

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА СУСПІЛЬСТВА

MODERN CHALLENGES AND TOPICAL ISSUES OF
SCIENCE, EDUCATION, TECHNOLOGY AND SOCIETY

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

Частина 1
Part 1



1 листопада 2023 р.
November 1, 2023

м. Біла Церква, Україна
Bila Tserkva, Ukraine





МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА СУСПІЛЬСТВА

MODERN CHALLENGES AND TOPICAL ISSUES OF
SCIENCE, EDUCATION, TECHNOLOGY AND SOCIETY

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

Частина 1
Part 1

1 листопада 2023 р.
November 1, 2023

м. Біла Церква, Україна
Bila Tserkva, Ukraine



УДК 33
ББК 65

Сучасні виклики та актуальні проблеми науки, освіти, технологій та суспільства: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Біла Церква, 1 листопада 2023 р.): у 2 ч. Біла Церква: ЦФЕНД, 2023. Ч. 1. 79 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні виклики та актуальні проблеми науки, освіти, технологій та суспільства” з:

Білогородська сільська рада Бучанського району Київської області
Буковинський державний медичний університет
Відділ державної реєстрації актів цивільного стану у місті Мукачеві Мукачівського району Закарпатської області
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
Вінницький національний аграрний університет
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола
ДВНЗ “Приазовський державний технічний університет”
Державний заклад “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”
Державний податковий університет
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Запорізький національний університет
Івано-Франківський національний медичний університет
Ірпінський ліцей №1
Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана
Київський національний університет імені Вадима Гетьмана
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Київський національний університет технологій та дизайну
Криворізький навчально-науковий інститут Донецького державного університету внутрішніх справ
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності
Львівський національний університет імені Івана Франка
Національна академія Національної гвардії України
Національний авіаційний університет
Національний лісотехнічний університет України
Національний технічний університет “Дніпровська політехніка”
Національний університет “Чернігівський колегіум” імені Т. Г. Шевченка
Національний університет “Чернігівська Політехніка”
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет водного господарства та природокористування
Національний університет охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика
НДЦ “Інститут сімейної та молодіжної політики імені Олександра Яременка”
Одеський національний медичний університет

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Початкова школа № 332 м. Київ
ПрАТ “ВНЗ “Міжрегіональна Академія управління персоналом” Херсонський інститут
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Сумський національний аграрний університет
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
Університет Григорія Сковороди в Переяславі
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
Хмельницький національний університет
Черкаський державний бізнес коледж
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань науки, освіти, технологій та суспільства.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: педагогічних наук; філологічних наук; економічних наук; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; економіки сільського господарства і АПК; юридичних наук; психологічних наук; медичних наук; технічних наук; історичних наук; філософських наук; військових наук; політичних наук; фізичного виховання та спорту; державного управління; соціальних комунікацій.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб’єктів підприємницької діяльності.

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ SECTION 1. ECONOMIC SCIENCES	7
<i>Бажанова Н. В., Макаревич Д. М.</i> РОЛЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	7
<i>Бажанова Н. В., Цетнар О. Б.</i> АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СПЕЦИФІКИ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ГОСТЯМ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	8
<i>Білокур В. М.</i> МІНІМІЗАЦІЯ РИЗИКІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	10
<i>Бондар А. М.</i> ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТІЙКОСТІ	12
<i>Вербівська Л. В.</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ДОМІНАНТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	15
<i>Голод О. С., Іваненко Л. М.</i> УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМИНАМИ З КЛІЄНТАМИ У БАНКУ	17
<i>Гринькевич О. С., Миронюк А. К., Гнатів О. В.</i> ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	20
<i>Гринів В. М.</i> АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВАЖЕЛІВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ	21
<i>Гуріна Н. В., Романюк А. П.</i> РОЛЬ ПРОФЕСІЙНОГО СУДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРА ПРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІД ВИМОГИ ТАКСОНОМІЇ UA MCFZ XBRL.....	25
<i>Давидюк А. В.</i> ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ.....	26
<i>Єфремова О. І.</i> МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	30
<i>Загвойська Л. Д., Пелюх О. Р.</i> СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ.....	33

Корник М. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРЕНДНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	35
Кравченко М. С. ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД У ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	37
Миронюк А. К., Кулеба Ю. В. АНАЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СТУПЕНЮ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	38
Мутерко Г. М., Радченко І. А. УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	39
Проскуріна Н. М., Батерук Я. Ю. РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ТА УСПІШНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	41
Ревенко А. А. МІСЦЕ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ (КОНТРОЛЮ) В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО ЗАХИСТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	42
Самсонова В. В. ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ СПІВПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	44
Симонова З. О. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЮЧОЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕПО ЧЕРНІГІВ АТ «УКРПОШТА».....	46
Соляр В. В., Сахетгилиджов Н. ТЕОРІЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ В ІДЕЙНОМУ ЗАДУМІ В. РОСТОУ.....	50
Stasheiko S. O., Stepanova O. A. MARKETING STRATEGY OF HOTEL CHAINS: CURRENT TRENDS.....	52
Ткаченко М. В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	54
Уманчук І. О. AGRICULTURAL SUSTAINABLE LAND USE OF EUROPE.....	56
Федчишен В. А. БАЗОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	57
Шевченко Б. О. АГРАРНИЙ РИНОК: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ.....	59

СЕКЦІЯ 2. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА SECTION 2. DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR, SOCIAL ECONOMICS AND POLICY.....	62
<i>Байбарова А. С., Єлховікова І. В., Мойсєєнко А. Р.</i> ФОРМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ	62
СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І АПК SECTION 3. ECONOMICS OF AGRICULTURE AND AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX....	64
<i>Надкерничний І. В.</i> ФОРМУВАННЯ АГРОТЕХНОПАРКІВ ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	64
СЕКЦІЯ 4. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ SECTION 4. GOVERNMENT MANAGEMENT	67
<i>Ангел А. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ ЯК ЗАПОРУКИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ.....	67
<i>Кирилко В. О.</i> ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ.....	68
<i>Кононенко П. П.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИБОРІВ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ	70
<i>Котов І. В.</i> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	72
<i>Припуга Н. В.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЕТЕНТНІСТОГО ПІДХОДУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ.....	74
<i>Ульянченко Н. М.</i> СУЧАСНІ ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	76
<i>Цуркан Р. А.</i> ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ	78



УДК 640.412:004.738.5

Бажанова Н. В.

к. е. н., доцент, викладач

Макаревич Д. М.

студентка

Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола

РОЛЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

З поглибленням цифрової трансформації та змінами звичок споживачів, готельна індустрія повинна активно переформатовуватись та використовувати онлайн-стратегії для привернення уваги майбутніх клієнтів та утримання наявних. Зміни в медіа – споживанні, орієнтація на користувача та сучасні реалії вимагають від готелів уміння ефективного використання соціальних мереж, пошукового маркетингу, електронної пошти та інших інструментів інтернет- маркетингу. Персоналізовані стратегії, аналітика та вивчення ефективності дозволяють готелям адаптуватися до сучасного ринкового середовища та, підтримуючи конкурентоспроможність у галузі. Такий підхід стає необхідністю в світлі постійних технологічних та соціокультурних зрушень.

Підприємства готельної індустрії як невід’ємна складова частина сфери послуг у прагненні до розвитку готельного бізнесу дедалі більше усвідомлюють, що присутність в мережі Інтернет дає змогу отримувати низку конкурентних переваг на ринку, Керівництво готелів має мати розуміння того, що “якщо їх немає в мережі інтернет, то їх немає і в бізнесі”, та те що інтернет – маркетинг грає важливу роль в сучасних закладах готельної індустрії і є ключовим елементом успішної стратегії маркетингу[1,с.37].

Ефективність інтернет – маркетингу в сучасній готельній індустрії визначається кількома аспектами;

онлайн присутність - Інтернет допомагає готелям будувати і зміцнювати свій бренд через веб-сайти. Він повинен мати привабливий та легкий у використанні інтерфейс;

бронювання через онлайн сервіси – більшість клієнтів використовують інтернет для пошуку, порівняння та бронювання готелів, тому маркетингові стратегії готелю повинні бути націлені на залучення цієї аудиторії[2,с.205];

соціальні мережі – дозволяють готелям активно спілкуватися з клієнтами, відповідати на їх запитання та відгуки, робити онлайн огляди, розв'язувати проблеми, нагадувати про себе, а також підтримувати позитивні відносини з своїми гостями;

електронний маркетинг – використання електронної пошти клієнтів, яку вони надали при резервації чи поселенні в готель дає можливість в майбутньому розсилати пропозиції, знижки, анонсовані події та новини, що сприяє залученню та утриманню клієнтів;

відеомаркетинг – розміщення відео турів готелю на веб-сайті та соціальних мережах може допомогти майбутнім клієнтам отримати візуальне уявлення про готель, його номерний фонд та наявні послуги в готелі[3,с.225];

Дані аспекти інтернет – маркетингу дозволять готельним підприємствам, бути затребуваними на сучасному ринку готельних послуг, а також привертати нових клієнтів.

Ми виділили кілька ідей, які зможуть допомогти готелю відрізнятись в інтернет – просторі та створити більш глибокі та інтерактивні взаємодії з клієнтами:

- мобільний додаток з Бонусною Системою для постійних гостей, індивідуальними пропозиціями та можливістю здійснювати швидке бронювання;
- конкурси в соціальних мережах, де учасники можуть виграти безкоштовний відпочинок або додаткові послуги в готелі, що в свою чергу стимулює взаємодію та поширення бренду;
- ексклюзивні Пропозиції через різні Месенджери для відправки ексклюзивних пропозицій та знижок підписникам, що дозволить створити особливий зв'язок із клієнтами та збільшить їхню лояльність.

Отже, інтернет – маркетинг не лише підвищує впізнаваність готелю, але й дозволяє не лише ефективно залучати клієнтів, створювати позитивний імідж в мережі, підвищувати конкурентоспроможність серед своїх прямих конкурентів та максимізувати прибуток в умовах сучасного середовища.

Список літератури

1. Башинська І.О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”. 2012. Випуск 9 (34). Частина 1. С. 37. URL: <https://www.researchgate.net/publication/316659431>.
2. Ковальчук С.В., Забурмеха Є.М., Яремчук Т.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності: Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 3. - С. 205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_3%282%29_42.
3. Язіна В. А. Застосування інтернет-маркетингу рекламної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. 2019. № 1. С. 225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddma_2015_1_39.

УДК 640.412.45:316.722.34

Бажанова Н. В.

к. е. н., доцент, викладач

Цетнар О. Б.

студентка групи ГР-286

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СПЕЦИФІКИ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ГОСТЯМ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Сучасне готельне господарство постійно розвивається і пристосовується до різних потреб гостей. Однією з найважливіших та актуальних аспектів цього розвитку є забезпечення комфорту та доступності для гостей з особливими потребами.

Актуальність дослідження проблеми надання готельних послуг гостям з особливими потребами обумовлена недостатньо розвинутою інфраструктурою для цієї категорії гостей. Люди з фізичними, сенсорними, психологічними обмеженнями або алергіями також мають право на повноцінний та комфортний відпочинок і подорожі.

Метою цього дослідження є аналіз та оцінка специфіки надання готельних послуг гостям з особливими потребами.

Гості з особливими потребами – це особи, які потребують спеціальних зручностей або послуг для забезпечення комфорту та доступності в готельному середовищі.

Особи з інвалідністю – гості з фізичними обмеженнями, це особи на інвалідному візку або з мобільними обмеженнями, які можуть потребувати доступних номерів, пандусів, а також допомоги зі заселенням та пересуванням.

Особи зі схильністю до алергій – гості, які мають алергічні реакції на різні речовини, можуть потребувати спеціалізованих номерів, де забезпечена чистота повітря та відсутність алергенів, таких як тютюновий дим або домашні тварини.

Гості з порушеннями слуху або зору включає гостей, які мають проблеми зі слухом або зором. Для них можуть бути корисними спеціальні засоби, які полегшують спілкування та навігацію в готелі.

Гості з дітьми з особливими потребами – батьки з дітьми, які мають особливі потреби або обмеження, можуть потребувати спеціальних зручностей або послуг, які враховують потреби їхніх дітей.

Гості похилого віку – гості похилого віку, які можуть потребувати спеціального догляду, лікування або допомоги у зв'язку з певними обмеженнями, пов'язаними з віком [1, ст.196].

Гості з діагнозами, такими як аутизм чи інші розлади спектра аутизму: деякі гості, котрі можуть мати специфічні потреби в комунікації та в розташуванні, і потребують спеціальної уваги та підходу.

Специфіка надання готельних послуг таким категоріям гостей несе за собою наступні виклики:

- *фізична доступність*: багато готелів не мають відповідного обладнання і зручностей для гостей з особливими потребами, таких як пандуси, спеціальні ліфти, адаптовані номери тощо [2];

- *комунікація та розуміння* - персонал готелю може мати складності в комунікації з гостями, у яких є особливі потреби, особливо якщо гості мають обмеження в мовленні або слуху, а персонал не володіє відповідними навичками спілкування;

- *навчання персоналу*: персонал готелю володіти скілами щодо надання послуг гостям з різними видами обмежень. Це вимагає інвестицій у навчання та освіту персоналу.

Також проблемами є фінансові витрати, строки інфраструктурних змін, потреба гармонізації з іншими стандартами. Однак водночас із цим, надання послуг дає також низку можливостей та перспектив для закладів готельного господарства:

- ✓ *розширення аудиторії* – надання послуг гостям з особливими потребами може допомогти готелям розширити свою аудиторію та залучити нових клієнтів[3];

- ✓ *підвищення репутації* – готелі, які проявляють увагу до гостей з особливими потребами, можуть підвищити свою репутацію і зарекомендувати себе як соціально відповідальні;

- ✓ *ріст прибутку* – залучення гостей з особливими потребами може призвести до збільшення прибутку для готелю через додатковий попит на їхні послуги.

Стратегії, які включають навчання персоналу, реконструкцію готельних приміщень та використання технологічних рішень, можуть сприяти покращенню доступності та комфорту для даної категорії гостей.

Завдяки цим заходам, готелі можуть створити відкрите та доступне середовище для всіх своїх гостей, надаючи послуги, які враховують різноманітні потреби та надають усім можливість насолоджуватися відпочинком та подорожами.

Список літератури

1. Влащенко Н. М. Вдосконалення інфраструктури готелів для розвитку інклюзивного туризму. ХНАУ міського господарства імені О. М. Бекетова, Харків, Україна, 2018 URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9757/1/.pdf>

2. Кравцов С., Рибальченко А. Створення безбар'єрного простору в готелях України як прояв корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. НУХТ, Київ, Україна, 2018 URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/27829/1/.pdf>

3. Слатвінська Л.А. Фактори розвитку інклюзивного туризму в Україні. УДПУ ім. П. Тичини. Умань, Україна, 2019 URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/11455/1/.pdf>

Білокур В. М.

Студентка II (магістерського) рівня освіти
Галузі знань 05 “Соціальні та поведінкові науки”

За спеціальністю 051 “Економіка”

Магістерська програма “Економіка агробізнесу та агротрейдинг”,
Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана

МІНІМІЗАЦІЯ РИЗИКІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦТВА

Через широкомасштабне вторгнення РФ в Україну значного економічного падіння зазнали всі сфери господарської діяльності. Одною з галузей, на якій особливо позначились військові події стало виробництво продукції Рослиництва. Так, згідно даним, оприлюдненим агентством стратегічних досліджень Advanter Group, розмір сукупних втрат підприємств, які займаються виробництвом продукції АПК, зокрема, рослинництва, оцінено на суму 7 млрд. доларів США, при цьому значно скоротився рівень бізнес-активності підприємств, експортери стикнулися з обмеженням можливостей експорту через військову блокаду портів (зокрема, й виробники зернових культур після припинення дії зернової угоди), а також через обмеження можливостей вивозу продукції через заборони на транспортування. Так, близько 10% підприємств, що займаються виробництвом рослинництва було зупинено, й 21,8% - частково зупинили свою діяльність (не враховуючи підприємств, які працювали на окупованих територіях) [1].

Так, через блокування вивозу продукції сільськогосподарських підприємств морським шляхом, значно скоротився обсяг експорту з 7 млн. тонн на місяць до рівня 1,5 млн тонн [2]. Така ситуація призвела до різкого падіння цін на внутрішньому ринку України, який навесні 2023 року знизився до рівня менше за собівартість. Отже, одним з найбільших ризиків діяльності виробників продукції рослинництва залишається логістичний ризик.

Слід зазначити, що через військові дії зазнали пошкодження близько 30 відсотків земель сільськогосподарського призначення, а близько третини площ залишаються замінованими. Втрата доступних для використання площ – склала більше 25%, зрошувані землі втрачено на 70%, а прощі, які використовувались для посіву ягід та садівництва – близько 25% [3].

Також найважливішого значення набувають економічні ризики, адже виробники продукції рослинництва зіштовхнулися з ризиком банкрутства. Відбулося значне зростання собівартості виробництва продукції рослинництва через зростання рівня цін на пальне, добрива, насіння.

Крім того, для виробників продукції рослинництва суттєвим став вплив енергетичного ризику, адже багато об'єктів інфраструктури зазнали істотних руйнувань. Так, пошкоджено сільськогосподарські, складські, транспортні, переробні об'єкти інфраструктури. Фізичне знищення підприємств-виробників

сільськогосподарської продукції у зонах ведення бойових дій та прифронтових територіях вплинуло на втрату близько 30% продукції рослинництва [4].

Найбільш характерним для діяльності аграрних підприємств є виробничий ризик, адже виробництво продукції рослинництва є сезонним та безпосередньо залежить від впливу природно-кліматичних чинників. Негативного впливу зазнали виробники продукції рослинництва через погіршення стану екології в Україні, забруднення земель, руйнування дамби в Херсоні (адже саме Херсонська область традиційно була одним з найбільших постачальників овочів та фруктів на внутрішній ринок та на експорт) тощо.

Вузька спеціалізація виробників продукції рослинництва в сучасних умовах господарювання чинить негативний вплив на фінансові результати підприємств, та, як наслідок, призводить до підвищення економічних ризиків суб'єктів господарювання. Отже, на сучасному етапі підприємства потребують додаткового фінансування від держави та запровадження заходів для здійснення економічного контролю щодо результатів їх діяльності.

Для мінімізації впливу ризиків на діяльність виробників продукції рослинництва необхідним проведення таких актуальних змін на державному рівні, як: вирішення проблеми щодо блокування податкових накладних для бізнесу, зокрема, повернення презумпції невинуватості для платників податків. Особливо гостро виявляється необхідність позбавлення виробників продукції рослинництва щодо сплати єдиного податку для 4 групи. Крім того необхідним стає відтермінування запровадження мінімального рівня податкового навантаження платників у розрахунку на 1 гектар земель; створення організації водокористувачів, яка дозволить організувати контроль для розвитку процесів зрошення земель; продовження безмитного режиму з країнами ЄС й продовження квот на вивіз продукції рослинництва на довгостроковий період (або на постійній основі); врегулювання відносин виробників продукції рослинництва й мереж згідно прикладу організації співробітництва в ЄС; здійснення децентралізації енергетичної системи держави, стимулювання розвитку та додаткове фінансування проектів альтернативної енергетики.

Таким чином, мінімізація ризиків виробництва продукції рослинництва може бути досягнута через розроблення національної програми розвитку галузі на основі програмно-цільового підходу, орієнтованого на досягнення стійкого розвитку сільських територій й пріоритетних галузей, модернізації процесів виробництва, досягнення фінансової стійкості, регулювання ринків продукції та сировини, державної підтримки та захисту економічних інтересів виробників продукції рослинництва.

Список літератури

1. Стан та потреби бізнесу в умовах війни. Стратегічне опитування аграріїв. URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-listopadi-2022-roku> (дата звернення 30.10.23)
2. Гетьман О. Як війна вплинула на агросектор і що може зробити держава для пришвидшення відновлення? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/15/698035/> (дата звернення 30.10.23).
3. Агробізнес під час війни: як побудувати ефективну діяльність та на що звернути увагу. URL : https://biz.ligazakon.net/news/213244_agrobznes-pd-chas-vyni-yak-pobuduvati-efektivnu-dyalnst-ta-na-shcho-zvernuti-uvagu (дата звернення 30.10.23).
4. Агропромисловий комплекс України, огляд ніші та реалії сьогодення. URL : <https://blog.youcontrol.market/aghropromislovii-kompliksi-ukrayini-oghliad-nishi-ta-rieliyi-soghodiennia/> (дата звернення 30.10.23).

Бондар А. М.

магістр

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Науковий керівник:

Козловський С. В.

д.е.н., професор

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТІЙКОСТІ

Постановка проблеми. Сьогодні ефективність діяльності будь-якого суб'єкта ринку, підприємства, організації чи установи визначається багатьма факторами, одним із визначальних яких є стан та тенденції зміни зовнішнього середовища, в якому функціонують ці суб'єкти. Саме здатність суб'єктів ринку швидко пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі є однією із основних умов забезпечення їх успішної діяльності як в короткостроковому періоді, так і в довгостроковій перспективі.

Метою дослідження є виокремлення основних особливостей зовнішнього середовища, в якому функціонують сучасні підприємства, організації і установи.

Виклад основного матеріалу. Загальновідомо, що діяльність будь-якого господарюючого суб'єкта, підприємства, організації, установи тощо відбувається у певному середовищі. Жоден із цих суб'єктів не може існувати ізольовано, сам по собі. Результати діяльності кожного з цих суб'єктів залежать від стану довкілля; від наявності тих чи інших ресурсів, необхідних для виготовлення тієї чи іншої продукції чи послуг; від наявності покупців (споживачів), які б бажали та мали фінансову можливість придбати виготовлену суб'єктами ринку продукцію або послуги тощо.

Тому не випадково, що питання, пов'язані з вивченням зовнішнього середовища, в якому функціонують підприємства, організації та установи, знаходять своє відображення в багатьох книгах, підручниках та навчальних посібниках з підприємництва (див. [1], [2], [3], [4] тощо); з планування діяльності суб'єктів ринку (див. [5]); з менеджменту (див. [6], [7], [8], [9], [10], [11]) тощо, а також віддзеркалюються в численних наукових працях, які публікуються в збірниках матеріалів наукових та науково-практичних конференцій, доповідаються на всеукраїнських та міжнародних форумах, симпозіумах тощо.

В більшості цих наукових праць підкреслюється, що в Україні зовнішнє середовище, в якому функціонують вітчизняні та закордонні господарюючі суб'єкти, підприємства, організації та установи, є дуже складним, нестабільним і часто несприятливим. Це пояснюється багатьма причинами: прискоренням процесів глобалізації світової економіки; загостренням конкурентної боротьби на всіх ринках світу; низькою купівельною спроможністю значної кількості населення України; недостатньою компетентністю органів виконавчої влади та місцевого самоврядування; суттєвою залежністю України від інших країн у енергоносіях; несприятливою екологічною ситуацією; значними обсягами тіньової економіки; знеціненню багатьох моральних якостей у певної частки населення тощо.

Як відомо, в теорію управління поняття “зовнішнє середовище” було уведено ще наприкінці 50-х років ХХ століття. Це був важливий внесок в науку управління, адже підкреслювалася необхідність розглядати будь-яке підприємство, організацію або установу не тільки як цілісну економічну, виробничу, інформаційну тощо систему,

що складається з окремих взаємопов'язаних частин, але і як цілісну систему, яка не є ізольованою від світу і активно взаємодіє з іншою цілісною системою – зовнішнім середовищем.

