересів усіх учасників процесу, інституціоналізації процесів кластероутворення як активної форми прогресивної співпраці усіх агентів суспільного відтворення регіонального продукту, пріоритетності національних інтересів над монопольними та олігопольними, реального майбутнього процвітання українського бізнесу і враховувати провідний світовий досвід кластеризації (рис. 1.).



Рис. 1. Потенціал кластерної економіки та роль суб'єктів господарювання у побудові кластерної моделі економіки

Джерело: складено авторами

Формування конкретних кластерних бізнес-моделей з їх специфікою діяльності, орієнтацією на розв'язання певних завдань та ресурсно-інфраструктурним забезпеченням здійснюється у межах наявної соціально-економічної системи та регулюється сформованими на цей час у суспільстві культурними, правовими та економічними нормами. Вміння ініціаторів створення кластеру інтегрувати всі можливості залежно від наявних умов визначає його конкурентоспроможність. Саме тому поглиблення теорії і практики регіонального менеджменту у напрямі розробки дієвого механізму створення та адаптування процедур організації кластерних утворень до реалій розвитку конкретної території має стати важелем активізації регіонального розвитку. У цьому контексті вірність вибору теми дослідження обґрунтовується необхідністю не лише «вдосконалення форм територіальної організації українського бізнесу, а формуванням пріоритетності цього напрямку в межах державної економічної та регіональної політики» [3, с. 9–10].

Реалії української економіки, стрімкі зміни та посилення євроінтеграційних процесів формують платформу прискорення й системної підтримки процесів регіонального кластероутворення та відповідності цих процесів до розширення дії – децентралізації влади, модернізації українських підприємств, залучення потенціалу ресурсів регіонів, активізації інноваційної культури. Український регіональний менеджмент, керівництво та власники підприємств очікують цікавих напрацювань, різнопланових рекомендації з питань методичного забезпечення розробки кластерної політики, технологій співпраці з іноземними інвесторами, поширення інноваційно-соціальних проектів, залучення інвестицій та інновацій до господарського комплексу регіону.

Національна кластерна модель економіки, що сьогодні активно формується в Україні, повинна мати чітко визначені та науково обґрунтовані концептуальні положення, напрацювання теорії та методології з метою покращення процесів відтворення бізнесу, пом'якшення для національного виробника конкуренції як у країні, так і у світовому просторі, і за умов ефективного, цільового розвитку економіки, її всебічної стабільності розвивати соціальні й громадські проекти, формувати підґрунтя майбутньої соціальної економіки, просувати стандарти інформаційного прогресу та нарощувати потенціал культури, поширювати та стимулювати на всіх рівнях управління розуміння доцільності та необхідності запровадження принципів соціального діалогу та корпоративної соціальної відповідальності.

Література:

1. Буряк Є. В., Фінагіна О. В., Бітюк І. М. Європейський досвід економічної інтеграції: перспективи адаптування в межах української державної та регіональної політики. *Теоретико-методологічні засади розвитку фінансової системи України на основі інноваційно-інвестиційних стратегій*: кол. монографія. Кривий Ріг: ФО-П Чернявський Д.О., 2019. С. 263-277.
2. Федоренко В.Г., Тугай А.М., Бойко А.Ф. та ін. Концепція кластерної політики в Україні. *Економіка та держава*. 2008. № 11. С. 5-15.
3. Кластери в системі стратегії і тактики розвитку регіону: монографія / Л.В. Батченко, А.В. Гуренко, Г.С. Кононенко, Р.В. Манн, О.В. Фінагіна, С.І. Цихмістро. Донецьк: «ВІК», 2013. 287с.

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-
АДМІНІСТРУВАННЯ**

(українською мовою)

В авторській редакції

Підписано до друку 18.05.2021 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman.

Умов. друк. арк. 8,5. Обл. вид. арк. 4,3

Тираж 50 прим.

Видавець ФОП Пономаренко Р.В.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців

Серія ДК № 3863 від 19.08.2010 р.

18000, Україна, м. Черкаси, вул. Смілянська, 120/1,

тел./факс: (0472) 63-69-15, 50-30-03

e-mail: druk_r@ukr.net

www.everest.ck.ua

Віддруковано і виготовлено

в друкарні ФОП Пономаренко Р.В.,

18000, Україна, м. Черкаси, вул. Смілянська, 120/1,

тел./факс: (0472) 63-69-15, 50-30-03