На сьогоднішній день в економічній літературі існує багато підходів до тлумачення поняття “зовнішнє середовище”, в якому працюють суб'єкти ринку, підприємства, організації та установи. Деякі з цих підходів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до тлумачення поняття “зовнішнє середовище”

Джерело	Сутність поняття “зовнішнє середовище”
[12]	Це сукупність неконтрольованих суб'єктів і сил, що діють за межами суб'єкта ринку і не підвладні апаратові управління
[13]	Це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх відносно суб'єкта ринку умов і чинників, що діють у глобальному оточенні
[14]	Це всі сили і контактні аудиторії, з якими суб'єкт ринку зіштовхується у своїй повсякденній і стратегічній діяльності. Тобто буквально усе, що впливає на прийняття рішень у процесі діяльності суб'єкта ринку, може бути включено у це поняття
[15]	Це сукупність чинників макро- та мікросередовища
[16]	Це сукупність елементів, які не входять до складу суб'єкта ринку, але справляють на нього певний вплив. Це джерело забезпечення суб'єкта ринку ресурсами, необхідними для підтримання його внутрішнього потенціалу на необхідному рівні для досягнення поставлених цілей

Аналізуючи вищенаведені та подібні тлумачення поняття “зовнішнє середовище”, можна констатувати, що всі вони мають право на існування, хоча і є з об'єктивних причин досить широкими і частково абстрактними.

Тому ми будемо вважати, що *зовнішнє середовище* – це сукупність умов, структур, факторів, сил, обставин тощо, які існують поза межами суб'єктів ринку, підприємств, організацій та установ, впливають на них ззовні, змінюючи тим самим поведінку цих суб'єктів на тому чи іншому ринку.

Ми погоджуємося з твердженням, наведеним в [15], що навіть, у тому випадку, коли в середині підприємства, організації чи установи не відбувається ніяких змін, зовнішнє середовище суттєво впливає на результати діяльності цих суб'єктів. Тому кожний суб'єкт ринку, як підкреслюється в [14], має не тільки вивчати стан та аналізувати тенденції зміни зовнішнього середовища, в якому він працює, але й вміти реагувати на ці зміни, оскільки невдача в пристосуванні до змін зовнішнього середовища може спричинити не тільки суттєве погіршення результатів діяльності цього суб'єкта, але й банкрутство всього його бізнесу чи діяльності загалом.

На основі аналізу низки наукових праць [13], [14], [15] нами було зроблено систематизацію основних особливостей зовнішнього середовища, в якому функціонують сучасні підприємства, організації і установи (див. рис. 1).

Так, *тісний зв'язок факторів* зовнішнього середовища свідчить, що зміна одного фактору практично завжди викликає зміну інших факторів. Наприклад, зростання цін на енергоносії може викликати стрибок цін на всі види продукції, що її виготовляє певний суб'єкт ринку, а це, у свою чергу, може призвести до ослаблення конкурентних позицій суб'єкта на цьому ринку. Тому, як підкреслюється в [17],

суб'єкт ринку обов'язково повинен вміти виявляти основні тенденції зміни та взаємозалежність основних факторів зовнішнього середовища і прогнозувати розвиток цих змін.

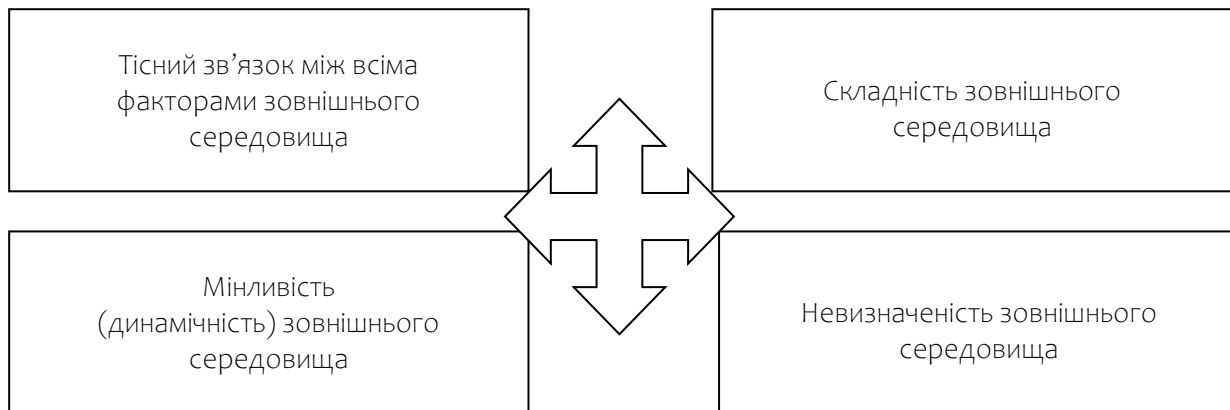


Рис. 1. Основні особливості зовнішнього середовища, в якому функціонують сучасні підприємства, організації і установи

Складність зовнішнього середовища пояснюється: а) великою кількістю факторів, що впливають на діяльність підприємств, організацій та установ, і на які ці суб'єкти ринку зобов'язані реагувати для забезпечення свого подальшого існування та розвитку; б) рівнем варіантності кожного фактору, а також в) силою впливу кожного фактору зовнішнього середовища як один на одного, так і на результати діяльності підприємств, організацій та установ загалом.

Чим більшою буде кількість факторів, що впливають на діяльність підприємств, організацій та установ, а також чим більшим буде число рівнів їх варіантності і сили впливу, тим складнішим буде врахування вплив цих факторів на діяльність суб'єктів ринку.

Мінливість зовнішнього середовища визначається швидкістю, з якою відбуваються зміни у зовнішньому середовищі, в якому працюють підприємства, організації чи установи. Сьогодні переважна більшість дослідників вважає [15], що швидкість змін у зовнішньому середовищі має тенденцію до прискорення, хоча і не є рівномірною. Так, в деяких галузях зовнішнє середовище є дуже рухливим (комп'ютерні технології, фармацевтична промисловість, біотехнології тощо), а в інших галузях (підприємства харчової, деревообробної промисловості тощо) – менш рухливим.

Характерним є також те, що мінливість зовнішнього середовища з різною силою сприймається різними підрозділами одного і того ж суб'єкта ринку. Так, більш рухливим зовнішнє середовище є для науково-дослідних, інноваційних маркетингових підрозділів, і менш рухливим – наприклад, для виробничих.

Висновки. Проаналізовано особливості зовнішнього середовища, до яких віднесено його складність, невизначеність, мінливість тощо; досліджено існуючі класифікації факторів зовнішнього середовища, до яких за змістом та напрямом впливу на суб'єктів ринку віднесено макроекономічне та мікроекономічне середовище. Встановлено, що макросередовище діє на всіх суб'єктів ринку одночасно і не має специфічного впливу на окремо взяте підприємство, організацію чи установу, а мікросередовище складається з чинників, які безпосередньо впливають на результати діяльності конкретного суб'єкта ринку, і на які цей конкретний суб'єкт ринку також може (і повинен) впливати.

Список літератури

1. Козловський С. В. Забезпечення стійкості та розвитку сучасних економічних систем : монографія. Вінниця: ТОВ “Нілан-ЛТД”, 2017. 554 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I – Вінниця : ВНТУ, 2020. – 119 с.
3. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II – Вінниця : ВНТУ, 2020. – 116 с.
4. Гой І.В. Підприємництво [текст] : навч. посібник /І.В. Гой, Т.П. Смелянська – К.: “Центр учбової літератури”, 2013. – 358 с.
5. Козловський В.О., Лесько О.Й. Бізнес-планування. Навчальний посібник. Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 241 с.
6. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій [Текст]. Навчальний посібник / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк. – К.: “Центр учбової літератури”, 2019. – 560 с.
7. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 860 с.
8. Тебекин А.В. Менеджмент организации (рос.): учебник / А.В.Тебекин, Б.С.Касаев. – М.: КНОРУС, 2006. – 416 с.
9. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту : Підручник. – К.: “Академвидав”, 2003. – 416 с.
10. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент : Посібник. – К.: “Академвидав”, 2003. – 464 с.
11. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент : Учебник. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2002. – 528 с.
12. Зовнішнє середовище організації: поняття, елементи, характеристики, методи аналізу, особливості вітчизняних організацій [сайт]. Режим доступу [https://knowledge.allbest.ru/management/2coa65625a3bd78b4c43b88521216c37_o.html#text] (Дата звернення 20.07.2023 р.)
13. Характеристика зовнішнього середовища організації [сайт]. Режим доступу [https://allreferat.com.ua/uk/ekononika_finansu_pidpruemnucka_diyalnist/kursova_ua/5572] (Дата звернення 20.07.2023 р.)
14. Зовнішнє середовище підприємства Режим доступу [<https://topref.ru/referat/113487.html>] (Дата звернення 20.07.2023 р.)
15. Аналіз зовнішнього середовища підприємства [сайт]. Режим доступу [<https://www.bestreferat.ru/referat-115045.html>] (Дата звернення 20.07.2023 р.)
16. Зовнішнє середовище організації [сайт] : Режим доступу [https://pidru4niki.com/10561127/menedzhment/zovnishnye_seredovishe_organizatsiyi_derzha_vne_regulyuvannya_chinnik_vplivu] Дата звернення 20.07.2023 р.)
17. Котлер.Ф. Основи маркетингу. – М.: Прогрес, 2003. – 345 с.

УДК 681.83

Вербівська Л. В.

д. е. н., доцент,

доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ДОМІНАНТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Глобалізаційні процеси в економіці змушують підприємства приділяти особливу увагу своїй конкурентоспроможності, тобто бути гнучкими та адаптованими до

динамічних змін у зовнішньому середовищі, пристосовуватися до змін свого внутрішнього середовища та намагатися досягти конкурентних переваг на ринку. Конкурентоспроможність підприємств є невід’ємною частиною їх сталого розвитку, оскільки вона стимулює підприємство діяти й просуватися вперед в умовах жорсткої конкурентної боротьби, яка обумовлена інтеграцією України в міжнародний економічний простір та зростанням кількості потужних транснаціональних корпорацій на внутрішньому ринку.

Грунтовні дослідження сфері формування конкурентоспроможності підприємств здійснили такі науковці як: Котельникова Ю.М. [2], Тульчинський Р. В., Тульчинська С. О. [3], Храпкіна В.В. [4] та ін. Однак швидкі та складні зміни в зовнішніх та внутрішніх умовах бізнесу, які часто мають хаотичний та непередбачуваний характер, створюють потребу у підсумовуванні існуючих знань й розробці нових підходів до формування та управління конкурентоспроможністю підприємств [1, с. 62].

У сучасних умовах розвитку підвищення конкурентоспроможності підприємств є основним пріоритетом, оскільки конкурентна боротьба вимагає від суб’єктів підприємницької діяльності постійного самовдосконалення, оптимізації виробництва та постійного покращення якості продукції чи послуг, що надаються на ринку [2]. Конкурентоспроможність підприємства часто пов’язують з такими характеристиками, як здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію і послуги, ефективно та продуктивно функціонування, а також здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж основні конкуренти [3, с. 7]. Тому у формуванні парадигми управління конкурентоспроможністю підприємствам важливо керуватися визначеними пріоритетами: ефективно управління повинно бути ієрархічним та наскрізним, розглядаючи підприємство як частину вищого рівня системи, де конкурентне середовище грає важливу роль; управління конкурентоспроможністю розглядається як інноваційний процес, який базується на формуванні і розвитку інноваційної культури та активної інноваційної діяльності; підприємство має розвивати свою інтелектуальну спроможність, оскільки відмінності у знаннях між підприємствами визначають їх господарські результати і успіх конкурентної стратегії підприємства залежить від використання інтелектуальних технологій; орієнтація на перехід від ієрархічної моделі управління до мережевої є перспективною моделлю управління конкурентоспроможністю підприємства [4, с. 247-248].

Формування конкурентоспроможності як доміанти сталого розвитку підприємств вимагає акценту на формуванні конкурентних переваг, що тісно пов’язані з цифровою трансформацією. Ці конкурентні переваги можна розділити на наступні типи: технологічні, що забезпечують доступ до інформаційних технологій та ресурсів; функціональні, що надають доступ до спеціалізованих інструментів та сприяють поліпшенню виконання основних функцій підприємства; інфраструктурні, що надають доступ до цифрової інфраструктури; корпоративні, що оптимізують процеси управління; інформаційні, що надають доступ до інформації на ринку; ринкові, що спрощують доступ до певного ринку і забезпечують або полегшують взаємодію між контрагентами ринку [1, с. 75].

Отже, конкурентоспроможність підприємств визначає успішність суб’єктів господарювання на ринку та ефективність розвитку ринкового механізму загалом. Ефективно управління конкурентоспроможністю підприємств варто розглядати як комплексне поняття, що формується під впливом різних факторів, які впливають на всі аспекти діяльності підприємства і є складним процесом управління, спрямованим

на створення конкурентних переваг в нестабільних умовах шляхом раціонального використання ресурсів, ефективного позиціонування продукції, забезпечення фінансової стійкості та інше. Формування нової парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства вимагає урахування декількох ключових аспектів, таких як нове стратегічне мислення, ієрархічність та наскрізність управління, важливість часу, інноваційний підхід, глобальні тенденції інтелектуалізації економіки тощо.

Список літератури

1. Вербівська Л.В. Інформаційно-комунікаційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації економіки. *Стратегічні засади сталого розвитку підприємництва і торгівлі в сучасних умовах*: колективна монографія / за заг. ред. Є.В. Скляр. Чернівці : Технодрук, 2021. С. 59-100.
2. Котельникова Ю. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 101-108. URL: <https://ins.vntu.edu.ua/index.php/ins/article/view/104>.
3. Тульчинський Р. В., Тульчинська С. О., Ружицький А. В. Стратегії конкурентоспроможності підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 5–9. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.6.5.
4. Храпкіна В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 51. 2020. С. 2465-248. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/51_2020/41.pdf.

УДК 336.71

Голод О. С.
здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня
спеціальності 075 “Маркетинг”
Іваненко Л. М.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики
Донецький національний університет імені Василя Стуса

УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМИНАМИ З КЛІЄНТАМИ У БАНКУ

В сучасному світі, де конкуренція серед банків надзвичайно висока, а пакет послуг, що надаються банківськими установами практично не відрізняються, ефективне управління взаєминами із клієнтами стає критично важливим інструментом розвитку фінансових установ. Ситуація ускладнюється постійно зростаючим обсягом інформації про клієнтів, що потребує систематизованого зберігання та постійної обробки для прийняття компетентних рішень.

CRM (Customer relationship management), або управління взаємовідносинами із клієнтами, є стратегічним, систематичним підходом до управління взаєминами із клієнтами з метою створення спільної цінності [1]. Цей підхід включає процеси, технології та аналіз інформації для розуміння потреб клієнтів, передбачення їх очікувань і забезпечення задоволеності клієнтів. Базові принципи управління взаєминами із клієнтами наведені на рис. 1.

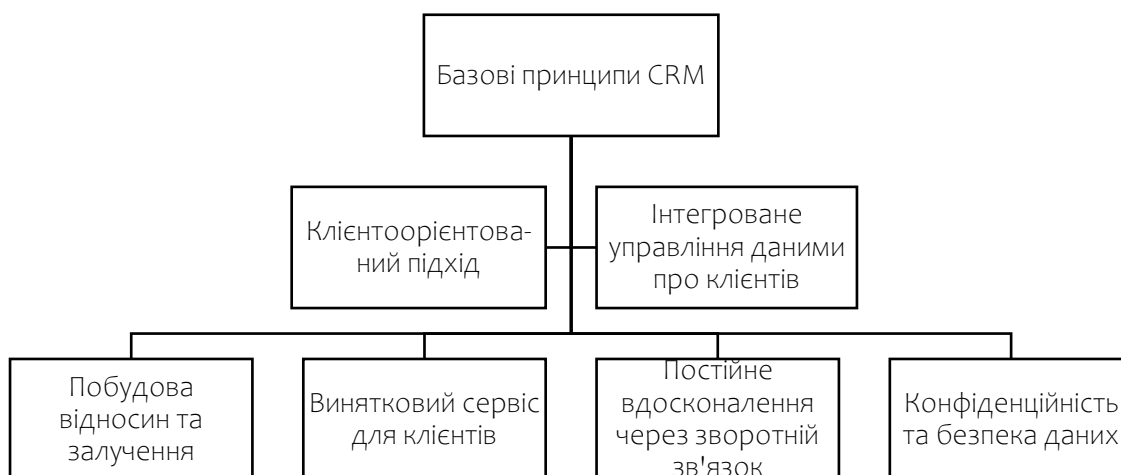


Рис. 1. Принципи управління взаєминами із клієнтами

Джерело: узагальнено на основі [2, 3]

Сутність CRM-систем полягає у систематизованому підході до накопичення та зберігання клієнтської інформації. CRM-система в банку спрямована на оптимізацію обслуговування клієнтів, підвищення ефективності співпраці та надання аналітичної інформації.

В даному контексті, CRM-система є програмним продуктом, що інтегрується в ІТ-ландшафт банку. Вся інформація про наявні ліди та клієнтів банку зберігається на хмарних сховищах, може бути відображена по запиту працівника банку за потребою, під час спілкування із клієнтом наживо, або в телефонному режимі [2].

Банки найчастіше використовують комбіновані CRM-системи, що включають в себе операційний та аналітичний CRM. Операційний CRM спрямований на автоматизацію операцій, пов'язаних із обслуговування клієнтів, наприклад, обробки запитів клієнтів, управління та актуалізації контактів та ведення історії взаємодії. Аналітичний CRM, в свою чергу, спрямований на аналіз даних та інформації про взаємодію компанії з її клієнтами для покращення стратегії взаємодії та прийняття управлінських рішень. Наприклад, операційний CRM заповнює картку клієнта актуальною інформацією стосовно місця проживання (адреси), місячних витрат за категоріями, пакету послуг, що надавався, наявних лідів та історії звернень. Аналітичний CRM зіставляє отриману інформацію із наявною базою клієнтів та шляхом програмного алгоритму шукає паттерни поведінки, що дозволяє передбачити реакцію клієнта на конкретні пропозиції фінансових послуг та маркетингові кампанії.

CRM-система також є інструментом спілкування з клієнтами, зручно об'єднуючи у собі усі канали комунікації. Залежно від конкретної CRM-системи, вона може приймати звернення через телефонію, електронну пошту, популярні месенджери та соціальні мережі, такі як Viber, Telegram, Facebook та Instagram, що дозволяє оперативно та без втрати важливої інформації формувати ліди, робити замовлення послуг та записи клієнтів на консультації-зустрічі прямо з переписки.

Високе різноманіття наявних на ринку CRM-систем створює необхідність вибору найкращого варіанту саме для банківської установи. Нами було виділено три найбільш затребуваних серед банківських установ програмних продуктів, спрямованих на автоматизацію управління взаєминами із клієнтами.

Salesforce – одна із найбільш популярних CRM-систем. Об’єднує усі відділи банку за допомогою спільного перегляду даних клієнтів та ключових ідей. Вся інформація зберігається у хмарному сховищі, система сприяє миттєвій співпраці з будь-якого пристрою та місцезнаходження. *Salesforce* надає повний 360-градусний огляд кожного клієнта, допомагає узгодити та стандартизувати моделі продажів, обслуговування та маркетингу. Цілодобова підтримка допомагає установам пришвидшити трансформацію системи управління взаєминами із клієнтами та задовольняє потреби бек-офісу. Вартість підписки, актуальної для банківської установи – \$25/користувач/місяць.

Pipedrive – вважається найбільш адаптивною та гнучкою CRM-системою на ринку. Пропонує інтуїтивно зрозумілий користувацький інтерфейс та повноцінні мобільні додатки, що не урізані за своїм функціоналом. Підтримує нескінченну кількість ролей для різних посад в установі, що забезпечує конфіденційність даних клієнтів та не навантажує працівників нерелевантною інформацією. Підтримує інтеграцію з понад 400 сервісами, серед яких чат-боти у соціальних мережах, корпоративні мережі, засоби для організації відеоконференцій і т.п. Проте, через обширний функціонал потребує кваліфікованого підходу до налаштування. Вартість – \$39 або \$59/користувач/місяць.

Creatio – CRM-система, інтегрована за допомогою No-code технологій, спрямована на автоматизацію повного циклу взаємодії із клієнтом. Дозволяє установам налаштовувати систему відповідно до своїх індивідуальних потреб. Це досягається за допомогою використання low-code платформи, яка дозволяє користувачам створювати власні модулі та алгоритми без необхідності кодування. Масштабується залежно від завдань компанії, може бути використана як у сфері малого бізнесу, так і банківськими установами. Інформація зберігається на хмарному сховищі. Вартість – \$55 або \$85/користувач/місяць.

Таким чином, розглянуті CRM-системи пропонують повний функціонал для автоматизації управління взаєминами із клієнтами, мають свої характерні особливості та є самодостатніми. Впровадження CRM-системи дозволяє підвищити якість обслуговування клієнтів, зберегти час компанії на обробку клієнтської бази даних та сприяє подальшому розвитку бізнесу банківських установ.

Висновки: в контексті філософії управління взаєминами із клієнтами у банківських установах, CRM-системи є одночасно стратегічним підходом та інструментом реалізації її основної мети – покращення клієнтського досвіду та забезпечення конкурентоспроможності компанії. CRM-системи є незамінною складовою системи управління взаєминами з клієнтами, забезпечуючи банківські установи структурованими та постійно оновлюваними даними про клієнтів, а також детальною аналітикою, що дозволяє розробляти ефективні стратегії маркетингу, продажу та обслуговування клієнтів.

Список літератури

1. Карпій К. Застосування CRM-систем у маркетинговій діяльності. Наукова конференція студентів. 2022. С.243-244.
2. Оксамитна Л., Пряха Р. Підходи до оцінки ефективності CRM-систем. Управління розвитком складних систем. 2023. №54. С.30-39.
3. Кахан І., Костишко С. CRM-системи як інструмент підвищення ефективності бізнесу. Комп’ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. 2023. №52. С. 5-9.

Гринькевич О. С.

д.е.н., професор кафедри статистики
Львівський національний університет імені Івана Франка

Миرونюк А. К.

к.е.н., доцент кафедри статистики
Львівський національний університет імені Івана Франка

Гнатів О. В.

магістр
Львівський національний університет імені Івана Франка

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Значну роль у впровадженні економіки замкнутого циклу відіграє уряд, органи місцевого самоврядування та інші державні установи. Одним з ключових пунктів Європейської зеленої угоди, є План з досягнення циркулярної економіки (далі СЕАР), який дозволить ЄС досягнути стану справедливої, кліматично-нейтральної, ресурсо-ефективної та конкурентної економіки. Хоча Україна проводить адаптацію законодавства до СЕАР, проте переважно це організаційні рішення, а не законодавчі.

В Україні основними програмними документами з циркулярної економіки є: Національна стратегія управління відходами до 2030 року; Національний план управління відходами до 2030 року; Стратегія державної екологічної політики України на період до 2030 року; Концепція реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року та план її реалізації; Стратегія низьковуглецевого розвитку України до 2050 року тощо.

Україна досі не має цілісної системи підтримки циркулярної економіки, незважаючи на багато програмних документів, які були прийняті. Розвиток галузей економіки з “замкненим циклом” залишається на низькому рівні. Крім того, стратегічні документи, які були наведені, передбачають мінімальну взаємодію та співпрацю між профільними відомствами.

При порівнянні ситуації в Україні та країнах ЄС бачимо, що Україні потрібно насамперед розширити застосування екологічного податку з метою підтримки заходів, спрямованих на розбудову економіки замкнутого циклу. Для порівняння, надходження екоподатку в країнах ЄС є набагато більшими, ніж в Україні. Це можна пояснити тим, що існує певна розбіжність у структурі екоподатків в ЄС і Україні. Екологічні податки в ЄС частково співпадають зі складовими екоподатку в Україні, але при цьому екоподатки ЄС включають види податків, які в Україні існують окремо. Важливим моментом є і те, що співвідношення надходжень екоподатків і витрат держави на охорону навколишнього середовища в Україні є негативним, тобто Україна більше витрачає на природоохоронні заходи, ніж отримує надходжень від екоподатків. До прикладу, в європейських країнах надходження екоподатку є значно більшими, ніж витрати на природоохоронні заходи [4, с.23].

У державних закупівлях в Україні найчастіше вибирають найдешевшу пропозицію постачальника, не звертаючи уваги на інші критерії, що може призвести до негативного впливу на навколишнє середовище. Перевагами від використання концепції “зелених” закупівель будуть: захист навколишнього середовища, підвищення рівня екологічної безпеки та раціонального використання ресурсів, економічна ефективність, зростання інвестицій і розвиток інновацій, впровадження більш екологічних технологій, підвищення продуктивності й покращання умов праці [5, с.46].

Зважаючи на вищеперелічені аспекти, можна стверджувати, що Україна та її законодавство перебуває лише на початку свого становлення. Важливими пріоритетами на даний момент є створення цілісної законодавчої системи з подальшою кодифікацією. Також важливим є набуття законодавством України щодо циркулярної економіки не декларативного, а практичного характеру. Важливе місце має зайняти впровадження найкращих закордонних практик.

Список літератури

1. Circular economy: definition, importance and benefits URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>.
2. Waste Management: the Base for Circular Economy [Electronic resource]. URL: <https://www.ennomotive.com/waste-management/>.
3. Stella McCartney's Circular initiatives and partnerships [Electronic resource]. URL: <https://www.stellamccartney.com>.
4. Антипов В., Гончаров Д. (2020). Екологічні фінанси. Публікація ТОВ “ЦЕРН” ГС “Професійна асоціація екологів України”. Київ. 38 с
5. “Зелені” закупівлі: реалії та практика ЄС (2016). Держзакупівлі. URL: <https://bit.ly/3cahoOR>.

Гринів В. М.
аспірант

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВАЖЕЛІВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ

Вступ. Сучасна економічна криза в Україні є результатом взаємодії різноманітних політичних, соціальних, економічних, фінансових, виробничих і екологічних чинників. Для її подолання необхідна кардинальна перетворення основних підходів, що лежать в основі функціонування всіх сфер життєдіяльності країни. Вирішальним моментом в тривалому періоді регресивного розвитку соціально-економічних відносин в країні має стати коренева зміна застарілих принципів та підходів, що стримують функціонування всіх аспектів людського життя. Це передбачає перегляд, суттєве оновлення та інструментальну трансформацію. Ці зміни повинні базуватися на абсолютно нових ідеях, методах, інструментах та підходах, розробці чи адаптації яких до існуючих умов і подальшого впровадження, що сприятиме стабілізації ситуації, яка існує в країні на сьогодні. Саме тому будь-які аспекти інноваційного розвитку мають стати фундаментом позитивних змін у соціально-економічному розвитку окремих економічних суб'єктів, регіонів та всієї країни в цілому. Інноваційна діяльність в Україні та її регіонах потребує створення ефективного та дієвого механізму інноваційного розвитку.

Мета роботи. Визначити механізми активізації інноваційних важелів розвитку економічного потенціалу підприємства.

Матеріали та методи. Значення застосування різноманітних важелів розвитку інноваційної діяльності країни та її регіонів та їх ефектів [1] підкреслено В.М. Геєцем [2] та В.П. Семиноженко [3], J. Furman [4], К. Vorner та іншими [5]. Питання посилення механізмів економічного потенціалу у сфері дії інноваційних сил наголошені В.С. Кравцівим та його співавторами [6], висвітлені в працях І.В. Сторонянської [7], В.В. Гобліка [8], Ю.С. Рогозян [9]. У Державній стратегії

регіонального розвитку [10] наведено значення розвитку інноваційної сфери, а у Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності України до 2030 року підкреслюється, що “розвиток інноваційного потенціалу – це не тільки шлях динамічного розвитку та успіху, а і засіб забезпечення безпеки та суверенітету держави, її конкурентоспроможності у сучасному світі” [11]. Документ визначає необхідність стратегічного управління інноваційним розвитком території “з урахуванням потреб і потенціалу регіону” [11].

Результати та обговорення. Світова практика та результати нашого дослідження дозволяють стверджувати, що найбільш впливовими механізмами активізації економічного потенціалу є група механізмів, що представлена на рисунку 1, в межах якої кожний механізм відіграє певну роль у формуванні стратегічних конкурентних переваг регіону та активізації їх економічного потенціалу:

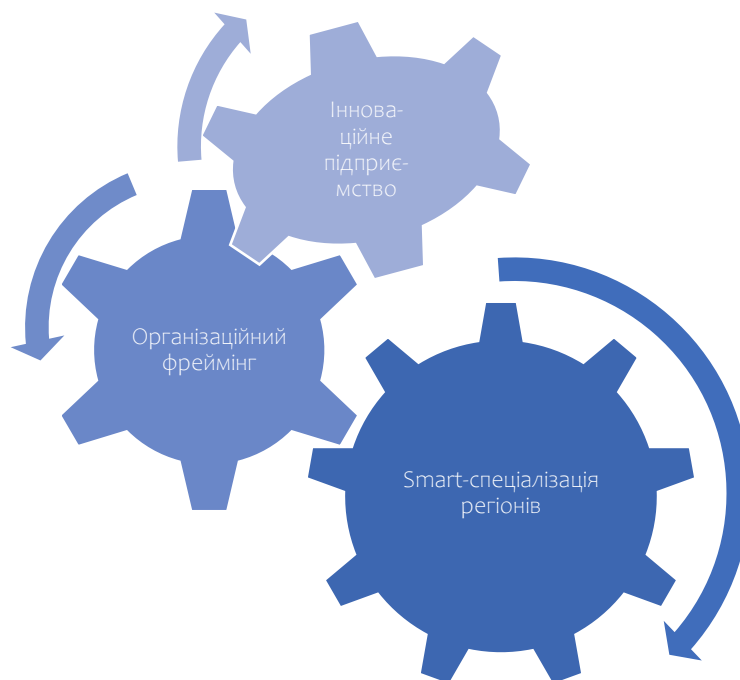


Рис. 1. Основні механізми активізації економічного потенціалу регіонів

а) інноваційне підприємництво – як вид діяльності, що трансформує нові ідеї, проривні знання у кінцевий споживчий результат, бере участь у формуванні ланцюга доданої вартості у сфері інновацій, забезпечує синтез науки й практичної економічної активності;

б) організаційний фреймінг – сприяє комбінуванню науки, освіти, інноваційного підприємництва, великих та середніх компаній, задіяних в інноваційній активності, маркетингу тощо, з метою зниження різноманітних витрат та отримання регіоном додаткових конкурентних переваг, і має форму інноваційного кластеру. Організаційний фреймінг в нашому дослідженні запропоновано розглядати як комплексне поняття, яке відображає сукупність організаційних дій та форм, що адекватні сучасним вимогам та забезпечують економічний потенціал певними стратегічними перевагами;

в) Smart-спеціалізація регіонів - це національна або регіональна інноваційна стратегія, в якій визначено пріоритети для створення конкурентних переваг, шляхом розвитку і пристосування власних потужностей з досліджень та інновацій до потреб

бізнесу для того, щоб послідовно відповідати новим можливостям і ринковим змінам, уникаючи при цьому дублювання й фрагментації зусиль. Розробляють стратегії смарт-спеціалізації шляхом залучення до процесу підприємницького пошуку національних або регіональних органів влади й зацікавлених сторін, таких як університети та інші вищі навчальні заклади, представників промисловості й соціальних партнерів.

Для активізації вказаних механізмів доцільно включити в дію важелі, що залучають певні ресурси та забезпечують проходження відповідних процесів, в першу чергу інноваційного підприємництва. В економічній сфері актуальність інноваційного підприємництва визначається ступенем та способом забезпечення ресурсами, необхідними для генерування нових ідей та їх перетворення в інновації.

Для механізму Інноваційне підприємництво необхідні наступні напрями активізації та дії:

1. Фінансовий: впровадження інноваційних платформ з краудфандингу. Програмно-цільове фінансування;
2. Кадровий: розвиток регіональної вищої освіти та підготовки робітничих кадрів; впровадження інноваційних платформ краудсорсингу;
3. Економічний: підтримка створення класу інноваційних підприємців;
4. Ринковий: формування попиту на інноваційну продукцію шляхом пропаганди та розповсюдження наукових досягнень університетів та наукових організацій регіону.

Для механізму інноваційний кластер:

1. Управлінський: розробка інноваційної стратегії регіону та окреслення місця та ролі кластеру в її реалізації; діагностика інноваційного поля регіону; проведення стратегічного аналізу інноваційного середовища;
2. Проєктний: розробка організаційної форми та структури інноваційного кластеру; проєктування системи регіонального маркетингу; побудова системи інформаційного забезпечення кібернетичних управлінських дій;
3. Впровадження: створення системи мотивації для участі у кластері; створення системи контролінгу діяльності кластеру.

Для механізму Smart-спеціалізація регіону:

1. Економічний: оновлення традиційних секторів промисловості за рахунок діяльності з вищою доданою вартістю чи пошуку нових ринкових ніш; надання фінансової допомоги суб'єктам господарювання в межах обраного напрямку смарт-спеціалізації регіону; реалізація програм державних закупівель у межах обраного напрямку смарт-спеціалізації регіону.
2. Технологічний: модернізація за рахунок адаптації та розповсюдження нових технологій; технологічна диверсифікація у спорідненні види діяльності; розвиток нових видів економічної діяльності завдяки радикальним технологічним змінам та інноваційним проривам;
3. Науковий : координація наукової діяльності у рамках реалізації визначених інноваційних пріоритетів; створення міжрегіональних дослідницьких платформ конструктивного діалогу між бізнесом, науковим середовищем та органами регіональної влади з метою розробки інноваційних ідей у межах обраного напрямку смарт-спеціалізації регіону;

4. Освітній: забезпечення сприятливих умов для створення та подальшої підтримки функціонування інноваційно-освітніх кластерів; підготовка контингенту інноваційних менеджерів; створення спеціальностей, необхідних для

обслуговування інноваційних виробництв.

5. Соціальний: використання нових форм інновацій таких як відкриті, соціальні інновації, у сфері послуг та таких, що ініціюють споживачі; забезпечення соціального захисту персоналу задіяного в інноваційному секторі економіки; організація соціальної сфери на інноваційній основі; забезпечення розширеного відтворення соціального капіталу.

Висновки. Розвиток економічного потенціалу, посилення його стратегічної функції в процесі розвитку регіонів та отримання ними конкурентних переваг базується на впровадженні інноваційних механізмів, серед яких провідну роль відіграють інноваційне підприємництво, інноваційний регіональний кластер та smart-спеціалізація регіону. У процесі дії вказаних механізмів рекомендовано активно застосовувати інноваційні платформи краудсорсингу та краудфандингу, сформувати систему стратегічної інформації в регіоні, яка створюватиме основу кібернетичного впливу на регіональний розвиток, а також активізувати реалізацію smart-спеціалізації регіонів в Україні.

Список літератури

1. Экономические эффекты инноваций. *Справочник*: веб-сайт. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/ekonomicheskij_effekt_i_ego_sostavlyayuschie/ekonomicheskie_effekty_innovacij/ (дата звернення: 07.03.2021).

2. Геєць В.М., Кизим М.О. та ін. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: монографія. Центр індустр. пробл. розвитку НАН України. Харків : ВД “ИНЖЭК”, 2006. 240 с.

3. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. Харків : Константа, 2006. 272 с.

4. Furman J., Hayes R. Catching up or standing still? National Innovative capacity among ‘follower’ countries, 1978-1999. *Research Policy*, 33. P. 1329-1354.

5. Börner K., Rouse W., Trunfio P., Stanley E. Forecasting innovations in science, technology, and education. *PNAS*. URL: <https://www.pnas.org/content/115/50/12573> (дата звернення: 05.06.2021).

6. Федулова Л.І. Економіка знань : підручник. К : НАН України ; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2009. 600 с

7. Сторонянська І.З. Регіони України: пошук моделі конвергентного розвитку : монографія. Львів : Арал, 2008. 144 с.

8. Гоблик В.В. Транзитний потенціал прикордонного регіону: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство: електронний науковий фаховий журнал*. Мукачево, 2016. № 2. С. 386–391. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2832/1/69.pdf>

9. Рогозян Ю.С. Теоретико-методичні підходи до формування організаційно-управлінського потенціалу регіону. *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*. Серія: Економіка. 2015. Т. 20. Вип. 2. Ч. 2. С. 123–126.

10. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.12.2022)

11. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 22.05.2022).

Гурина Н. В.

к. е. н., доцент кафедри обліку та консалтингу,
Державний податковий Університет

Романюк А. П.

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Державний податковий Університет

РОЛЬ ПРОФЕСІЙНОГО СУДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРА ПРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІД ВИМОГИ ТАКСОНОМІЇ UA МСФЗ XBRL

Таксономія UA МСФЗ XBRL (eXtensible Business Reporting Language) є системою класифікації фінансової звітності в Україні, яка використовується для електронної звітності згідно з Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ). Вона визначає структуру і формат подання фінансової звітності, забезпечуючи її стандартизований та уніфікований обмін між учасниками фінансового ринку. Таксономія фінансової звітності в Україні затверджується Міністерством фінансів України.

Взаємозв'язок між Таксономічними примітками і міжнародними стандартами (МСФЗ) полягає в тому, що кожен елемент Таксономії посилається на конкретні положення стандартів МСФЗ, що дозволяє відстежувати походження та призначення кожного показника у фінансовій звітності. Це сприяє забезпеченню узгодженості між представленням фінансової інформації у форматі XBRL та відповідними вимогами МСФЗ, що дозволяє забезпечити надійність та достовірність фінансової звітності.

Складання і подання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності органам державної влади й іншим користувачам на їх вимогу на основі Таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами в єдиному електронному форматі передбачено п. 6 ст. 11 Закону “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [1]. Отже, електронний формат є обов'язковим для звітування так само, як і паперовий. Відповідно до цього всі суб'єкти господарювання, які раніше складали звітність за МСФЗ, повинні складати звітність у єдиному електронному форматі – XBRL. Тому, при складанні Таксономічної звітності, наприклад за 2021 рік на основі раніше оприлюдненої звітності підприємства у паперовому форматі бухгалтер може зіштовхнутися з певними проблемами, вирішення яких в більшій мірі залежить від його професійного судження. В міжнародних нормативних документах зазначається, що професійне судження бухгалтера – це застосування необхідних навичок, знань та досвіду в контексті вимог міжнародних стандартів ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, управлінського обліку та професійної етики під час прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що стосуються виконання основних завдань обліку та спрямовані на складання достовірної фінансової звітності. Результатом професійного судження бухгалтера є прийняття відповідного управлінського рішення [2].

Проблеми з якими зіштовхується бухгалтер при переході на Таксономію в основному виникають через відсутність стандартизованих інструкцій щодо заповнення Таксономічних приміток і те, що деякі пункти стандартів МСФЗ, на які посилається певний елемент примітки, можуть мати неоднозначне тлумачення або надавати рекомендації у широкому сенсі. Окрім того, в самій Таксономії UA МСФЗ XBRL існують неточності і вона потребує подальшого вдосконалення. Наприклад, у версії Таксономії для 2020 року в примітці “800200 – Аналіз доходів та витрат” був рядок, що називався “Доходи від продажу”. Такий переклад суперечив тій інформації, яка повинна була

наводиться в тому рядку згідно стандарту і міг вводити в оману бухгалтерів. Вже у версії для 2021 року цей рядок перейменували на “Доходи від звичайної діяльності” – що є правильним перекладом [3]. В таких ситуаціях бухгалтер приймає рішення, враховуючи весь свій теоретичний та практичний досвід, знання стандартів та ведення обліку, особливостей діяльності суб’єкта звітування щодо того, яку інформацію відображати в тому чи іншому компоненті Таксономічного звіту, якщо стандартом не визначено чітке призначення елемента.

Таким чином, професійне судження бухгалтера є невід’ємною складовою процесу складання звітності, а особливо при приведенні раніше поданої звітності до вимог Таксономія UA МСФЗ XBRL, та забезпеченні того, щоб підготовлена звітність була достовірною, правдивою та прозорою. А оскільки сама Таксономія та стандарти МСФЗ можуть мати неоднозначний характер або вимагати додаткового тлумачення, бухгалтер повинен володіти глибоким розумінням фінансової звітності, а також конкретних особливостей галузі та підприємства, щоб правильно визначити та класифікувати фінансову інформацію згідно з вимогами Таксономії.

Список літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 № 996-XIV. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. Гуріна Н.В., Блищик Л.В. Вплив професійного судження бухгалтера на якість фінансової звітності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. №24. С. 405-411.
3. Таксономія UA МСФЗ XBRL-2021 у М.Е.Дос. URL: <https://medoc.ua/blog/taksonomija-ua-msfz-xbrl-2021-u-medoc>

Давидюк А. В.

магістр

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Науковий керівник:

Козловський С. В.

д.е.н., професор

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

Постановка проблеми. Функціонування підприємств на сучасному етапі розвитку світової та вітчизняної економіки характеризується високим рівнем динамічності, зростанням економічної і політичної нестабільності, посиленням конкуренції на всіх товарних ринках тощо. Сьогодні, для успішної роботи підприємства часто вже замало мати сучасну і прогресивну технологічну базу, високопрофесійний склад виконавців, кваліфікований менеджмент і навіть значні фінансові ресурси тощо, потрібно ще виявляти неабияку здатність і наполегливість вчасно заявити про себе, про свої наміри, про свої здобутки; вміти знаходити надійних партнерів, кредиторів, клієнтів тощо, вміти зацікавити інших суб’єктів ринку у пропонуваніх високоефективних інноваційних рішеннях. І все це потрібно робити для того, щоб опинитися у сприятливій для розвитку підприємства ситуації “в потрібному місці, в потрібний час та з потрібними знаннями”.

Метою дослідження є формування класифікаційних ознак категорії “ділова активність підприємства” та пошук оптимального трактування даної категорії.

Виклад основного матеріалу. Як підкреслює в своїх наукових працях переважна більшість дослідників, функціонування підприємств на сучасному етапі розвитку економіки характеризується високим рівнем динамічності [1,2, 3], постійними змінами у внутрішньому і зовнішньому середовищі, зростанням економічної нестабільності та посиленням конкуренції тощо [4]. Сьогодні, для успішної роботи підприємства, вже замало мати сучасну технологічну базу, високопрофесійний склад виконавців, кваліфікований менеджмент тощо, потрібно ще виявляти неабияку здатність вчасно заявити про свою присутність на ринку, по свої наміри, про свої здобутки; вміти знаходити надійних партнерів, кредиторів, клієнтів тощо, пропонувати високоефективні інноваційні рішення. І все це потрібно робити для того, щоб опинитися у сприятливій для розвитку підприємства ситуації “в потрібному місці, в потрібний час та з потрібними знаннями”.

Досягнення цієї мети потребує розробки та прийняття певних управлінських рішень, для чого великого значення набуває своєчасна та об’єктивна оцінка фінансового стану підприємства, його фінансових можливостей тощо. Як стверджується в [5], [6], такий підхід є цілком виправданим, оскільки саме зіставлення розмірів наявних фінансових ресурсів підприємства з прогнозованими результатами, отриманими від їх використання, дає підприємству можливість більш-менш об’єктивно оцінити власні можливості для подальшого розвитку, спонукає їх тією чи іншою мірою виявляти свою ділову активність (наприклад, брати чи не брати участь у виставках, ярмарках, наукових конференціях тощо), успішно (чи не успішно) адаптуватися до зміни ринкового середовища тощо.

На наш погляд, зазначене твердження безумовно має право на своє існування. Але, як показує сучасна практика функціонування низки успішних підприємств, не завжди початкова наявність значних фінансових ресурсів є визначальною для досягнення цими підприємствами успіху на ринку. Прикладом можуть слугувати відомі стартапи, реалізація яких дозволила їх авторам (розробникам) не тільки успішно вийти на світові ринки, але й захопити на них лідерські позиції. І успішність цих проєктів на перших етапах багато в чому пояснювалася не наявністю у їх авторів значних фінансових ресурсів, а пропонуванням високоефективних інноваційних ідей, їх вдалим просуванням на ринках, наполегливістю впровадження тощо. Тобто автори новітніх розробок зуміли опинитися в потрібному місці в потрібний час і з потрібними знаннями (ідеями), а також виявити при цьому неабияку активність у пропагуванні своїх ідей.

Не випадково, потреба у дослідженні ділової активності підприємств останнім часом вийшла на одне із перших місць в менеджменті.

Як відомо, питаннями дослідження ділової активності підприємств як економічної категорії займалися багато вітчизняних та закордонних вчених. На основі аналізу низки наукових праць (див. [3], [4], [5], [7], [8]), нами було встановлено, що проблемами дослідження ділової активності підприємств займалися М.Д. Білик, Ю.О. Бондарева, В.В.Бочаров, Н.І. Власюк, М.П. Войнаренко, Л.В. Донцова, О.В. Карпіков, Г.І. Кідрацька, Л.Г.Кліменко, Р.О. Костирко, Я.І. Костецький, Т.П. Куриленко, Н.Л. Мешкова, В.О. Мех, Є.В. Мних, О.В. Павловська, В.О. Подольська, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Є.М. Руденко, Г.В. Савицька, Г.Ю. Ткачук, О.В. Яріш та ін.

Разом з тим, стрімка глобалізація економічних процесів, посилення конкуренції на всіх ринках, поглиблення економічної і політичної нестабільної в низці країн світу

тощо вимагають від підприємств постійного пошуку все нових і нових шляхів підвищення ефективності своєї діяльності та/або закріплення на опанованих чи на нових ринках, пристосування свого бізнесу до умов, які постійно змінюються тощо. У зв'язку з цим подальше дослідження такого поняття як “ділова активність підприємства” є актуальним та обґрунтованим.

Як підкреслює низка дослідників, поняття “ділової активності доволі широке й охоплює практично всі аспекти роботи підприємства” [4]. Тому не випадково, що в економічній літературі існує багато трактувань цього поняття. Деякі з цих трактувань (означень) зведено нами в таблицю 1.

Таблиця 1

Деякі трактування (означення) поняття “ділова активність підприємства”

Автори, джерела	Підходи (означення)
1	2
В.О. Подольська, О.В. Яріш [9]	Ділова активність – це рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів. Паралельно вона характеризує якість управління і можливості потенційного розвитку підприємства [9]
Т.П.Куриленко [10]	Ділова активність – це мотивований на макро- та мікрорівні процес управління ефективністю господарської діяльності суб'єктів економічних відносин [10].
Н.П. Мешкова [11]	Ділова активність – це процес забезпечення досягнення цілей розвитку підприємства у сфері виробництва і реалізації продукції, який включає такі основні етапи, як: 1) вивчення змін у зовнішньому оточенні підприємства і своєчасне реагування на них дієвими заходами; 2) забезпечення ефективності основного виду діяльності на основі скорочення операційних витрат і підвищення рентабельності виробництва; 3) створення конкурентних переваг... підприємства на ринках товарів на основі впровадження нових технологій та задоволення попиту споживачів відповідно до їх потреб у різні проміжки часу [11]
Навчальний сайт [12]	Ділова активність — це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географією ділових відносин, репутацією підприємства як партнера, активністю інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможністю... [12]
Є.Ю.Антипенко, С.М.Ногіна, Ю.С.Піддубна – [13], Г.Ю.Ткачук [14]	Ділова активність – комплексна характеристика діяльності підприємства, яка містить в собі оцінку ступеня напруженості та виконання плану за всіма видами показників діяльності; сукупність зусиль, спрямованих на зростання прибутковості підприємства та його інвестиційної привабливості; пошук можливих резервів підвищення ефективності виробництва; аналіз ефективності використання трудових, нематеріальних та фінансових ресурсів; прагнення лідерства на ринку
В.В.Ковальов [15], Р.О. Костирко [16], М.Я. Коробов [17], В.О. Мец [18], О.О.Шеремет [19]	...У широкому значенні – ділова активність – це комплекс зусиль, спрямованих на просування підприємства на ринках продукції, праці, капіталу; у вузькому розумінні – ділова активність – це поточна виробнича і комерційна діяльність підприємства

Продовж. табл. 1

1	2
О.Ф.Томчук [20]	Ділова активність – це комплексна характеристика діяльності підприємства, внутрішній рівень якої відображає ефективність використання фінансово-господарських ресурсів підприємства та інтенсивність її зміни в часі, а зовнішній – зусилля підприємства, спрямовані на забезпечення сталого економічного зростання і досягнення лідерських позицій на ринку
Є.М. Руденко [21]	Ділова активність підприємства – інтенсивність його діяльності в напрямках мобілізації наявних ресурсів підприємства з метою забезпечення економічного зростання та активності в зовнішньоекономічному середовищі, а відповідно до показників, які її характеризують, включають абсолютні показники виробничого потенціалу підприємства та показники ефективності його діяльності
Л.Г. Дончак, О.М. Ціхановська [5]	Ділова активність це складна характеристика бізнес-середовища підприємства, яка зумовлює його платоспроможність, фінансову стійкість та стабільність, а також визначає стан підприємства на ринку, забезпеченість і ефективність використання усіх видів ресурсів та результати господарювання.

Аналізуючи вищенаведені трактування поняття “ділова активність підприємства”, можна зробити висновок, що всі вони є достатньо різноплановими і роблять наголос на окремих сторонах діяльності підприємства. Не випадково, як справедливо зазначають науковці С. А. Бурий та В.О. Мукомела-Михалець [8], і досі відсутня єдина точка зору та єдиний системний підхід щодо визначення та змістовної сутності поняття “ділова активність підприємства”. Цей висновок підтримується багатьма іншими дослідниками (див. [4], [5], [3] та інші).

Висновок. В результаті можна стверджувати, що ділова активність підприємства – це намагання підприємства досягти в існуючих економічних умовах найкращих результатів у різних сферах діяльності (виробничій, економічній, фінансовій, інноваційній, кадровій тощо) шляхом використання своїх власних конкурентних (або інших) переваг та/або пошуку нових.

Список літератури

1. Козловський С. В. Забезпечення стійкості та розвитку сучасних економічних систем : монографія. Вінниця: ТОВ “Нілан-ЛТД”, 2017. 554 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I – Вінниця : ВНТУ, 2020. – 119 с.
3. Мартусенко І.В., Дончак Л.Г. Ділова активність: теоретичні аспекти та особливості формування. МДУ, “Економіка і суспільство”, 2020, № 19, С.501-505.
4. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. Науково-виробничий журнал “Інноваційна економіка”, 2013, № 10(48), С. 27-33.
5. Дончак Л.Г., Ціхановська О.М. Ділова активність підприємства та шляхи її зміцнення. МДУ, “Економіка і суспільство”, 2019, №10, С.250-253.
6. Гаркуша Н. М. Сутність ділової активності підприємства за ринкових умов та її види / Н. М. Гаркуша, Т. В. Польова // Кримський економічний вісник. 2012. №1 (01) грудень. Ч. II. С. 145-149.
7. Польова Т. В. Ділова активність як комплексна економічна категорія та теоретичні аспекти її аналізу / Т. В. Польова // Матеріали IV Міжнар. наук.- практ.

конф. [“Перспективи розвитку обліку, контролю та аналізу у контексті євроінтеграції”], (Одеса : ОНЕУ, 26.05.2016 р.). Херсон : Грінь Д. С., 2016. С. 403-406.

8. Управління діловою активністю машинобудівних підприємств : монографія / С. А. Бурий, В. О. Мукомела-Михалець. Хмельницький : ХНУ, 2014. 183 с.

9. Подольська В.О. Фінансовий аналіз : навчальний посібник / В.О. Подольська, О.В. Яріш. К. : ЦНЛ, 2007. 488 с.

10. Куриленко Т.П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності [Електронний ресурс] / Т.П. Куриленко. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_6/6.pdf.

11. Мешкова Н. Л. Економічна сутність ділової активності промислового підприємства / Н. Л. Мешкова // Вісник економічної науки України. 2013. № 1. С. 105-108.

12. Аналіз ділової активності підприємства : [сайт]. Режим доступу : [\[https://library.if.ua/book/52/3823.html\]](https://library.if.ua/book/52/3823.html) (дата звернення 1 лютого 2022 р.).

13. Аналіз теоретичних аспектів ділової активності підприємства та існуючих підходів до її оцінювання / [Є.Ю. Антипенко, С.М. Ногіна, Ю.С. Піддубна] // Сталий розвиток економіки. 2013. № 3. С. 76–80.

14. Ткачук Г.Ю. Оцінка ділової активності підприємства / Г.Ю. Ткачук // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 88–90.

15. Ковалев В. В. Финансовый анализ : методы и процедуры : учебн.- практ. пособие / В. В. Ковалев. М. : Финансы и статистика, 2002. 560 с.

16. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Р. О. Костирко. Х. : Фактор, 2007. 784 с.

17. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності 155 підприємств : навч. посіб. / М. Я. Коробов. К. : Знання, 2009. 378 с.

18. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посіб / В. О. Мец. К. : Вища школа, 2003. 217 с.

19. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / О. О. Шеремет. К. : Кондор, 2005. 196 с.

20. Томчук О.Ф. Аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства / О.Ф. Томчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. Вип. 10. С. 991–995. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [\[http://global-national.in.ua/archive/10-2016/205.pdf\]](http://global-national.in.ua/archive/10-2016/205.pdf) (дата звернення 1 лютого 2022 року).

21. Руденко Є.М. Застосування “золотого правила економіки” для оцінки ділової активності сільськогосподарських підприємств / Є.М. Руденко // Агросвіт. 2014. № 16. С. 42–49.

Єфремова О. І.

магістр

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Науковий керівник:

Козловський С. В.

д.е.н., професор

Донецький національний університет імені Василя Стуса

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання, коли постійно змінюються зовнішні та внутрішні умови функціонування вітчизняних підприємств і

посилюється конкуренція на всіх світових та регіональних ринках, коли питання “виживання” підприємств набувають все більшої актуальності тощо, перед багатьма підприємствами постала проблема підвищення ефективності управління системою мотивації праці працівників. Справа в тому, що сучасний нестабільний стан ринкової економіки, постійні зміни умов господарювання, негативні зовнішні фактори (військова агресія Росії, світова пандемія COVID-19 тощо) обумовили потребу в зміні багатьох складових управління підприємствами, включаючи перебудову системи управління мотивації праці працівників підприємства.

Метою дослідження є виокремлення основних особливостей мотивації працівників на підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Мотивація – це процес свідомого вибору працівником підприємства того або іншого способу дій, спрямованих на досягнення певного результату. Працівник, усвідомлюючи завдання, що ставляться перед ним керівництвом підприємства, і знаючи ту винагороду, яку він може отримати за розв’язання цього завдання, зіставляє можливу винагороду зі своїми потребами, можливостями, очікуваннями тощо і після цього береться (або не береться) за виконання пропонованої роботи.

Як відомо, мотивація праці [1] – це одна із основних функцій менеджменту, яка полягає у формуванні у працівників підприємства бажання краще працювати, працювати з повною віддачею, а також передбачає довгостроковий вплив на працівників з метою зміни (якщо це необхідно для розвитку підприємства) структури ціннісних орієнтацій та інтересів працівників для формування дієздатного трудового колективу підприємства та підвищення його трудового та інтелектуального потенціалу. Аналіз сутності поняття “мотивація”, який було зроблено нами раніше, показав, що мотивація – це надскладний процес, який охоплює низку таких понять, як мета мотивації, функції мотивації, види мотивації, форми мотивації та інші. На основі проведеного аналізу низки наукових праць нами складено класифікацію ознак, за якими, на наш погляд, доцільно здійснювати дослідження цього складного поняття. (див. рис. 1.).

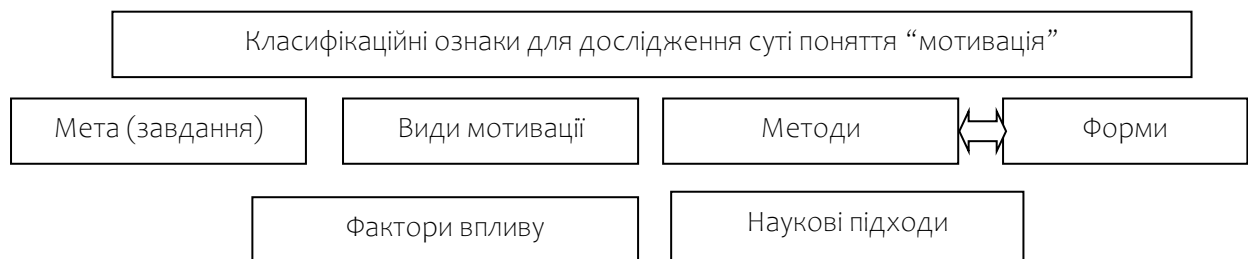


Рис. 1. Класифікаційні ознаки для дослідження суті поняття
“мотивація працівників підприємства”

Так, основна мета мотивації працівників полягає у створенні на підприємстві ефективної системи мотивування праці працівників до якісного і своєчасного виконання поставлених завдань і передбачає розв’язання низки задач (завдань) [2], [3]. Серед таких завдань можуть бути:

- формування демократичних підходів до управління працівниками з використанням сучасних методів мотивації;
- розроблення на підприємстві дієвої системи мотивації працівників;
- залучення й утримання на підприємстві кращих фахівців;

- суспільне визнання діяльності працівників, які досягли значних результатів, з метою подальшого стимулювання їх творчої активності;
- демонстрування ставлення керівництва до результатів праці працівників;
- популяризування результатів праці кращих працівників підприємства;
- покращення морально-психологічного клімату в колективі;
- підвищення трудової активності працівників підприємства та інші.

Далі проаналізуємо основні види мотивації, які можуть бути використані на сучасних підприємствах. Керуючись результатами дослідження [4] і інших дослідників, нами складено власну класифікацію ознак та видів мотивації, яку наведено на рис. 2.

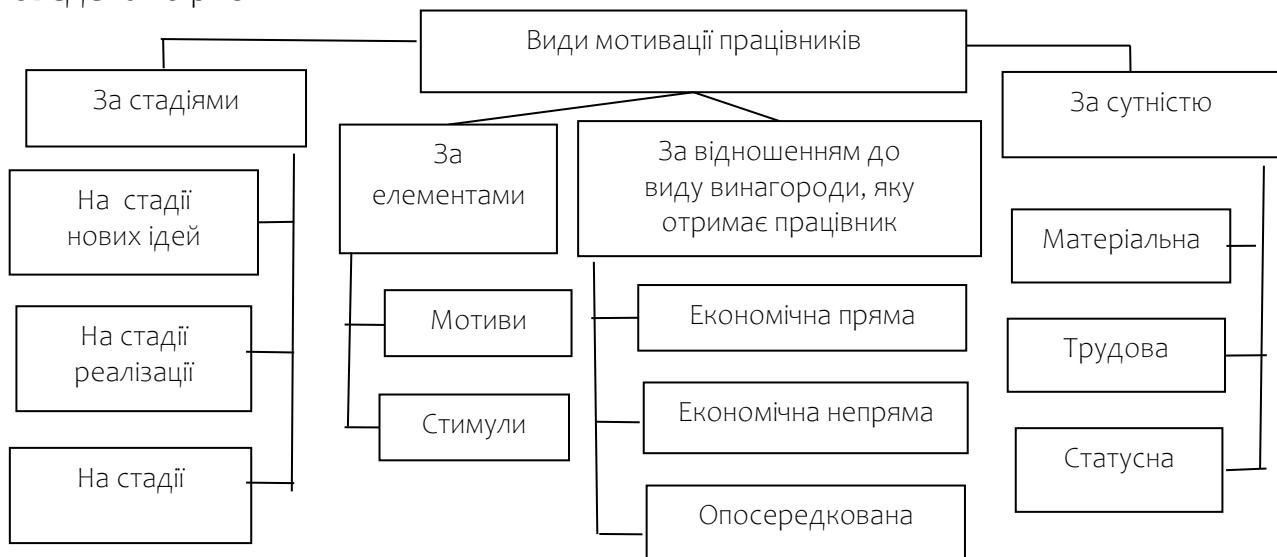


Рис. 2. Основні види мотивації праці

Зробимо коротке пояснення наведених на рис. 2 видів мотивації праці. По-перше, мотивація, як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають працівників підприємства до певної діяльності і спрямовують цю діяльність на досягнення поставлених цілей, складається з 2-х основних елементів: мотивів і стимулів, які певним чином взаємопов’язані між собою.

По-друге, по відношенню до виду винагороди, яку може отримати працівник, мотивація може бути економічно прямою, економічно непрямою та опосередкованою. Економічна пряма мотивація однозначно і безпосередньо пов’язана з винагородою, яку може отримати працівник, і найголовніше, ця мотивація має свій чіткий грошовий вимір. Економічна непряма мотивація – також пов’язана з грошима, але ці гроші працівник отримує не безпосередньо “в руки”, а у вигляді отримання певних пільг (наприклад, оплата оздоровлення дітей тощо). Опосередкована мотивація спрямована на покращення окремих сторін життєдіяльності працівника (наприклад, просування працівника про службі тощо).

По-третє, за своєю сутністю мотивація буває матеріальною, трудовою і статусною. Матеріальна мотивація віддзеркалює об’єктивне прагнення працівників підприємства отримати більший рівень доходів, вищий рівень добробуту, покращення матеріальних стандартів життя тощо. Трудова мотивація працівників впливає із сутності самої діяльності людини, визначається її змістом, умовами, організацією трудового процесу, режимами праці тощо, і виявляється у спрямуванні поведінки працівника на отримання

змістовної, цікавої, корисної роботи тощо, яка гарантує йому перспективи для свого зростання та повагу з боку інших працівників та підприємства загалом, а також сприяє самореалізації та самоствердженню працівника. Статусна мотивація стимулює (а часто і “примушує”) працівника братися за виконання складнішої та відповідальнішої роботи, працювати у сфері діяльності підприємства, яка вважається престижною, суспільно значущою. Статусна мотивація відкриває перед працівником “шлях до лідерства” у колективі, формує в колективі сталу думку про високу кваліфікацію працівника, повагу до нього з боку інших працівників тощо.

По-четверте, мотивування працівників підприємства може здійснюватися за стадіями виробничого процесу (див. [5]). Так, мотивація на стадії нових ідей полягає в тому, що керівник підприємства повинен збирати усіх працівників і інтенсивно зацікавлювати їх до роботи. Як “мрійник” [5] він повинен розповідати про свої задуми та ідеї, описувати перспективи розвитку підприємства, пропонувати винагороди, які б зацікавили працівників саме цього підрозділу (або підприємства загалом) до реалізації його задумів. Мотивація нових ідей має забезпечити формування на підприємстві команди одностайних, яка зможе втілити найбільш інноваційні ідеї.

Висновки. Вивчено взаємозв'язок між мотивами та стимулами як складовими мотиву процесу мотивування працівників. Зокрема, мотив – це внутрішнє переконання працівника діяти так, а не інакше, а стимул – це зовнішній імпульс впливу на працівника. Тобто людина, отримавши певний зовнішній вплив, зіставляє його зі своїми потребами та цільовими установками, і тільки після цього приймає певне рішення.

Список літератури

1. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник / Ф.І. Хміль. Вид 2-ге, випр. доп. К.: Академвидав, 2007. 576 с.
2. Васюта В.Б., Бульбаха Л.І. Мотивація праці персоналу на підприємствах в сучасних умовах господарювання. Електронний журнал “Ефективна економіка”, 2016, № 6.
3. Козловський С. В. Забезпечення стійкості та розвитку сучасних економічних систем : монографія. Вінниця: ТОВ “Нілан-ЛТД”, 2017. 554 с.
4. Єпіфанова І.Ю., Панкова В.Д. Удосконалення системи мотивації персоналу промислових підприємств. Ж-л “Економіка і суспільство”, 2021, № 23.
5. Степов В.В. Одинцов В.А., Сергєєв С.С. Оптимізація методів стимулювання персоналу на основі оцінки особливостей трудової мотивації. Управління персоналом, № 4 2005.

УДК 330.34: 004.9: (504+304)

Загвойська Л. Д.

к.е.н., професор,

доцент кафедри екологічної економіки та бізнесу,

Національний лісотехнічний університет України

Пелюх О. Р.

к.е.н.,

асистент кафедри екологічної економіки та бізнесу,

Національний лісотехнічний університет України

СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

У сучасному дискурсі цифрової трансформації зміни у способі і технологіях ведення бізнесу привертають значну увагу. І це не дивно, адже, завдяки і

покращенню взаємодії з клієнтами та партнерами, ці інновації відкривають нові можливості переходу до вищого рівня конкурентоспроможності.

Зокрема, застосування технології штучного інтелекту вможливує глибокий і всебічний аналіз великих обсягів даних, наприклад, динаміки ринків, зміни поведінки конкурентів і партнерів та інше, а відтак – прийняття більш обґрунтованих операційних і стратегічних рішень. Технологія блокчейн гарантує безпеку даних, які зберігаються в розподілених базах даних, і безпечність транзакцій, а також відстеження походження товарів, що допомагає в боротьбі з шахрайством і підвищує довіру споживачів. Інтернет речей дозволяє віддалено моніторити та керувати обладнанням і виробничими процесами, а хмарні обчислення надають доступ до обчислювальних ресурсів і послуг без необхідності придбання власного обладнання. Віртуальну та розширену (доповнену) реальність використовують для створення захоплюючих і яскравих рекламних і навчальних досвідів. Ці та інші інформаційні технології трансформують бізнес-процеси, забезпечують інноваційність бізнес-моделей і дозволяють компаніям бути більш гнучкими, ефективними і фінансово стійкими в умовах сучасного VUCA-світу.

Однак, сучасний соціально-екологічний контекст пріоритезує вимогу розважливого впровадження цих інновацій із великою увагою до впливу процесів цифровізації на довкілля і соціум, що породжує необхідність екологізації технологічної революції, аби втримати економічну діяльність у межах безпечного операційного простору. І тут предметом обговорення стають такі вигоди як послаблення екологічного відбитку завдяки більш ефективному використанню природних ресурсів, зокрема, енергоресурсів, води, біорізноманіття, зменшення викидів парникових газів, обсягів відходів, викидів і забруднень, що розширює можливості корпоративної соціальної відповідальності та екологічної політики [1].

Проте нехсус впливів цифрової трансформації бізнесу не є таким однозначно-позитивним. До прикладу, вплив комп'ютеризації неминуче призведе до зміни ринку праці, породить нові вимоги і можливості для розвитку навичок і створення нових робочих місць, а отже потребу в адаптації та перенавчанні працівників. Зокрема, за оцінками Світового Економічного Форуму 2020 р. до 2025 року зникне 85млн. робочих місць, на зміну яким прийдуть 97 млн. нових місць, відмінних від попередніх, із іншими вимогами до навичок і знань. Тож технологічно-інклюзивна освіта та перекваліфікація є передумовою забезпечення цифровізації [3, с. 29], тоді як її формування породжує низку питань, у тому числі питань щодо цінностей і пріоритетів.

Розширене використання цифрових технологій збільшує ризик кібератак і порушень приватності, а отже підвищує вразливість мереж і систем, що може призвести до витоку конфіденційної інформації та посягання на права споживачів. Ризики такого характеру складно спрогнозувати та оцінити, однак, за оцінками світових експертів, в рейтингу ризиків для України вони посідають чільне третє місце після серйозної кризи постачання (сировини/товарів/ продовольства) і міждержавного конфлікту [4, с. 88].

Неоднозначним також є вплив цифрової трансформації бізнесу на довкілля. Зелена цифрова трансформація вочевидь, стимулюватиме розвиток і використання зелених технологій, що сприятиме сталому розвитку. Водночас їх інтенсивне використання спричинить зростання обсягів електронного сміття, яке потребуватиме відповідної утилізації та перероблення.

Вочевидь, зростуть обсяги енергоспоживання, адже деякі цифрові технології, такі як, наприклад, блокчейн, використовують великі мережі і/або обчислювальні центри, потребують значних обсягів енергії. Штучний інтелект може використовувати енергоємні алгоритми машинного навчання для валідації інформації, яка зберігається в блокчейні, наприклад, для відсіювання шкідливих або неправдивих даних. Це може призвести до збільшення екологічного відбитку.

Висновки. Розглянуті соціально-екологічні аспекти цифрової трансформації бізнесу окреслюють багатогранність впливу інформаційних технологій на довкілля та суспільство і дають штрихи до його розуміння, підкреслюючи відповідальність і вразливість бізнесу, яка виникає з огляду на застосування цих технологій. Складний взаємозв'язок між цифровою трансформацією і соціальними та довкільними процесами потрібно розглядати в контексті сталого розвитку та суспільної відповідальності щоб якнайповніше використати потенціал цифрової трансформації бізнесу та уникнути полікризи, загроза виникнення якої доволі реальна для України.

Список літератури

1. Лазор О.Я., Загвойська Л.Д. Еколого-економічні підходи до реалізації екологічної політики. *Економіка України*. 2002. № 12. С. 76-79.
2. EPE. The digital, ally or enemy of the ecological transition? 2023. URL: <https://www.epe-asso.org/>
3. Reimagine tech-inclusive education. Evidence, practices, and road map. 2023. URL: <https://www.adb.org/> .
4. World Economic Forum. Global Risks Report. 2023. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf .

Корник М.

здобувач другого (магістерського) рівня освіти
спеціальність 071 “Облік і оподаткування”
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

Науковий керівник:

Гуріна Н. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та консалтингу
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРЕНДНИХ ОПЕРАЦІЙ

В теперішніх умовах розвитку економіки, ускладненому кризовими явищами, багато українських компаній стикнулись з проблемою пошуку та залучення фінансових ресурсів для збільшення виробництва, купівлею новітнього обладнання, впровадження сучасних технологій. В ті моменти, коли компаніям важко задовольнити потреби у доступних кредитних ресурсах за допомогою банківської системи, оренда виступає одним із найбільш доступних та ефективних засобів оновлення та збільшення виробництва.

Для цілей бухгалтерського обліку щодо реалізації операцій з оренди Радою з МСФЗ було затверджено оновлений міжнародний стандарт — МСФЗ 16 “Оренда” [1], метою якого являється встановлення для орендарів та орендодавців відповідних облікових політик та розкриття інформації, що слід застосовувати в договорах про оренду.

Причиною для визнання операцій оренди в обліку орендаря та орендодавця є договір оренди чи суборенди відповідного майна [3].

За договором оренди орендодавець передає або зобов'язується передати орендарю майно в користування за плату на визначений строк, а основними елементами договору являються:

- передача майна в тимчасове користування, а не у власність;
- встановлення орендного платежу;
- визначення дати початку та закінчення договору оренди;
- встановлення помісячних термінів сплати податку;
- обов'язковість повернення майна орендодавцю після закінчення строку дії договору або при його достроковому розірванні.

Ця інформація необхідна для обліку орендних операцій за МСФЗ 16 [1], для розрахунку активів з права користування та визнання зобов'язань з оренди.

Необхідність організації ефективного обліково-аналітичного процесу орендних операцій об'єктивно обумовлена такими чинниками як [2]:

- оренда посідає важливе місце у реформуванні відносин власності, покращенні ефективності застосування основних засобів та забезпеченні розвитку підприємництва;
- покращення методики розрахунку орендної плати, наближення рівня орендних ставок до ринкових реалій підвищить ріст підприємницької діяльності;
- правильність обліку та документування витрат орендодавцем та орендарем, що впливає на рівень обґрунтованості орендних платежів, встановлення диференційованої шкали орендної плати.

Головними функціями обліково-аналітичного забезпечення орендних відносин як частини інформаційно-аналітичного забезпечення є:

інформаційна - забезпечення системи управління інформацією про діяльність підприємства внутрішнім і зовнішнім користувачів;

- облікова - відображення фактів діяльності компанії;

- аналітична - здійснення на підставі первинних аналітичних даних економічного аналізу роботи компанії [2].

Збільшення організації ведення обліку орендних операцій дає можливість забезпечити підвищення ефективності накопичення, систематизації та збереження інформації про орендні операції, які підприємство виконує в процесі господарської діяльності.

Таким чином, можна сказати, що оренда є досить важливим способом залучення додаткових фінансових ресурсів, а також постає одним з важливих факторів при обмеженій кількості фінансових ресурсів компанії і дає можливість оновити матеріально-технічну базу компанії без використання інших фінансових послуг, що мають досить значну вартість в порівнянні з орендою. Також, варто зазначити, що велика кількість аспектів ведення бухгалтерського обліку операцій з оренди потребує покращення, що в свою чергу підвищить ефективність облікового відображення орендних операцій та оптимізує понесення витрат, що пов'язані з ними. Особливо це стосується порядку відображення орендованих необоротних активів на рахунках позабалансового обліку.

Список літератури

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності 16 “Оренда”. Офіційний сайт міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr_AHcompressed-1.pdf (дата звернення: 30.10.2023).

2. Ревуцька А.О. Кірсанова В.В. Завдання обліково-аналітичного забезпечення орендних відносин підприємства. 2017. с. 110 – 113. URL: <http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/7482/1/tezy-oaz2017-106-109.pdf>.

3. Як відображати орендні операції згідно з МСФЗ 16. URL: <https://interbuh.com.ua/ua/documents/ib/9401/130698>.

УДК 332.14:352.071

Кравченко М. С.

магістрант освітньої програми “Економіка місцевого розвитку”
Сумський національний аграрний університет

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД У ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Вирішення проблем проектів розвитку об’єднаних територіальних громад, які виникають внаслідок процесів децентралізації, дозволяє громадам отримати багато переваг: краще управління на місцевому рівні, досягнення стабільних соціально-економічних результатів, наближення до європейських стандартів. Реформа самоврядування, яка зараз триває в Україні, має забезпечити сталий розвиток самодостатніх територіальних громад, а також гарантувати економічне майбутнє, зайнятість та добробут населення, особливо в умовах економічного розвитку та нинішньої кризи. На нашу думку, питання розробки проектів розвитку об’єднаних територіальних громад лише частково розглянуто в наукових працях через багатоаспектність проблеми, специфіку та глибину теми. Тому ми вирішили привернути увагу до цього питання.

Визначення базових і цільових показників розвитку громади дає змогу побачити динаміку змін, а також адаптувати проекти, спрямовані на досягнення конкретних пріоритетів. Управління на основі проектного підходу може значно допомогти громадам керувати своєю територією, забезпечуючи ефективний розподіл ресурсів і покращуючи якість життя мешканців.

Територіальним громадам важливо розробляти стратегії, адже відсутність стратегічних пріоритетів призводить до розпорошення зусиль та невизначеності досягнення результату. Відсутність стратегічного бачення, особливо серед лідерів громад, призводить до постійного вирішення питань в терміновому порядку або відмови від усіх проектів. За словами Чорної О.Ю. та Христенко Л.М. є значні резерви для підвищення якості поданих проектів, посилення відповідності реальним пріоритетам, особливо пріоритету економічного розвитку органів місцевого самоврядування, визначення раціональних підходів до перевірки прибутковості проектів, збільшення масштабів проектів та підвищення рівня інновацій, забезпечення довготривалості результатів проекту, тощо. Реалізація вищезазначених напрямів потребує розробки методичного забезпечення проектної діяльності громад регіонів, координації спільної діяльності влади регіональних громад та інституційних учасників проектної діяльності, зосереджуючись на підвищенні рівня обізнаності про проект у процеси розробки проектів громад.

Важливу роль у реалізації проекту відіграють фахівці. Обмежені можливості кар’єрного зростання та конкуренція з великими містами можуть ускладнити залучення та утримання кваліфікованої робочої сили, насамперед через вищу заробітну плату або соціальну підтримку працівників. Це особливо серйозна проблема в малих і середніх громадах, де людські та фінансові ресурси обмежені.

Підсумовуючи, можна сказати, що досвід наших територіальних громад в часи невизначеності створює виклики для планування та управління, але водночас він дає можливість варіативності як щодо показників, так і вимірювань. Вони залучаються до високоякісної взаємодії із зацікавленими сторонами та мають унікальний досвід який може послужити прикладом для інших країн всього світу.

Список літератури

1. Чорна О.Ю., Христенко Л.М. Питання розроблення проєктів розвитку об'єднаних територіальних громад. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. Випуск. 2(19). 2020. С.164-170.

2. Савісько М., Гацко В. Проєктний підхід в громадах. Рекомендації для керівництва громади та працівників проєктних відділів. Центр соціологічних досліджень, децентралізації та регіонального розвитку. 16с.

Миронюк А. К.

к.е.н., доцент кафедри статистики

Львівський національний університет імені Івана Франка

Кулеба Ю. В.

магістр

Львівський національний університет імені Івана Франка

АНАЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СТУПЕНЮ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Громадянське суспільство є невід'ємною складовою будь-якої демократичної держави. В Україні створена законодавча база, яка забезпечує дотримання принципу відкритості та прозорості у діяльності органів влади та держави в цілому, що створює необхідні передумови для розвитку громадянського суспільства. Проте, самі закони можуть мати певні недоліки або прогалини, що може мати негативний вплив.

Для визначення ступеню розвитку громадянського суспільства використовують “Індекс сталості розвитку громадянського суспільства” (CSOSI), який служить для оцінки міцності та загальної життєздатності сектору організацій громадянського суспільства (ОГС) [2, с.5]. Аналіз показника проводиться щорічно включаючи за сімома вимірами. Індекс підкреслює як сильні, так і слабкі сторони розвитку організацій громадянського суспільства, обчислюється в географічній та часовій площині.

У 2022 році в Україні всупереч ряду негативних чинників, серед яких найбільш негативним є повномасштабне вторгнення, показники CSOSI майже досягають рівня високої стійкості, що свідчить про підтримку позитивних тенденцій протягом останніх 20-ти років. За збереження або покращення рушійних сил можливе збільшення до високого рівня стійкості. Результати міжнародних порівнянь свідчать, що Україна демонструє хороші результати, які притаманні країнам центральної та східної Європи.

Важливим показником який потребує покращення є індекс корупції. Саме це показник є одним з важливих, який може демонструвати волю та інтереси органів влади у боротьбі з таким явищем як корупція та довіру населення до відкритості органів державної влади чи громадських організацій [1, с.18].

Україна наближає розвиток громадянського суспільства до рівня Європейських країн і згідно проведених оцінок рухається у правильному напрямку, проте за умови, що дана тенденція існуватиме і надалі. Для цього Україні потрібно продовжити запроваджувати європейські традиції громадянського суспільства та переймати

досвід в сфері відкритості діяльності державних органів від інших демократично-розвинутих країн, забезпечити засоби боротьби з явищами, які сповільнюють розвиток, а також порядок розподілу коштів для фінансової підтримки різних програм та проектів інститутів громадянського суспільства, здійснювати моніторинг та оцінку відповідних проектів і заходів.

Список літератури:

1. Corruption Perceptions Index // Transparency International – URL: https://www.transparency.org/en/cpi/2021?gclid=CjoKCQjwyMiTBhDKARIsAAJ-9VvFkc4c1AlPdf5eLeVwsouQltETiqPoJGsLK1swXzGAA3JsiNFTINoaAu6UEALw_wcB (дата звернення: 25.10.2022).
2. Індекс сталості організацій громадянського суспільства CSOSI – 2017–2021 – URL: <http://www.ucipr.org.ua/ua/holovna/proiekty/ndeks-stalost-organ-zac-y-gromadyanskogo-susp-istva> (дата звернення: 25.10.2022).
3. Антонова С. Є., Корбутяк В. І. Моніторинг дотримання принципів прозорості та відкритості у діяльності органів влади в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 10. – URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/10_2020/36.pdf (дата звернення: 25.10.2022).
4. Характеристика громадських формувань як інститутів громадянського суспільства // Роз'яснення Міністерства юстиції України від 24.01.2011 – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0016323-11#Text> (дата звернення: 25.10.2022).

УДК 330.837:327

Мутерко Г. М.

к.е.н., доцент,

Завідувач кафедри економіки підприємств
ДВНЗ “Приазовський державний технічний університет”

Радченко І. А.

Здобувач вищої освіти, магістр кафедри економіки підприємств
ДВНЗ “Приазовський державний технічний університет”

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проблема мотиваційного механізму стає загальною проблемою управління сучасним підприємством. Якщо підприємство хоче вижити і розвиватися в умовах жорсткої конкуренції, воно має певною мірою спиратися на ефективний механізм мотивації своїх працівників.

Мотиваційний механізм управління персоналом — це важливий етап формування кадрового потенціалу на підприємствах нашої країни, а також напрямок розвитку управління людськими ресурсами в мінливих економічних умовах. У процесі управління стимулюванням людських ресурсів підприємству треба підвищувати основну конкурентоспроможність управління людськими ресурсами, таким чином зможе зберегти свої переваги та буде ефективно розвиватися в конкурентному середовищі.

Головна мета механізму мотивації полягає в поліпшенні трудових результатів роботи персоналу і в його збереженні [1, с.31]. При формуванні мотиваційного

механізму важливе значення мають правильно сформовані завдання, які є основою його ефективного функціонування, а саме:

- задоволення потреб та потенційних можливостей працівників;
- реформування системи оплати праці;
- забезпечення особистісного та кар'єрного розвитку;
- створення комфортних умов на робочому місці;
- підвищення рівня залученості до трудового процесу;
- підвищення рівня соціальної відповідальності та корпоративної культури.

Для досягнення основної мети мотиваційного механізму на сучасному підприємстві необхідно застосовувати різні методи мотивації персоналу. Це може підтвердити дослідження К. Гурової [2]. Соціологи проводили анкетування та виявляли пріоритети для працівників різних видів стимулювання праці. За рівнем пріоритетів видів стимулювання праці розподілилися так, що на одному рівні з заробітною платою знаходяться перспективи кар'єрного розвитку, та не менше важливим, виявилось, наявність соціального пакету для працівника.

Усі ці стимули на підприємстві реалізуються через побудову системи мотивації, яку А. Колот трактує як інструмент стимулювання бажаної поведінки працівників [3].

Без належних стимулів працівнику важко розкрити свій потенціал. У середовищі, де стимулів немає, людина може розкритися лише на 15% - 25% від свого потенціалу. Якщо людина повністю вмотивована, вона зможе розкрити потенціал на 70% - 80% від своїх здібностей. Отже, мотивація є важливим способом використання потенціалу людських ресурсів.

Можна побачити, що з розвитком економіки та суспільства роль персоналу на підприємствах стає все більш значимою. Кожне підприємство обирає свої методи мотивації, опираючись на досвід інших підприємств або розробляючи власні. Правильно сформований механізм мотивації, в сучасних умовах, має поєднувати найкращий досвід, постійний аналіз праць науковців та практиків, побажання роботодавців та працівників. Аналізуючи наукові праці та дослідження, запропоновано реформувати матеріальну складову мотивації, а саме покращити стару систему оплати праці на сучасних підприємствах, це дозволить залучити нові таланти, підвищити рівень залученості працівників до роботи, тим самим підвищити продуктивність праці та конкурентоспроможність підприємства. Тільки справедлива та ефективна система оплати праці зможе не тільки ефективно мотивувати працівників, а й відігравати важливу роль в економії витрат на оплату праці та підвищенні ефективності використання ресурсів. Щоб сформуванню такої системи оплати праці, слід дотримуватися принципів: справедливості, конкурентоспроможності і мотивації. Таким чином працівники зможуть мати максимальну залученість до роботи та досягати найкращих особистих результатів.

Список літератури

1. Зайцев В.С. Основні напрями удосконалення мотивації праці робітників промислових підприємств. Вісник економічної науки України. 2018. - № 1. (34). С. 31.
2. Гурова К. Д. Формування системи мотивації персоналу підприємства в умовах глобалізації / К. Д. Гурова // Бізнес-інформ. – 2010. – № 4. – С. 102–104.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.

УДК 657

Проскуріна Н. М.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку та оподаткування,
Запорізький національний університет
Батерук Я. Ю.
здобувач освітнього ступеня бакалавр
Запорізький національний університет

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ ТА УСПІШНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Внутрішній аудит є важливим структурним елементом внутрішнього контролю, який забезпечує ефективність діяльності підприємства, але якщо цей підрозділ дійсно ефективно функціонує.

Внутрішній аудит – що внутрішній аудит – це система спостереження, контролю й експертної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства та його структурних підрозділів з метою обґрунтування та прийняття оптимальних тактичних і стратегічних рішень щодо зміцнення фінансового стану підприємства, підвищення ефективності роботи системи бухгалтерського обліку, складання та подання звітності [1].

Функції внутрішнього аудиту визначаються, як правило найвищим управлінським та управлінським персоналом підприємством. На кожному підприємстві вони свої, але ми погоджуємося з Йовенко І., що до основних функції внутрішнього аудиту належать: перевірка достовірності бухгалтерської (фінансової) звітності та фінансово-економічний аналіз діяльності суб'єкта господарювання і розроблення її фінансової стратегії [2]. Доречно виділити й такі функції як контроль, що забезпечує дотримання внутрішніх процедур та стандартів, оцінку ризиків (потенційних, фінансових, інформаційних і т.д.), підвищення ефективності та запобігання шахрайству та зловживань.

З основних функцій впливає значимість внутрішнього аудиту для підприємства.

По-перше, внутрішній аудит має безпосередній вплив на управлінські рішення, такі як:

- забезпечення достовірності інформації – перевіряється фінансова звітність та інша фінансова та нефінансова інформація підприємства на предмет її точності, достовірності, надійності та повноти розкриття;
- оцінку ефективності операцій – досліджуються внутрішні процеси та фінансово-господарські операції підприємства. Оцінка допомагає в прийнятті рішень щодо оптимізації бізнес-процесів та вдосконалення ефективності діяльності підприємства;
- ідентифікація та оцінювання ризиків – визначаються потенційні ризики та надається інформація про їхній вплив на діяльність підприємства. Виявлення ризиків допомагає управлінському персоналу здійснювати управління ризиками, розробки стратегій запобігання негативним подіям та вирішення поточних проблем основної, інвестиційної та фінансової діяльності;
- здійснення впливу на формування довіри зацікавлених сторін, а саме, інвесторів, банків, акціонерів, працівників, контрагентів, контролюючих органів. Результати внутрішнього аудиту, які підтверджують точність та дотримання професійних та внутрішніх стандартів (регламентів), допомагають зберегти цю довіру і підтримують фінансову стабільність підприємства;
- вдосконалення внутрішнього контролю за здійсненням фінансово-господарських операціях дозволяє управлінському персоналу своєчасно приймати рішення щодо вдосконалення внутрішніх контрольних механізмів та зменшення ризиків.

По-друге, впливає на підвищення рівня конкурентоспроможності. За допомогою внутрішнього аудиту визначаються нові напрями розвитку технологій виробництва товарів, робіт (послуг); покращуються якість виготовлення продукції і надання послуг; підвищується рівень обслуговування клієнтів. Все це дозволяє підприємству виходити на нові ринки збуту продукції та розширювати клієнтську базу.

По-третє, внутрішній аудит є ефективним інструментом для попередження фінансового шахрайства та непродуктивних витрат, а саме, виявлення незаконних дій та зловживань, незвичайних фінансових витрат або операцій.

Таким чином, внутрішній аудит, в сучасних умовах господарювання, є незамінною складовою ефективного функціонування підприємства. З плином часу, та військовим станом, в якому перебуває Україна вже майже два роки, роль та значення внутрішнього аудиту стала надзвичайно важливою, оскільки бізнес-середовище стає все більш складним, уразливим, нестабільним і вимагає від управлінського персоналу підприємств високого рівня ефективності роботи за усіма показниками, довіри та дотримання професійних стандартів та нормативно-правових вимог. Внутрішній аудит став стратегічним інструментом, який сприяє створенню стабільної та успішної діяльності на підприємстві. Внутрішній аудит забезпечує довіру серед всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво, інвесторів, клієнтів і регуляторів. Внутрішній аудит допомагає виявляти ризики, оптимізувати бізнес-процеси, підвищувати ефективність та покращувати контрольні механізми. Результати внутрішнього аудиту важливі для прийняття управлінських рішень, планування стратегій, забезпечення дотримання стандартів і законодавства, а також попередження фінансових ризиків та шахрайства на підприємстві.

Отже, можна впевнено стверджувати, що внутрішній аудит є невід'ємною частиною сучасного корпоративного управління та сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

Список літератури

1. Коблянська Г. Ю., Бобошко В. С. Організація внутрішнього аудиту на підприємстві. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/organizaciya-vnutrishnogo-auditu-na-pidpriemstvi.html>
2. Йовенко І. Проведення внутрішнього аудиту на підприємстві: важливі аспекти. URL: <https://www.pspaudit.com.ua/files/iovenko.pdf>.

УДК 657.61

Ревенко А. А.
студент магістратури
Науковий керівник:
Кміть В. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, грошового обігу та кредиту
Львівський національний університет ім. Івана Франка

МІСЦЕ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ (КОНТРОЛЮ) В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО ЗАХИСТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасних умовах глобалізації економіки та, водночас, нестабільності фінансових ринків суб'єктам господарювання доводиться мати справу з серйозними фінансовими викликами, спричиненими різного роду ризиками та кризовими ситуаціями. Одним із головних аспектів антикризового захисту підприємства є антикризове управління, в

якому не останнє місце займає внутрішній аудит. Дослідження його ролі в системі антикризового захисту є актуальним завданням, оскільки результати внутрішнього аудиту не дозволяють не лише ідентифікувати вразливості суб'єкта господарювання перед кризоутворюючими чинниками, а й виявити та формалізувати можливості підвищення ефективності та фінансової стабільності підприємства.

Петрик А. стверджує, що внутрішній аудит – це “незалежна діяльність в організації з перевірки і оцінювання її роботи в її інтересах, тобто це діяльність з надання незалежних та об'єктивних гарантій і консультацій, спрямованих на удосконалення господарської діяльності організації” [1].

Бутенець Ф. виділяє наступні функції внутрішнього аудиту суб'єкта господарювання [2]:

- перевірка систем бухгалтерського обліку й внутрішнього контролю, їх моніторинг і розробка рекомендацій з поліпшення цих систем;
- перевірка бухгалтерської й оперативної інформації, на предмет точності, достовірності та формування оцінки потенційних ризиків;
- перевірка дотримання законів і інших нормативних актів, рішень і вказівок керівництва;
- перевірка діяльності різних ланок управління та оцінка ефективності механізму внутрішнього контролю;
- перевірка наявності, стану й забезпечення збереження майна економічного суб'єкта;
- робота над спеціальними проектами й контроль за окремими елементами структури внутрішнього контролю;
- оцінка використовуваного економічним суб'єктом програмного забезпечення;
- спеціальні розслідування окремих випадків, наприклад підозр у зловживаннях;
- розробка й подання пропозицій по усуненню виявлених недоліків і рекомендацій з підвищення ефективності управління.

Насправді, вищенаведений список можна суттєво доповнювати, заглиблюючись у конкретні напрями внутрішнього аудиту та виокремлювати більш вузькопрофільні та специфічні функції цього процесу.

Говорячи про роль внутрішнього аудиту в системі антикризового захисту суб'єктів господарювання, необхідно розуміти чинники виникнення криз, які походять зсередини підприємства, а також співвіднести їхню частку в загальному наборі кризоутворюючих чинників.

Український вчений Бланк І. класифікує зовнішні чинники на три основні категорії:

1. Соціально-економічні фактори загального розвитку країни, такі, як економічна рецесія, зміни в законодавстві або ж політична нестабільність;
2. Ринкові фактори, наприклад, зміни в споживчому попиті, зміна ринкових цін, а також конкуренція та ринкова нечесність;
3. Інші фактори, які підприємство визначає самостійно, враховуючи особливості своєї діяльності [3].

Внутрішні ж фактори Бланк І. розділяє наступним чином:

1. Операційні фактори, наприклад неефективний маркетинг, менеджмент тощо;
2. Інвестиційні фактори, такі, як неефективний інвестиційне управління, недоотримання прибутку за проєктами тощо;
3. Фінансові фактори, а саме неефективна фінансова стратегія, структура активів, збільшення дебіторської заборгованості і тд [3].

Отже, після переліку списку зовнішніх та внутрішніх кризоутворюючих факторів, складається враження, що частка зовнішніх факторів є більшою та важливішою. Однак, варто розуміти, що ефективне управління, злагоджені процеси, правильно побудована структура капіталу і багато інших чинників зумовлюють внутрішню стійкість підприємства до зовнішніх несприятливих змін – так звану резистентність. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що внутрішній аудит грає одну з ключових ролей у системі антикризового захисту суб'єкта господарювання та є ефективним інструментом наведення та підтримання порядку на всіх напрямках діяльності підприємства.

Список літератури

1. Організація та методика аудиту підприємницької діяльності: [навч. посіб.] / Петрик О.А., Савченко В.Я., Свідерський Д.Є. / За ред. О.А. Петрик. – К.: КНЕУ, 2008. – 472 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Аудит: [підручник] / Бутинець Ф.Ф. – Житомир: ПП “Рута”, 2002. – 672 с.
3. Бланк, И.А. Фінансовий менеджмент : навч . курс / И .А . Бланк .— К . : Ельга : Ніка-Центр, 2001 . – 528 с

УДК 339.138:658.89

Самсонова В. В.

к.е.н., ст. наук. співробітник

доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ СПІВПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Швидка глобалізація світової економіки, велика схожість товарів різних виробників та індивідуалізація побажань споживачів знижують ефективність цінових методів конкуренції та використання традиційних інструментів маркетингу. У зв'язку з цим необхідно використовувати інноваційні підходи в маркетингу, і зокрема маркетингу співпраці, заснованому на розвитку і підтримці довгострокових відносин зі споживачами і формуванні їх лояльності.

Дослідження Ф. Райхельда і Р. Сассера показують, що збільшення лояльних клієнтів компанії на 5% пов'язане зі зростанням прибутку від 25 до 85% в залежності від сфери діяльності [1]. Проте застосування в Україні технологій маркетингу співпраці та більшість застосовуваних в Україні програм споживчої лояльності є недостатньо ефективними, що пов'язано з такими серйозними недоліками програм споживчої лояльності, як відсутність системного підходу до їх організації, копіювання західних моделей без урахування української специфіки, відсутність або недостатнє використання зібраних даних про споживачів, висока уніфікованість подібних програм через використання обмеженого набору інструментів для заохочення постійних споживачів.

Тому якісно створена система партнерських домовленостей, спільне формування цінностей і цілей, співпраця та ефективне вирішення конфліктів завжди залишатимуться актуальними серед основних позицій у створенні перспективних відносин на основі маркетингу співпраці.

Сьогодні успішні компанії роблять усе, щоб утримати своїх клієнтів. Щоб перемогти на сучасному ринку, компанії повинні орієнтуватися на клієнта та забезпечувати найвищу цінність своїм цільовим клієнтам. Більшість ринків вже досить

стабільні, і не так багато нових приєднується до споживачів основних категорій продуктів. Конкуренція загострюється, а витрати на залучення нових клієнтів зростають. Крім того, самі споживачі стають все більш незалежними та вимогливими. Щоб залишатися конкурентоспроможною, сучасна компанія повинна бути добре поінформована про своїх клієнтів. Для цього розробляються нові бізнес-моделі та пропонуються нетрадиційні рішення [2].

Маркетинг співпраці є перспективною концепцією будь якого підприємства, орієнтованого на охоплення всіх ресурсів і видів діяльності в процесі організації, планування та управління комунікаціями з усіма суб'єктами ринкової мережі на кожному етапі циклу життя продукту. Маркетинг співпраці спрямований на забезпечення довгострокових відносин із замовником для досягнення цілей договірних сторін.

Концептуальні засади маркетингу співпраці зводяться до наступних постулатів [3]:

1. Створення реальної переваги пропозиції підприємства.
2. Орієнтація на ключових клієнтів та створення індивідуального підходу до кожного клієнта.
3. Завоювання лояльності клієнтів.

Переваги маркетингу співпраці зі споживачами були узагальнені А. Дейємом, В. Діном та І. Рейнолдсом [4] і полягають у:

- більш тісних стосунках зі споживачами;
- підвищенні задоволеності споживачів;
- отриманні фінансових вигід від бізнесу.

Можна впевнено стверджувати, що з налагодженим маркетингом співпраці підприємство більше не наодинці з конкурентом. У боротьбі за покупця разом з підприємством-виробником бере участь ціла система ринкової взаємодії, тому слід виділити основні елементи маркетингу співпраці, а саме [5]:

- створення реальної переваги пропозиції для партнерів;
- формулювання переваг для партнерів від взаємодії;
- пошук потрібних (вигідних, схожих цілей, поглядів тощо) партнерів;
- підвищення лояльності партнерів.

Отже, зростання насиченості ринку та розвиток діджиталізації суспільства вимагають пошуку нових методів і підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємств та ефективності їх діяльності. Особливої актуальності набуває клієнт орієнтований підхід до контролю маркетингової діяльності підприємств. Фокус ділової активності зміщується із залучення нових споживачів до утримання існуючих клієнтів шляхом формування їх лояльності як найвищого рівня ставлення до бізнесу.

Таким чином, маркетинг співпраці є перспективною концепцією організаційної взаємодії, спрямованою на найбільш ефективне використання особливостей довгострокової співпраці підприємства з її основними діловими партнерами, за рахунок чого досягається їх взаємопов'язаний сумісний розвиток, що забезпечує ефект партнерської лояльності для всіх партнерів.

Список літератури

1. Болотна О.В. Маркетинг взаємовідносин як сучасна концепція маркетингу. Траєкторія науки. 2015. № 2-3. С. 241-256.
2. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л. М. Шульгіна. Київ : КНЕУ, 2015. 597 с.

3. Куликова З.В. Про засади ефективного управління лояльністю. Маркетинг та маркетингові дослідження. 2020. № 2. С. 113-123.

4. Стадник В.В., Іжевський П.Г., Головчук Ю.О. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6101>

5. Струк Н.С. Концептуальні засади розвитку маркетингу партнерських відносин підприємств. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 30(1). С. 121–126.

Симонова З. О.

здобувач вищої освіти, магістрант, група ЗМУП-221
Національний університет “Чернігівська Політехніка”

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЮЧОЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕПО ЧЕРНІГІВ АТ “УКРПОШТА”

В основі трудової діяльності людей лежить необхідність постійно задовольняти свої матеріальні та духовні потреби, які формують їхні економічні інтереси. Тому стимулювання праці здійснюється шляхом впливу на особистий економічний інтерес працівника, формування зацікавленості у результатах своєї праці.

Процес стимулювання – це такий вплив на працівника, який включає у свою сферу його потреби, бажання, інтереси, прагнення, цілі, мотивацію поведінки. В основі стимулювання – взаємодії зовнішніх умов та внутрішньої структури особистості [2, с.56]. Стимулювання реалізується через створення умов трудової ситуації, які спонукають особистість діяти певним чином.

У підприємств з високим рівнем системи стимулювання персоналу значно збільшується продуктивність праці, рентабельність персоналу, результативність управління, а також підвищується економічна результативність персоналу управлінської діяльності. Дослідження системи стимулювання праці персоналу організації [3, с.332].

Персонал для АТ “Укрпошта” становить основний ресурс, який забезпечує роботу та прибутковість товариства. Характеризуючи структуру управління АТ “Укрпошта”, слід наголосити на декількох важливих аспектах. По-перше, питання формування та перетворення структури управління покладено власне на саме підприємство, що, зокрема, відображено у статуті, – АТ “Укрпошта” самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис, формує облікову політику та має право відкривати (створювати) та закривати філії, представництва, інші відокремлені підрозділи, виступати засновником або учасником юридичних осіб.

По-друге, частота внесення змін до структури управління викликає зауваження, оскільки зміни у багатьох випадках передбачають перетворення одних і тих самих елементів, що призводить до нестабільності структури та системи управління в цілому.

Дослідження, проведені на АТ “Укрпошта”, продемонстрували, що до 2023 року внесення змін до структури управління відбувалося з періодичністю від двох до п’яти разів на рік, і в переважній більшості перетворення носили номінальний характер – зміна назви, переформатування підрозділів і т. д.. Проте у 2023 році відбувся перехід від лінійно-функціональної до дивізійної моделі управління із виділенням системи макрорегіонів.

Однак такі перетворення не охоплюють структуру управління всього підприємства, оскільки поділ за макрорегіонами застосовується лише до retail та,

частково, фінансових послуг підприємства. Інші ж послуги й надалі надаються у межах територіальних дирекцій, які побудовані за лінійно-функціональною моделлю.

Таким чином, перехід до дивізіональної моделі структури управління та виділення системи макрорегіонів, в більш загальному вигляді – зміна типу використовуваної структури управління, не є метою підприємства при проведенні перетворень структури управління. Мета полягає в найбільш оптимальному використанні можливостей того типу, який застосовується на даний момент.

Підприємство має розроблену систему стимулювання персоналу. В управлінні персоналом АТ “Укрпошта” використовуються такі методи управління та стимулювання праці співробітників:

1) Адміністративно-організаційні:

- управління взаємовідносинами персоналу через регламенти, положення, посадові інструкції;
- розпорядження, накази, вказівки як способи владної мотивації;
- надання соціальних гарантій, корпоративні заходи із залученням дітей працівників.

2) Економічні способи.

Дані методи мотивації включають оплату праці, виплати одноразового характеру, різного виду надбавки, премії, відрядну оплату праці окремих категорій працівників.

3) Соціально-психологічні:

- запровадження стандартів обслуговування, фірмовий одяг, корпоративні аксесуари - все це викликає відчуття приналежності до компанії, її інтересам та успіхам;
- суспільне визнання у вигляді грамот, дипломів, фото на дошці пошани;
- створення комфортного робочого та корпоративного середовища – обіди, кімнати відпочинку.

Все ж таки основним видом стимулювання є економічні методи. Трудовим законодавством допускається самостійний вибір системи оплати праці, тарифних ставок, окладів та видів матеріального заохочення. Положення про оплаті праці працівників закріплює правила оплати та преміювання працівників в компанії.

Фінансові можливості організації можуть дозволяти їй розширювати перелік соціальних гарантій.

витрати на оплату праці суттєво зросли у 2021 році, незважаючи на зменшення кількості робітників та суттєво зменшились у 2022 році, що свідчить про відсутність коштів на виплату того рівня заробітної плати, який досягло підприємства у попередньому році. витрати на одного співробітника були найбільшими у 2021 році. При цьому, якщо витрати на рік на одного робітника склали 88,5 тис.грн., то середні виплати в місяць складуть 7,37 тис.грн., що є менше ніж в середньому по Україні.

Представимо в табл.1. структуру оплати праці персоналу за різними категоріями.

Таблиця 1

Структуру оплати праці персоналу АТ “Укрпошта” за різними категоріями

Категорія персоналу	Структура заробітної плати
Виробничий	Оклад за фактично відпрацьований час+премія за обсяги
Керівники та група якості	Оклад за фактично відпрацьований час+середній розмір премії

Представимо для наочності формування заробітної плати за вересень 2023 року керівника та групи контролю якості Депо Чернігів.

Таблиця 2

Формування заробітної плати за вересень 2023 року
керівника та групи контролю якості Депо Чернігів

Посада	Оклад за фактично відпрацьований час (відрядний заробіток)	Середній % премії
Начальник зміни	12 500,00	96,21%
Начальник зміни	12 500,00	96,21%
Начальник зміни	12 500,00	96,21%
Начальник зміни	7 065,22	96,21%
Начальник депо1	24 161,68	48,11%
Працівник групи контролю якості	7 700,00	96,21%
Працівник групи контролю якості	9 600,00	96,21%
Працівник групи контролю якості	6 695,65	96,21%
Працівник групи контролю якості	7 700,00	96,21%

Джерело: складено автором на основі наказу штатного розпису

Матеріальна винагорода співробітників включає постійну гарантовану частину заробітної плати у вигляді посадового окладу, та змінну частину, що відбиває результативність діяльності самого співробітника, його підрозділи та в цілому всієї компанії. Розміри посадового окладу встановлюються відповідно до штатного розкладу та залежать від категорії. У “Положенні про преміювання” позначається розмір змінної частини грошової винагороди. Наступні нормативні документи регулюють порядок та механізм оплати праці співробітників компанії – “Положення про оплату праці” та “Положення про преміювання персоналу”, “Колективним договором” та іншими нормативними актами [1, с.128]

Таким чином, середня заробітна плата на підприємстві є не досить конкурентоспроможною, особливо спеціалістів та виробничого персоналу, тому можна зробити висновок, що підприємство має неефективну систему матеріальної мотивації.

Співробітникам компанії надається соціальний пакет, який носить розширений характер: оплачувані відпустки, лікарняний та декретна відпустка із збереженням стажу роботи, необхідний для службового користування мобільний зв'язок, добровільне медичне страхування. Також існує система знижок для співробітників на товар та послуги, що продаються компанією.

Нематеріальне стимулювання співробітників є важливим і необхідним фактором мотивації робочого персоналу для досягнення максимального якісного виробничого результату, а також прояви творчого підходу та здібностей.

Система нематеріального стимулювання, її функціонування та розвиток формується на АТ “Укрпошта” за наступними принципами:

- результат діяльності відповідає заохоченню;
- кандидатура для заохочення узгоджується з профспілковою організацією відкрито та голосно;

- інформація про нагороджені та їх досягнення поширюється в колективі та серед громадськості;
- позитивний досвід нагороджуваних поширюється і є основою для виховання молодих працівників.

Нематеріальне стимулювання сприяє новим досягненням та отримання максимальної ефективності персоналу, розвитку творчої ініціативи та інновацій, рішучих та професійних дій співробітників в екстремальних ситуаціях.

До заходів щодо стимулювання та мотивації співробітників АТ “Укрпошта” можна віднести заходи, що розвивають трудовий потенціал працівників:

- підвищення професіоналізму співробітників;
- навчання та стажування працівників за рахунок компанії.

Для збереження наявного кадрового потенціалу, а також забезпечення безперервності процесу вирішення функціональних корпоративних завдань організація здійснює формування кадрового резерву керівного складу та організує системну роботу з цим резервом. Входять до складу кадрового резерву працівники отримують рекомендації, на основі яких розробляється персональна програма навчання. Після завершення програми навчання учасник кадрового резерву призначається на посаду або продовжує навчання за наступною програмою [5, с.49].

Велика увага підприємством приділяється формуванню корпоративної культури. Зовнішніми атрибутами цієї культури є фірмовий одяг співробітників, прийнято звернення на “ти”. Організаційна культура - один із ключових факторів, визначаючий успішність будь-якого підприємства. Вона значною мірою визначає соціально – психологічний клімат у колективі, обличчя організації, та її потенційні можливості. Таким чином, можна зробити висновок, що система стимулювання персоналу не відповідає сучасним реаліям розвитку персоналу та потребує оцінки для визначення її ефективності.

Аналіз діяльності АТ “Укрпошта” показує, що заходи щодо покращення ситуації та пошуку внутрішньоорганізаційних резервів мотивації та стимулювання останнім часом є недостатніми. Методи управління персоналом, що застосовуються, недостатньо ефективні і не дозволяють збільшити зацікавленість працівників у повному використанні фактично наявних резервів, часто у них відсутня зацікавленість підвищення ефективності діяльності організації. Недостатня ефективність внутрішньовиробничих відносин обумовлюється також тим, що підприємливість та ініціатива заохочуються не повною мірою. Є періоди, коли в установі відчувається нестача трудових ресурсів, вирішення проблеми ускладнюється тим, що додатковий набір співробітників обмежується процесами оптимізації, що здійснюються в даній сфері, і зокрема у сфері охорони здоров'я, в установах якою встановлюється оптимальний штат працівників. Таким чином, проблема полягає в тому, щоб змотивувати персонал ефективно і з найменшим обсягом витрат для роботи в період різкого підвищення попиту, в тому числі сезонних сплесків погіршення стану здоров'я населення.

Таким чином, головна проблема, що надає демотивуючий вплив на співробітників і знижує ефективність їх індивідуальної роботи, полягає у відсутності індивідуального підходу у системі матеріального стимулювання. Вважаю, що колективний розподіл преміальних виплат та накладених утримань не сприяє підвищенню ефективності праці кожного конкретного працівника. Також недостатньо використовуються соціально-психологічні методи мотивації. Вважаємо,

що спільні заходи, професійні конкурси тощо, сприятимуть формуванню команди, що є важливою умовою ефективності діяльності підприємства.

Список літератури

1. Гуніна А. В. Основні мотиваційні важелі стимулювання персоналу. *Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі: тези доп. 57-ої наук. конф. молодих дослідників ОП-магістрантів*. Одеса, 2022. С. 128-130.
2. Казановський А.А. Методи стимулювання персоналу компанії шляхом преміювання за допомогою колегіального рішення співробітників. *Науковий погляд: економіка та управління*. №3 (79). 2022. С. 55-61.
3. Колесник В. І. Шляхи реформування системи стимулювання праці персоналу промислових підприємств в кризових умовах. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття*. Матеріали ІХ міжнародної науково-практичної конференції 19 жовтня 2021 року. Одеса. Одеська національна академія харчових технологій, 2021. С.332-333.
4. Мізіна О.В., Амеліницька О.В., Терешук А.І. Заходи щодо формування ефективної системи оцінки і стимулювання персоналу на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2019. № 5.
5. Овчарук О. М. Трансформація методології стимулювання та мотивації персоналу. *Економічний простір*. 2021. № 166. С. 48-52.

УДК 330:101

Соляр В. В.

к. е. н., доцент,

завідувач кафедри економічної теорії, фінансів і обліку

Сахетгилиджов Н.

магістрант

ХНПУ імені Г. С. Сковороди

ТЕОРІЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ В ІДЕЙНОМУ ЗАДУМІ В. РОСТОУ

Шлях до стабільного розвитку полягає в постійному озброєнні економіки новими та кращими технологіями. Теорія модернізації намагається зрозуміти економічний розвиток шляхом переходу від традиційного до цивілізованого суспільства. Вона пояснює цей процес визначенням змінних, що беруть участь у соціальному прогресі суспільства та намагається пояснити еволюцію суспільства через зміни і реакції на ці зміни. Концептуально враховує культурні та соціальні аспекти суспільства, що впливають на впровадження нових технологій.

Теорія модернізації базується на вихідній позиції, згідно з якою сучасні суспільства є кращими, ніж традиційні, оскільки їх громадяни є вільними та мають вищий рівень життя, а держави могутніші та заможніші. Ця теорія бере свій початок від ідей німецького соціолога М. Вебера і отримала подальший розвиток у працях Т. Парсонса. Вони розробили теорію модернізації та описали її як процес переходу, який передбачає прийняття демократії з масовим споживанням, індустріалізацією, урбанізацією, глобалізацією та бюрократією [1].

У книзі “Стадії економічного зростання” економіст В. Ростоу теоретизує етапи, які проходить суспільство від традиційної економіки до сучасної, що є однією з основних концепцій теорії модернізації. Він заснував дану модель на ефективності капіталізму, що визначається розвитком вільної торгівлі та відкритої конкуренції без

державного втручання [2]. Припущення Ростоу ґрунтуються на матеріалізмі та вірі в те, що кожне суспільство хоче стати сучасним. Він також зазначив, що етапи можуть відрізнятися за тривалістю у різних країнах, і кожна умова є невизначеною для кожного етапу (табл. 1).

Таблиця 1

Стадії економічної еволюції суспільств на засадах теорії модернізації за В. Ростоу

Етапи економічного зростання	Методи господарювання	Показники конкурентоспроможності економіки	Пріоритети для зростання
Традиційна арена	Традиційні сільськогосподарські	Низький рівень життя та відсутність індивідуальної економічної мобільності	Стабільність, відсутність змін та ризиків
Передумови для зльоту	Більш продуктивні і ефективні способи ведення сільського господарства	Розвиток індивідуальної мобільності та національної ідентичності, капіталізація виробництва, прогрес технологій, удосконалення методів управління	Розвиток торгівлі, експорту товарів, імпорту сировини
Етап зльоту	Індустріалізація з технологічними проривами, монетарні і фіскальні імпульси до зростання ділової активності	Зростання інвестицій у виробництво (5 - 10% національного доходу), високі темпи зростання в провідних галузях економіки	Розвиток інституційних рамок до стабільного зростання і оптимальної структури економіки
Потяг до зрілості	Постійний розвиток технологій	Зміна структури робочої сили у бік зростання зайнятості в промисловості, інфраструктура масштабується	Поява нових секторів економіки
Епоха масового споживання	Домінування нових високоприбуткових галузей	Високий рівень добробуту населення, зростання зайнятості, зниження рівня бідності	Виробництво і продажі орієнтовані на зростання купівельної спроможності

Джерело: складено автором

На первинному (традиційному) етапі будь-якого невеликого регіону чи цілої країни економіка виживає за допомогою найпростіших сільськогосподарських методів і все ще значною мірою залежить від полювання та збиральництва. Існує базовий прогрес у тому, як виготовляються речі та які процеси використовуються для їх виготовлення. Відсутність сучасних технологій обмежує це зростання.

Другий етап закладає передумови до зростання за рахунок розвитку торгівлі, що зміщує динаміку традиційного суспільства, починаючи процес змін. Оскільки суспільство стабілізується і збільшується в розмірах, виникає потреба в кращих виробничих технологіях, які потрібні не лише на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках.

На етапі злету із збільшенням внутрішньої та зовнішньої торгівлі зростає глобалізація та урбанізація, індустріалізація продовжується з новими постійними технологічними проривами, виникають чіткі промислові сектори, поширюється виробництво товарів вторинного сектору.

Після того, як економіка піде на поживлення, відбувається постійне зростання, яке є стимулом економіки до зрілості. За словами Ростоу, це етап, на якому економіки успішно застосовують різні сучасні технології до більшості своїх ресурсів. Економіка все більше позиціонується на глобальному кордоні, потреба і структура в імпорті змінюється. У міру подальшого розвитку технологій з'являються нові сектори, які прискорюються у розвитку.

Відбувається переміщення робочої сили з сільського господарства до галузей промисловості та технологій, змінюється структура зайнятості – кількість населення, зайнятого в сільському господарстві, зменшується від 75% до лише 20% від працездатного населення. Професіоналізм прищеплюється в промисловості, оскільки характер керівництва змінюється, а працівники стають більш кваліфікованими.

Зростають інвестиції у масштабну інфраструктуру (школи, університети та лікарні). Різноманітність секторів і наявні в них робочі місця підвищують рівень життя та знижують рівень бідності.

В епоху масового споживання вища індивідуальна економічна мобільність поступається місцем вищій купівельній спроможності індивідів, яка використовується для купівлі товарів та послуг невиробничої сфери.

Теорія модернізації поляризована у своїй рецепції. Критики стверджують, що теорія та модель не враховують відмінностей між ринковою розвиненими та іншими країнами. Теоретики модернізації бачать лише західні економіки як повністю сучасні, а інші економіки вважають нерозвиненими або примітивними. Хоча теорія модернізації демонструє вплив технологій та інших соціальних аспектів на те, щоб зробити суспільство “сучасним”, вона не може бути універсальним поясненням суспільного прогресу за межами ринкових західних суспільств.

Список літератури

1. Соціологіка мислення Толкотта Парсонса: монографія / за ред. Н.І. Соболевої. К.: ПП “ПФ “Фоліант”, 2021. 308 с.
2. Ростоу В.В. Стадії економічного зростання / пер. з англ. Нью-Йорк: Прегер, 1961. 238 с.

UDC 338.48

Stasheiko S. O.

Master student of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Kyiv National University of Technologies and Design

Stepanova O. A.

Doctor of Cultural Studies, Prof.,
Head of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Kyiv National University of Technologies and Design

MARKETING STRATEGY OF HOTEL CHAINS: CURRENT TRENDS

The hotel business is one of the tourism industry's key sectors. Running this type of business is quite complex and has its own specifics. The number of hotels is really huge

and constantly growing. Attracting guests, meeting their needs, getting positive feedback and recommending them to others is becoming more and more difficult. The price factor still plays a significant role, but it is no longer decisive. Moreover, once you get involved in price competition, it is very difficult to secure the necessary income and renew the hotel's fixed assets. There is a realization that it's necessary to compete not on price, but on reputation and guest satisfaction, to create an atmosphere where guests are delighted and not too worried about prices. This is especially true for hotel chains, which are responsible not for one business entity but for a whole chain of hotel companies. Therefore, the creation and implementation of an effective strategy for marketing is always timely and requires considerable attention from enterprise management.

Defining the category of “hotel chain” (hotel network), we can say that it is a complex multi-level collective business formed by combining hotel enterprises and related companies [3, p. 48], which has certain features, including: a well-designed, well-established and managed business model; a multi-component system that may include both individual hotel inns and hotel chains; a multi-brand structure that allows to meet the requirements and preferences of different target segments to the maximum extent possible; focus on the optimal territorial distribution of the network, which allows for expansion to different countries and regions; availability of a common range of services and quality standards and processes for their provision in all hotels of the network [2, p. 77].

In today's conditions, in order to develop an impactful strategy of marketing for a hotel chain, it is imperative to take into account the following factors: location (hotel location is a key success factor. Hotels located in convenient and attractive locations near tourist attractions, in the city center, or near business centers are more likely to attract visitors. An alternative for hotels that lie far beyond the reach of popular tourist destinations or office centers is to be located in a place with a developed transport network or organize their own shuttle service); customer requirements (hotel guests expectations and requirements are different. Some are looking for a luxurious vacation and are willing to pay a high price for a high level of service, while others are looking for affordable hotels that meet only basic needs); reputation (the reputation of a hotel chain plays an important role in its success. Guest reviews, ratings on hotel booking sites and public social networks significantly affect the popularity of the hotel and its ability to attract fresh clients); competition (the hotel industry is quite competitive [1]. Competition may affect prices and the range and quality of services proposed to attract customers); seasonality; events and entrepreneurial activity (holding major events such as business conferences, exhibitions, sports competitions may lead to an increase in demand for hotel rooms in the relevant location); innovations and technologies (introduction of online booking systems, mobile applications for guests, use of artificial intelligence for personalized service, etc.

Modern trends in the formation of a powerful hotel network strategy for marketing require hotels to apply complex brand development and multichannel promotion strategy of services, which involves the marketing plan creation based on specific business conditions and circumstances of the hotel business that needs to be supported by marketing.

The key components of marketing strategy of a hotel chain are:

- branding and positioning. In most cases, creating a unique brand, clear positioning and identity is the basis for the promotion of hotel chain members. A recognized brand gives a lot of advantages over competitors in terms of attracting new guests, retaining the current customer base, setting a premium price for services, attracting more partners, etc.

- advertising and advertising campaigns (the use of advertising channels such as television, radio, press, Internet, social media and outdoor advertising to catch the interest of potential clients. Special focus must be paid to advertising in travel publications, on the Internet on travel websites or in social media) [1];

- digital marketing (use of digital channels and Internet to promote the hotel, including the creation of a hotel website, landing pages, mobile applications, search engine optimization (SEO), use of email newsletters and social media to attract new customers);

- PR strategy (especially when it comes to cooperation with opinion leaders, influencers, bloggers, travel experts or other authoritative persons to raise awareness of the hotel chain and its attractiveness to the target audience. Opinion leaders can post reviews, recommendations, hotel photos on their social media or blogs).

- reputation managing (working with online reviews, ratings and customer comments to build a positive reputation for the hotel, including active monitoring and response to reviews, as well as developing positive customer relationships);

- loyalty programs;

- price incentives, etc.

To summarize, when developing a powerful marketing strategy, hotel chains should work on creative, thoughtful, bold, fresh ideas based on healthy competition. These flexible and adaptive strategies will help to create a positive image, increase the recognition of the chain's hotels among future consumers and contribute to the growth of an attractive and prosperous Ukrainian hotel industry as a whole.

References

1. Landman P. 6 Effective Hotel Marketing Strategies to Boost Your Revenue. 2023. URL: <https://www.xotels.com/en/marketing/hotel-marketing-strategies>.

2. Крупенна І., Остапенко М. Маркетингові стратегії мережевих форм ведення бізнесу в індустрії гостинності. *Збір. наук. праць ЧДТУ*. Серія: Економічні науки. Вип. 69. 2023. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/288927>.

3. Ханін І. Г., Білозубенко В. С., Шаблій С. Є. Міжнародні готельні мережі: сутність, ознаки, перспективи розвитку в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 11(221). С. 43 – 51. URL: https://eco-science.net/archive/2019/APE-11-2019/11.19_topic_Khanin%20I.G.,%20Bilozubenko%20V.S.,%20Shablii%20S.E.pdf.

УДК 336.142.3

Ткаченко М. В.

магістрант освітньої програми “Економіка місцевого розвитку”

Сумський національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Місцеві бюджети відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку району, оскільки з них фінансуються заклади освіти, культури, охорони здоров'я,

засоби масової інформації; різноманітні програми для молоді, житлово-комунальні витрати, тощо. Проте основною проблемою, яка постає на сучасному етапі розвитку органів місцевого самоврядування, є забезпечення фінансовими ресурсами, необхідними для ефективного управління витратами. Тому фінансова децентралізація, яка є однією з основних умов незалежності та життєздатності органів місцевого самоврядування, допомагає вирішити такі проблеми як децентралізація процесів прийняття рішень що збільшує можливості органів місцевого самоврядування брати участь у розвитку власної території, сприяє ефективному наданню державних послуг, приводить видатки органів державної влади до найбільш необхідних місцевих потреб [1].

До основних факторів, що впливають на розвиток дохідної бази бюджетів місцевого самоврядування можна віднести: співпрацю органів законодавчої та виконавчої влади. Усі органи місцевого самоврядування мають ставити перед собою одну мету, а саме добробут населення адміністративно-територіальної одиниці. Взаємодія законодавчої та виконавчої влади є запорукою підприємливості та партнерства у вирішенні бюджетних проблем на різних рівнях влади; важливу роль у формуванні місцевих бюджетів відіграють міжбюджетні трансферти. Це мережа відносин, яка забезпечує громади коштами.

Для цього необхідно провести наступні заходи, а саме: створити механізм стимулювання бізнесу до сплати податків; реалізувати принцип відкритості та прозорості, щоб усі громади могли контролювати рух бюджетних ресурсів; проводити колегіальний контроль за зазначеними видатками цих бюджетів; сприяти зміцненню дохідної бази місцевих бюджетів [2].

Отже, із вищевикладеного можна зробити висновок, що покладені на органи місцевого самоврядування податки та збори повинні бути повністю підконтрольні цим органам. Лише в цьому випадку органи місцевого самоврядування будуть зацікавлені у збільшенні доходів та їх раціональному використанні, відповідатимуть перед місцевими платниками податків за свої рішення та спосіб витрачання коштів. Одним із пріоритетів бюджетної політики в Україні на сучасному етапі є проведення комплексної реформи місцевого самоврядування, основною метою якої є підвищення фінансової самостійності та видаткової самостійності органів місцевого самоврядування. бюджетів та підвищення ефективності використання бюджетних коштів. Лише завдяки вирішенню законодавчих та організаційних проблем місцеві бюджети матимуть достатньо коштів для виконання покладених на них повноважень у майбутньому, а громадяни країни нарешті отримають доступ до якісних медичних, освітніх та інших послуг. послуги.

Список літератури

1. Слободянюк Н.О., Коніна М.О. Проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації. *Економіка та суспільство*. 2016. № 2. С.611-616.

2. Гуріна О. О. Сучасний стан питання оптимізації дохідної бази місцевих бюджетів в умовах децентралізації владних повноважень. *Ефективна економіка*. 2017. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5737> (Ifnf pdthytyyz 10.10.2023).

УДК 332.3

Umanchyk I. O.

Bachelor student

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

AGRICULTURAL SUSTAINABLE LAND USE OF EUROPE

Agriculture is the foundation of global stability. An important aspect of sustainable land management is the preservation of soil quality through rational use. Today, organic farming programs are actively funded. According to a statistical study by the FiBL Research Institute of Organic Agriculture, over 76.4 million hectares of organic agricultural land, including in-conversion areas, were recorded in 2021. The regions with the largest organic agricultural land areas are Oceania (36.0 million hectares - almost half of the world's organic agricultural land, 47 per cent) and Europe (17.8 million hectares, 23 per cent). Latin America had 9.9 million hectares (13 per cent), followed by Asia (6.5 million hectares, 8.5 per cent), North America (3.5 million hectares, 4.6 per cent) and Africa (2.7 million hectares, 3.5 per cent) [1] (Figure 1).

Organic agriculture. Organic agriculture is a rapidly expanding sector globally, and Europe is no exception. The demand for experts in the field of organic agriculture is constantly increasing as farmers, processors, and consumers show greater interest in the quality and sustainable production of food.

The European Green Deal has set ambitious targets for organic agriculture, including expanding its share to 25%, halving pesticide use and risk, and protecting sensitive areas from negative pesticide impacts by 2030. As a result, there has been a growing interest in natural pesticides permitted in organic farming. A scientific study has shown that synthetic pesticides are significantly more dangerous than natural ones, suggesting that increased adoption of organic farming practices would lead to reduced pesticide use and risk [2].

Furthermore, a study conducted by Halberg et al. assessed the potential impact of large-scale conversion to organic agriculture in Europe, North America, and sub-Saharan Africa. The study concluded that such a conversion would not severely diminish the global food supply [3].

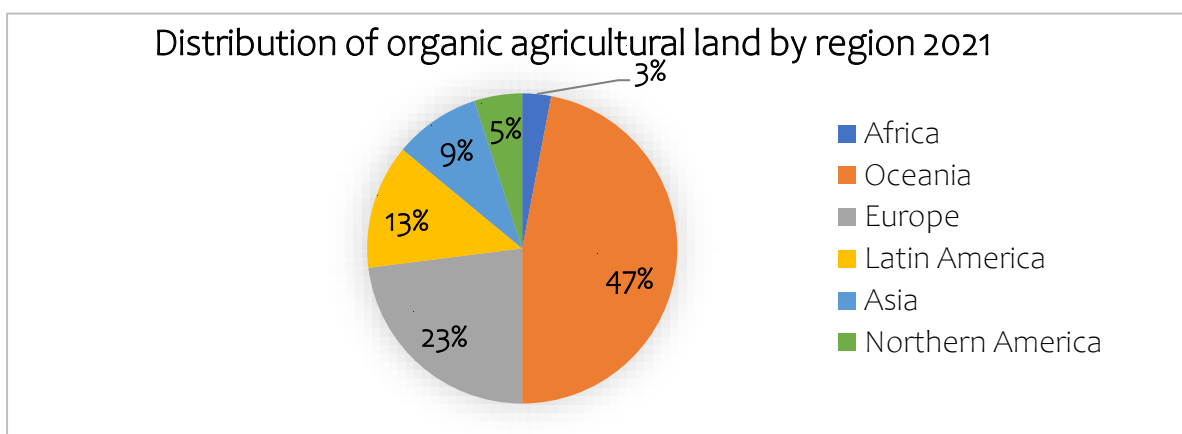


Figure 1. Distribution of organic agricultural land by region 2021

Source: FiBL survey 2023, based on information from the private sector, certifiers, and governments [1]

Despite the significant growth, organic animal production still represents a small share of total EU animal production, ranging from 1% to 7% depending on the sector.

However, organic plant production farms spend much less on fertilizers and pesticides compared to conventional farms, which is crucial for reducing the EU's dependence on these inputs. Organic arable crop farms, for example, can save 75-100% on plant protection product costs per hectare and 45-90% on fertilizer costs per hectare compared to conventional farms. Although organic farms may have lower yields on average, they can generate similar or higher income per worker due to higher prices and higher levels of EU support, mainly through the Common Agricultural Policy (CAP) [4].

Organic agriculture in Europe is a growing and sustainable alternative to conventional farming methods. It aligns with the goals of the European Green Deal and has minimal impact on global food supply. Future trends suggest that organic farming will expand to 15-18% of agricultural land by 2030, supported by policies like the European Green Deal and action plans [5][6]. Challenges remain, such as technical limitations and skills shortage [7]. Further research should prioritize addressing these agronomic problems in organic farming.

References

1. The world of organic agriculture statistics and emerging trends 2023 / ed. by H. Willer, B. Schlatter, J. Trávníček. Hachenburg : Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, 2023. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf> (date of access: 30.10.2023).
2. Synthetic pesticides significantly more dangerous than natural ones. IFOAM Organics Europe. URL: <https://www.organicseurope.bio/news/scientific-study-shows-synthetic-pesticides-significantly-more-dangerous-than-natural-ones/> (date of access: 30.10.2023).
3. Badgley C., Perfecto I. Can organic agriculture feed the world?. *Renewable agriculture and food systems*. 2007. Vol. 22, no. 2. P. 80–86. URL: <https://doi.org/10.1017/S1742170507001986> (date of access: 31.10.2023).
4. Organic farming in the EU: a decade of growth. *Agriculture and rural development*. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/news/organic-farming-eu-decade-growth-2023-01-18_en (date of access: 31.10.2023).
5. Caprile A., McEldowney J. Development of organic production in the EU: 2021-2027 action plan. 2021. 7 p. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/696182/EPRS_BRI\(2021\)696182_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/696182/EPRS_BRI(2021)696182_EN.pdf) (date of access: 30.10.2023).
6. REPORT on an EU action plan for organic agriculture | A9-0126/2022 | European Parliament. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2022-0126_EN.html (date of access: 31.10.2023).
7. Organic farmers' motivations and challenges for adopting conservation agriculture in Europe / M. Casagrande et al. *Organic Agriculture*. 2015. Vol. 6, no. 4. P. 281–295. URL: <https://doi.org/10.1007/s13165-015-0136-0> (date of access: 31.10.2023).

УДК 330.338

Федчишен В. А.

магістр 2 року навчання

Вінницький національний аграрний університет

БАЗОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Планування еколого-економічного розвитку підприємства має передбачати насамперед чіткість і прозорість установалення стратегічних цілей у сфері еколого-

економічного розвитку. Це вимагає формування еколого-економічної стратегії і політики як складової останньої.

У підсумкових документах Хайдельбергської Міжнародної конференції з екологізації промисловості, визначено три базові стратегії управління процесами еколого-економічного розвитку підприємств, які є актуальними й обґрунтованими:

– стратегія впливу на попит, яка базується на визнанні первинності суспільно-споживчих потреб у послідовності циклу “виробництво-споживання”, та, як наслідок, на можливості позитивного впливу виникаючих еколого-економічних потреб кінцевих споживачів на ступінь екологізації та екологічну безпеку виробництва;

– стратегія впливу на пропозицію, яка заснована на прямому та (більшою мірою) непрямому примушенні виробників до випуску більш екологічно чистих продуктів та використання екологічно безпечних технологій;

– стратегія впливу на взаємозв'язки між виробниками та споживачами, яка спрямована на екологізацію “проміжних” ланок (торгівельних, митних, транспортно-логістичних, інфраструктурних, комунікаційних тощо) між конкретними виробниками та споживачами для обопільно спрямованого позитивного впливу на еколого-економічні процеси у сферах виробництва та споживання виробленої продукції [1].

Слід зазначити, що до цього часу майже не існує більш-менш довершених пропозицій щодо обґрунтування вибору конкретних стратегій та інструментів забезпечення сталого еколого-економічного розвитку на рівні окремих підприємств або галузей. Тому на практиці впровадження заходів щодо екологізації та підвищення екологічної безпеки виробництва досить часто продовжує здійснюватися за залишковим або за екстремальним принципами, має випадковий і нерегулярний характер.

Відсутність належного наукового й економічного обґрунтування еколого-економічних заходів, у свою чергу, часто стає причиною низької ефективності процесів екологізації виробництва. Еколого-економічна політика й екологічні плани підприємства за таких умов залишаються тільки декларативними принципами, які не пов'язані з жодними конкретними зобов'язаннями, будучи виокремлені від інших аспектів виробничо-господарської діяльності підприємства. Тому важливим уявляється систематичне проведення еколого-економічного моніторингу, який дозволяє систематично спостерігати за динамікою характеристик впливу на навколишнє середовище внаслідок виробничо-господарської діяльності підприємства [2].

До переваг впровадження базових стратегій управління процесами еколого-економічного розвитку підприємства можна віднести наступні:

1. Підвищення ефективності й економія виробничих витрат і ресурсів. Економія витрат часто пов'язана зі споживанням меншої кількості ресурсів та скороченням обсягу викидів шкідливих речовин, однак заощадження можуть також виникати внаслідок операційної ефективності, більш високого рівня ефективності управління, зменшення зобов'язань та штрафів.

2. Покращання якості продукції. Існує безпосередній зв'язок між дотриманням принципів еколого-економічної політики й екологічного менеджменту та покращанням якості продукції. Чим далі, тим більше у свідомості споживачів якість продукції буде асоціювати з її відповідністю екологічним стандартам.

3. Дотримання встановлених норм. Менеджмент підприємства може використовувати методи екологічного менеджменту, щоб стежити за юридичними

вимогами та планувати витрати, пов'язані з дозволами, звітністю та моніторингом для забезпечення відповідності законодавству. В ідеалі зменшуються частота та ступінь порушень та пов'язані з цим витрати.

4. Покращання відносин із органами державної влади. Декларування еколого-економічної політики і впровадження системи екологічного менеджменту зазвичай призводить до послаблення адміністративного тиску на підприємство з боку контролюючих державних органів.

5. Вихід на новий рівень технологічного розвитку та інновацій. Пошук оптимальних з екологічної точки зору виробничих рішень призводить до технологічного оновлення виробничих процесів, а також до появи інноваційних продуктів [3, с. 71].

Таким чином, управління еколого-економічним розвитком підприємства у стратегічному періоді для формування еколого-економічної політики доцільно здійснювати з урахуванням поточних і перспективних екологічних та економічних можливостей і обмежень, особливостей галузі та інших властивих тільки певному виду господарсько-економічної діяльності факторів негативного та позитивного впливу.

Список літератури

1. Основні міжнародно-правові акти у сфері охорони довкілля за участі України. URL : <http://epl.org.ua/law-posts/osnovni-mizhnarodno-pravovi-akty-u-sferi-okhorony-dovkillia-za-uchasti-ukrainy/>

2. Швиданенко Г.О., Криворучкіна О.В., Матукова Д.Г. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах : монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 184 с.

3. Лепейко Т.І., Мазоренко О.В. Розвиток підприємства як соціально-екологічної системи в умовах нестабільності. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 3. С. 65-75.

Шевченко Б. О.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 076 “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”
Київський національний університет імені Вадима Гетьмана

АГРАРНИЙ РИНОК: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Аграрний ринок відіграє важливу роль для забезпечення стабільності суспільства та життєдіяльності людей. Стабільність аграрного ринку стратегічно важлива для економічного розвитку країни. Ефективне функціонування аграрного ринку в тому числі забезпечує належний рівень продовольчої безпеки. Аграрний ринок пов'язаний з оборотом сільськогосподарської продукції, має специфічну структуру, складається з різних продуктових сегментів, серед яких ринки зернових культур, цукру, овочевої продукції, м'яса, молока тощо.

Аграрний ринок формується і функціонує відповідно до загальних закономірностей ринкового механізму, базується на загальному розумінні дефініції “ринок”. Серед науковців та фахівців довгий час точилася широка дискусія щодо сутності і змісту дефініції “аграрний ринок”, адже ця категорія досить містка і має декілька значень. Зазначимо, що дослідники і зараз досить по-різному трактують це поняття.

Як зазначає О. П. Сухий О., аграрний ринок – це система товарно-грошових відносин в аграрній сфері, де на основі співдії попиту і пропозиції та відповідно до умов конкуренції в межах економічної свободи, гарантованої державою,

встановлюються ціни на товари та послуги і відбуваються акти їх купівлі та продажу [8].

Характеризуючи аграрний ринок як систему, Ю. С. Коваленко [5] зазначає, що аграрний ринок є одним із найдавніших явищ економічного життя, а отже, і людської цивілізації взагалі. І нині серед інших товарних ринків як окремий виділяють ринок сільськогосподарський (аграрний, продовольчий, агропродовольчий), тому що предметами купівлі-продажу на ньому виступають сільськогосподарська продукція та продовольство.

Колектив авторів роботи “Формування та функціонування ринку агропромислової продукції” щодо визначення дефініції аграрний ринок зазначають: аграрний ринок – це сфера взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва й вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, засобів виробництва та послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції [9].

В. А. Мамчур аграрний ринок визначає як інституційну систему або простір економічних, соціальних, господарських, галузевих відносин всіх суб'єктів господарювання, завданням якого є співпраця (координація) та управління, що здійснюється в умовах виробництва, обміну, зберігання, транспортування, розподілу і купівлі, та є сукупністю великої кількості спеціалізованих ринків (землі, фінансового, зерна, цукру, молока тощо), а також здійснює формування ефективного поля їх діяльності, формуючи відповідні правила та механізми спільної участі в цьому середовищі з метою забезпечення продовольчої безпеки та споживчих потреб громадян [6].

Як стверджує дослідник М. О. Гофман, аграрний ринок – це система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб [3].

Досить розгорнуте визначення запропонував дослідник В. І. Семчик, а саме: аграрний ринок – це сфера товарного обміну, який (у межах, урегульованих законодавством про аграрні ринки) здійснюється між продавцями й покупцями (юридичні та фізичні особи, територіальні громади й держава) як товарообмін, що виникає за результатами аграрного товаровиробництва в установлених місцях, формах, шляхом укладення та виконання договорів купівлі(продажу інших цивільно(правових правочинів на добровільних узгоджених умовах і за відповідними цінами й волевиявленням продавців покупців [7].

На думку В. К. Збарського та В.І. Мацибори, аграрний ринок – це складна система багатограних економічних відносин між суб'єктами ринку (покупцями, продавцями, посередниками тощо), що виникають під час виробництва, розподілу та споживання сільськогосподарської продукції [4].

Відзначимо, що згідно Закону України “Про державну підтримку сільського господарства України”, аграрний ринок – сукупність правовідносин, пов'язаних з укладенням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції [1]. Таке визначення, на нашу думку, віддзеркалює лише правову, а не економічну сторону даного поняття.

Аграрний ринок включає в себе різноманітних учасників, таких як сільськогосподарські виробники, оптові торговці, роздрібні продавці, переробники, споживачі, фінансові установи, торгові посередники та інші. Товари, що

обмінюються на аграрному ринку, можуть бути сільськогосподарською продукцією, наприклад, зерно, м'ясо, молоко, фрукти та овочі, або послугами, пов'язаними з сільським господарством, такими як транспортування, зберігання та консультації.

Як зазначає дослідник С. В. Васильчак, аграрному ринку притаманні такі особливості:

- попит на сільськогосподарську продукцію має низьку еластичність;
- пропозиція сільськогосподарської продукції характеризується циклічністю і сезонністю, а також значною залежністю від природно-кліматичних умов;
- сільськогосподарська продукція має різне призначення: частина її використовується як сировина для подальшої переробки на продовольство, частина без переробки надходить до споживачів, інша частина надходить до господарств для подальшого виробництва продукції (насіння, молодняк худоби тощо);
- велика кількість виробників та їх роздрібненість на противагу потребам переробних підприємств у великих партіях сировини зумовлюють необхідність утворення ланок, які б нагромаджували та стандартизували продукцію;
- сільськогосподарська продукція обмежена в термінах реалізації, що спричиняє додаткові проблеми транспортування й зберігання, потребує добре налагодженої системи логістики [2].

Підсумовуючи зазначимо, що аграрний ринок є важливою частиною світового господарства і має свої особливості, які відрізняють його від інших ринків. Аграрний ринок є складним і важливим компонентом глобальної економіки, і його особливості потребують специфічних підходів до управління та регулювання.

Список літератури

1. Закон України “Про державну підтримку сільського господарства України” від 24.06.2004 № 1877-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>
2. Васильчак С.В. Формування та розвиток регіонального ринку молока і молочних продуктів: монографія / С.В. Васильчак. – Львів: НВФ “Українські технології”, 2005. – 240 с.
3. Гофман М. О. Економічна сутність аграрного ринку. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.2/126.pdf>
4. Економіка сільського господарства : [навч. посіб.] / За ред. В.К. Збарського, В.І. Мацибори. – К. : Каравела, 2010. – 280 с.
5. Коваленко Ю.С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні / Ю.С. Коваленко // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 19–29.
6. Мамчур В.А. Інституціональний капітал як конструкт розвитку аграрного ринку / В.А. Мамчур // Економіка АПК. – 2016. – № 5. – С. 93–105.
7. Семчик В.І. Навчаючись, навчаю... Вибрані праці / В.І. Семчик. – К.: Спринт(Сервіс, 2012. – 596 с.
8. Сухий П.О. Структура, функції та основні чинники формування агропродовольчого ринку / П.О. Сухий // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2013. – Вип. 655: Географія. – 144 с.
9. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практ. посібник) / [П. Саблук, В. Месель Веселяк, О. Шпичак та ін.]; За ред. П.Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.

СЕКЦІЯ 2

SECTION 2

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА
DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR,
SOCIAL ECONOMICS AND POLICY

УДК 330.34

Байбарова А. С.

здобувач кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж

Єлховікова І. В.

здобувач кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж

Мойсеєнко А. Р.

здобувач кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж

Науковий керівник:

к.е.н. Криворучко М. Ю.

доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес коледж

ФОРМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ

Соціальний захист населення – це система заходів правового, соціально-економічного та організаційного характеру, що гарантується і реалізовується державою для забезпечення гідного життя, тобто матеріальної забезпеченості на рівні стандартів сучасного розвитку суспільства і вільного розвитку людини. Його суть полягає в тому, щоб гарантувати мінімальний рівень життя, соціальні права та благополуччя усім громадянам, особливо тим, хто знаходиться в уразливому стані [1].

Головна мета соціального захисту населення – це забезпечити належні умови для життя та здоров'я людей, а також захистити їх від соціальної вразливості. У кожній країні соціальний захист може мати свої особливості, оскільки він залежить від рівня розвитку економіки, політичної ситуації, демографічних чинників та інших факторів. Проте, у всіх країнах соціальний захист населення є важливою складовою соціальної політики, яка сприяє забезпеченню гідних умов життя для всіх громадян.

Основними завданнями соціального захисту в Україні є:

- забезпечення мінімального рівня заробітної плати, її індексації згідно з прожитковим мінімумом, встановленим Верховною Радою України;

- задоволення належного рівня охорони здоров'я та освітньо-культурних потреб задля всебічного розвитку особистості;
- захист купівельної спроможності малозабезпечених громадян;
- вирівнювання рівнів життя окремих категорій населення тощо.

Соціальний захист включає в себе різні аспекти, такі як соціальне страхування, соціальні послуги, соціальні допомоги, медичне забезпечення, пенсійну систему, допомогу малозабезпеченим сім'ям та інші заходи, спрямовані на забезпечення базових потреб населення [2].

До основних форм соціального захисту можна віднести такі – пенсії, допомога на дітей, соціальні стипендії, соціальна допомога, медичне страхування, житлова підтримка, субсидії на комунальні послуги.

Основними формами соціального захисту в більшості країн є соціальне страхування та соціальна допомога. Соціальне страхування забезпечує страхування населення від різних соціальних ризиків, таких як хвороба, безробіття, нещасний випадок, пенсії тощо. Соціальна допомога передбачає надання допомоги людям, які не можуть самостійно забезпечити собі достатній рівень доходу, житла, медичного обслуговування та інших основних потреб. Крім того, у більшості країн діє система соціальних пільг, яка передбачає надання додаткових пільг та допомоги окремим категоріям населення, таким як інваліди, ветерани війни, матері-одиначки та інші.

Список використаних джерел

1. Соціальний захист населення як система: поняття та види. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/law/9897/> (дата звернення: 01.11.2023).
2. Смирнова, І.І., Лихошва, О.Ю., Рак, Н.В., Горієва, Л. А. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми в Україні. *Економічний вісник Донбасу*, 2020. 3(61). С. 205–212.

Надкерничний І. В.

051 Економіка, 2 курс,

Вінницький національний аграрний університет

Науковий керівник:

Логоша Р. В.

д.е.н., доцент,

завідувач кафедри аграрного менеджменту та маркетингу,

Вінницький національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ АГРОТЕХНОПАРКІВ ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Пріоритетним завданням в Україні є реалізація процесів демократизації суспільства, що передбачає подальше розширення децентралізації владних повноважень. Цей шлях відкриває можливості для регіонів зберігати більше фінансових ресурсів, сприяючи, безсумнівно, їх соціально-економічному розвитку. Модернізація системи державного управління створює підґрунтя для формування нового типу публічного управління, орієнтованого на потреби громадян. Це стає невід'ємною частиною механізму соціально-економічного розвитку регіонів, покращення життя населення та збільшення його активності як у соціальній, так і політичній сферах.

Політику у сільському господарстві можна також розглядати як “систему методів та заходів, спрямованих на організацію систематичної діяльності держави і її інституцій з метою сприяння сталим та раціональним трансформаціям у сільському господарстві та його територіях” [1].

Мета даного дослідження полягає у демонстрації теоретичних і практичних принципів, спрямованих на формування агропромислових комплексів в об'єднаних регіональних громадах України з метою сприяння інноваційному та інвестиційному розвитку сільських територій. Зокрема, досліджено спільні інтереси всіх зацікавлених сторін (громадян, підприємств, місцевих органів влади, інвесторів, представників міжнародних організацій та фондів, державних органів, громадських організацій) у створенні інноваційного та інвестиційного середовища в об'єднаних громадах України, де особлива увага приділяється європейському досвіду індустріальних парків в ЄС та їх впливу на соціально-економічний розвиток.

Це дослідження враховує також, що багато вітчизняних вчених провели свої дослідження з питань правового регулювання інноваційної діяльності в аграрному секторі. Воно ґрунтується на наукових роботах українських і зарубіжних адміністративістів, науковців, спеціалізуються у галузі аграрного права та інших сферах права, а також фахівців у галузі управління та економіки. Наприклад, в даному дослідженні використані наукові праці таких авторів, як В.Б. Авер'янов, В.М. Яценко, Р.А. Фатхутдінов, В.І. Курило, О.П. Ананичева і багатьох інших.

Проблема розвитку сільських територій на основі інновацій та інвестицій є предметом досліджень економістів в Україні та за кордоном. Багато з них

відзначають, що для успішної реалізації децентралізаційних реформ в Україні необхідне глибоке вивчення досвіду європейських країн та розробка єдиної національної концепції розвитку сільських територій в Україні в контексті підвищення їх привабливості для інновацій та інвестицій [2]. Інтеграція України в міжнародний економічний простір вимагає створення інвестиційно-інноваційної моделі розвитку сільського господарства [3]. В порівнянні з іншими галузями національної економіки, розвиток інновацій в аграрному секторі відбувається найповільніше та потребує особливої уваги та пошуку додаткових стимулів для ефективної взаємодії всіх учасників ринку [4]. У суворій конкурентній боротьбі за збільшення інвестиційної привабливості та створення нових робочих місць розвинені країни використовують сучасні інструменти, такі як індустриальні парки, технопарки, вільні економічні зони, спеціальні податкові та митні пільги, інші заходи. На жаль, для створення та функціонування агропромислових парків в Україні відсутні спеціальні методики та правові норми, які б враховували аналітичні аспекти управління розвитком сільських територій, що мають серйозні наслідки.

Зараз все більше уваги приділяється інтегрованим територіальним структурам, які є ефективними засобами розвитку економіки. Такі структури включають технопарки, а в сільському господарстві - агротехнопарки. Вони сприяють взаємодії між науково-технічним та виробничим потенціалами, прискорюють інноваційні процеси та підвищують їх результативність. За відповідної системи управління і державної підтримки ці територіальні утворення сприяють ефективному розвитку інноваційного потенціалу країни.

Функціонування агропромислових парків в об'єднаних населених пунктах забезпечує розміщення низки конкурентоспроможних промислових і сільськогосподарських виробництв, підвищує зайнятість працездатного населення і тим самим збільшує надходження до бюджетів усіх рівнів. Вивчення сфер інтересів зацікавлених сторін у процесі формування агропромислових комплексів в українських регіональних громадах виявило їхні спільні цілі. Це створення сприятливого інноваційного та інвестиційного середовища в регіоні в контексті соціально-економічного розвитку, залучення інвестицій та підвищення добробуту населення (рис. 3).

Практика підтверджує, що інноваційний процес виходить на новий рівень, коли впроваджуються нові організаційні моделі. Найбільш ефективні серед них - агротехнопарки, які створюють сприятливі умови для швидкого впровадження інновацій та розширення їхнього масштабу.

Ця організаційна та правова форма дозволяє надавати різноманітні комплексні послуги, такі як дослідні та випробувальні лабораторії, дослідні виробництва, консультування з науково-технічних питань, експертиза управління, маркетингу, розробка бізнес-планів, інформаційне та господарсько-побутове обслуговування, інформаційна комунікація, юридична підтримка та інше. Також ці структури можуть організовувати виставкові заходи для інноваційних розробок та продукції, а також проводити семінари, конференції та інші форми обміну досвідом серед науковців, фахівців, менеджерів та підприємців з питань науково-технічної та інноваційної діяльності.



Рис.3 Поле інтересів основних стейкхолдерів процесу формування аграрно-індустріального парку в ОТГ України

Джерело : сформовано за даними [5]

Агротехнопарки представляють собою складну економічну систему, що відрізняється різноманітністю внутрішніх зв'язків та відносинами зовнішнього середовища. Діяльність холдингової компанії відбувається в постійних взаємозв'язках і взаємозалежностях між різними елементами цієї складної системи. До внутрішніх елементів системи відносяться сільськогосподарські, переробні, торговельні, обслуговуючі та сервісні підприємства, які входять до складу холдингу. Зовнішнє середовище включає органи державного управління, банки, клієнтів, постачальників та інших учасників системи.

Список літератури

1. Юркенайте Н. Реформа єдиної аграрної політики Європейського союзу на період після 2013 року. *Економіка с/г і переробних підприємств*. 2012. № 3. С. 26–30.
2. Витвицька О. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств. *Економіка АПК*, 10, 132–138
3. Полегенка М. Особливості інноваційної діяльності м агропромислових підприємствах України. *Агросвіт*, 6, 49–54
4. Larina, Ya. S. & Altshaban, A. T. N. (2019). Класифікація інновацій в аграрному секторі як передумова формування маркетингових стратегій інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Біоекономіка та аграрний бізнес*, 10 (1), 58–67
5. Про регіональну програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2021-2027 роки \ Вінницька ОВА. URL : <https://www.vin.gov.ua/invest/rehionalni-prohramy-rozvytku/34249-pro-rehionalni-prohramy-rozvytku-maloho-i-serednoho-pidpriemnytstva-na-2021-2027-roky> (дата звернення : 30.04.2023).



Ангел А. А.

Директор відділу державної реєстрації
актів цивільного стану у місті Мукачеві
Мукачівського району Закарпатської області

ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ ЯК ЗАПОРУКИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

На сьогоднішній день суспільство перебуває на такому етапі розвитку, де людина вважається основною державною цінністю. Реалізація даної ідеї потребує зміни взаємовідносин між державою та людиною. Тому, на даний час Україна веде свою політику за принципом “держава для людини”, а не навпаки. В свою чергу, це тягне за собою зміну підходу органів публічної влади в процесі співпраці із суспільством та подальший ефективний розвиток системи публічного управління в цілому. В межах даної системи головним напрямом виступає реалізація ідеї “сервісної держави”, головна мета якої полягає у задоволенні громадськості послугами публічного управління.

Сервісно-орієнтована політика є елементом соціальної та демократичної держави, яка виступає рівноправним партнером, забезпечуючи права та свободи своїх громадян. Водночас, не зважаючи на конституційний статус України як держави соціальної, правової та демократичної, відповідна політика не наповнена змістом та фактично не сформована, про що свідчить жодне згадування такого формулювання в нормативно-правових актах України, тобто нормативно визначення сервісно-орієнтованої політики відсутнє. Сервісно-орієнтована політика в Україні існує на рівні концепції і реалізується технологічно, оперуючи термінами, що не мають установленого трактування. Узгодження термінів, таких як, наприклад, “публічна послуга” та “адміністративна послуга”, дозволить демонтувати адміністративно-розпорядницьку систему та сформувати сучасну сервісно-орієнтовану державу, в якій держава виступатиме одним із суб’єктів надання якісних публічних послуг [2, с. 431].

Головними перевагами сервісної політики держави в якості запоруки стійкого розвитку є: цільове спрямування виконавчих органів публічної влади на забезпечення різноманітних суспільних потреб, що переважно обумовлено переміщенням бізнес-правил до системи публічного управління; нові якості управління, в основі яких лежить гнучке реагування згідно із принципами інтерактивного спілкування та зворотного зв’язку відповідно до визначених користувачьких запитів; зменшення обсягу державно-управлінських витрат, пов’язаних із перерозподілом бюрократичних структур та прозорістю самого механізму прийняття рішень; поява можливості здійснення контролю за процесами управління.

У рамках побудови сервісної концепції державного управління слід виділити:

- 1) сервісний підхід, який вважає призначенням держави служіння індивіду, де будь-яка діяльність держави при взаємодії з громадянином є державною послугою;
- 2) найбільш важливий сегмент сервісної держави – це сфера надання публічних послуг;

3) домінуючий показник ефективності у сервісній організації – задоволеність споживачів;

4) сервісний підхід включає розвиток мережевих форм управлінської взаємодії, наявність “електронного уряду”, впровадження комунікативних технологій контролю та планування, онлайн-послуги;

5) сервісний підхід має на увазі наявність зворотного зв'язку між державою і населенням [1, с. 233]. Варто зазначити, що на вибір певного напрямку розвитку сервісної політики держави впливає динаміка суспільного розвитку, яка, своєю чергою, визначає динаміку розвитку публічного управління загалом.

Таким чином, на основі вище наведеного можна дійти висновку, що розвиток глобалізації та виникнення багатьох проблем подальшої людської життєдіяльності, зумовили активізацію зусиль цивілізованого світу на розв'язанні проблем стійкого розвитку. На даний час сервісна політика держави вимагає розробки стратегії управління, яка змогла б забезпечити стійкий розвиток не лише окремих регіонів, але й держави загалом. Сервісна політика держави здатна позначатися на формуванні громадянського суспільства, оскільки може стимулювати громадський інтерес та забезпечувати соціалізований державний розвиток. Тому, можна констатувати, що тісна співпраця держави з інститутами громадянського суспільства, в основі якої лежить взаємна довіра, вважається гарантією покращення державного розвитку та забезпечення її стійкого розвитку.

Список літератури

1. Мареніченко В.В., Хитько М.М., Лісневська Ю.О. Напрями розвитку публічного управління через удосконалення механізмів реалізації сервісної держави. *Право та державне управління*. 2021. № 1. С. 231-236.

2. Ніколенко А.М. Сервісно-орієнтована політика держави: євроінтеграційний контекст: матер. доп. наук.-практ. конф. “Лісабонський договір – 10 років після набуття чинності. Що змінилося у функціонуванні ЄС?”. (2 грудня 2019 р. м. Миколаїв). Миколаїв: Чорноморський національний університет імені Петра Могили, 2019. С. 430-432.

УДК 342.2

Кирилко В. О.

аспірант,

Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ

В Україні, де відзначається постійний проєвропейський рух, реформування системи охорони здоров'я визнається однією із ключових вимог для досягнення високих стандартів та належного розвитку цієї галузі, як це передбачено європейськими нормами. Ця реформа є насправді важливою для всіх сфер суспільного життя, від державних службовців та медичних працівників до науковців та професійних громадських організацій. Зокрема, вона стосується раціонального

управління ресурсами та забезпечення високоякісних медичних послуг для всіх громадян.

Основою для успішного реформування системи охорони здоров'я в Україні є вивчення та впровадження передових європейських практик. Цей процес сприятиме створенню моделі управління, що відповідає вимогам сучасності та забезпечує населенню доступ до якісної медичної допомоги. Такий шлях розвитку не лише піднесе якість життя українців, але також сприятиме позитивному сприйняттю України на міжнародній арені, підкреслюючи наше зобов'язання до європейських цінностей та стандартів.

23 червня 2022 року, у Брюсселі було схвалено рішення про надання Україні статусу кандидата на вступ у Європейський Союз. Таким чином, українська система охорони здоров'я інтегрується у європейську, приймаючи відповідні виклики та зобов'язання в частині свого остаточного реформування під європейську модель та необхідності переформатування системного управління профільною сферою.

На нашу думку необхідно приділити достатньо уваги формуванню механізмів публічного управління системою охорони здоров'я, проводячи оцінку згідно аналізу рівня розвитку та показників ефективності у різних країнах-членах ЄС.

Підхід міжнародних експертів до вивчення питань механізмів публічного управління системою охорони здоров'я базується на аналізі й порівнянні ефективності функціонування трьох галузей – політичної (рівень демократії в ній), економічної (ВВП на душу населення) і медичної, яка відповідає політичному та економічному стану країни [1, с. 108].

Сьогодні система охорони здоров'я виконує покладені на неї функції насамперед за рахунок фінансування і державного регулювання. В основі державного регулювання є нормативно-правова база, яка визначає правове положення органів, установ і посадових осіб у галузі охорони здоров'я [2, с. 98].

Модель ефективної роботи галузевої системи має сприяти умовам для пріоритетного підвищення професіоналізму та кваліфікації медичного персоналу всіх рівнів згідно європейських стандартів та вимог.

Кадровий потенціал є основою всієї системи охорони здоров'я, тому має відповідати належному рівню кваліфікації.

В країнах ЄС існує вимога щодо наявності управлінської освіти для кандидатів на керівника медичного закладу, яка у більшості країн є обов'язковою, а для решти країн – бажаною. У зарубіжних країнах ЗВО формують широку пропозицію з підготовки медичних керівників за управлінською спеціальністю. Приміром, у Польщі відповідне професійне навчання здійснює Вища школа державного управління або Вища школа бізнесу. Термін навчання, наприклад у Франції, складає 27 місяців за відповідною програмою [3, с. 139].

Резюмуючи зазначимо, що переформатування системи управління сферою охорони здоров'я в розрізі європейської моделі є складним, але вкрай необхідним процесом. Важлива роль у такому процесі належить публічному управлінню з урахуванням євроінтеграційного контексту, оскільки органи публічного управління являють собою один із ключових елементів функціонування системи охорони здоров'я та її закладів.

Актуальною буде виглядати розробка стратегічних цілей розвитку реформування та вдосконалення національної системи охорони здоров'я, оптимізація структури її профільних закладів у відповідності до норм і стандартів ЄС.

Список літератури

1. Долгих М. В. Закордонний досвід формування механізмів публічного управління системою охорони здоров'я. *Право та державне управління*. 2020. № 1 (том 2). С. 107 – 114 . URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/1_2020/tom_2/17.pdf
2. Шлапко Т., Старинський М., Миргород-Карпова В. Європейські орієнтири реформування системи охорони здоров'я в Україні в порівнянні з Німеччиною. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. 2021. № 68. С. 96 – 100. URL: <http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/253934/251194>
3. Попов С., Вошко І. Реформування національних систем охорони здоров'я: актуальні аспекти закордонного досвіду : *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. том I. № 82. С. 136 – 141. URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/229162>

УДК 324

Кононенко П. П.

аспірант кафедри парламентаризму

Навчально-наукового інституту

публічного управління та державної служби,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ORCID ID: 0000-0002-8195-8469

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИБОРІВ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Останні кілька місяців в українському інформаційному просторі широко обговорюється можливість проведення виборів до завершення війни. Активність обговорення посилюється в міру затягування бойових дій.

Як відомо, українське законодавство не дозволяє проведення виборів у період дії правового режиму воєнного стану. При цьому, проведення різних типів виборів в умовах воєнного стану Конституція України врегульовує у різний спосіб. Так, частина 4 статті 83 фактично унеможливує проведення під час надзвичайного або воєнного стану виборів народних депутатів України. Згідно з цією статтею, Верховна Рада, повноваження якої завершуються, залишається повноважною до першого засідання нової ради, обраної після скасування надзвичайного або воєнного стану. Вносити зміни до Конституції в умовах надзвичайного або воєнного стану не дозволяє частина 2 статті 157 [2]. Щодо інших типів виборів Основний Закон такої заборони не встановлює.

Про можливість проведення виборів у короткостроковій перспективі заговорили ще на початку нинішнього року. Приводом для цього стала активізація роботи над проектами змін до виборчого законодавства в експертному середовищі, пов'язаному з неурядовими організаціями. Насправді таку активність експерти пояснювали необхідністю завчасного врегулювання деяких питань з метою забезпечення виборчих прав вимушених переселенців, зокрема і за кордоном.

У країнах Європейського Союзу на рівні конституцій обмеження щодо виборів у період надзвичайного або воєнного стану переважно не обумовлюються. Конституція Італії дозволяє (але не зобов'язує) перенесення виборів палат парламенту і продовження повноважень чинного їх складу в період воєнного стану.

Загалом більшість країн ЄС не мали нагоди скористатися правовим режимом воєнного стану, оскільки після Другої світової війни на їхніх територіях бойові дії були відсутні. У Хорватії, де у 1991–1995 рр. тривав збройний конфлікт, прямі вибори парламенту та президента проведено у серпні 1992 р., у період зниження інтенсивності бойових дій. Однак, світове співтовариство зазначені вибори розкритикувало і визнало недемократичними. У Боснії та Герцеговині у період збройного конфлікту жодних виборів не проводилося [1; 4].

Окремо варто розглянути досвід Ізраїлю, до якого апелюють прихильники проведення виборів в умовах війни. Попри те, що ця держава перебуває під постійною загрозою зовнішньої агресії, вона насправді має дуже обмежений досвід довготривалих повномасштабних війн. Винятком можна вважати лише війну за незалежність Ізраїлю 1947–1949 рр. Інші повномасштабні війни були короткотривалими (від 6 днів до 3 місяців). Деякі війни являли собою не постійні бойові дії, а вервечки збройних інцидентів між армійськими підрозділами різних держав (наприклад, так звана “війна на виснаження” 1967–1970 рр. між Ізраїлем та Єгиптом) або тривалі серії терористичних атак (так звані “Інтифади”). Такі конфлікти не потребували суттєвого обмеження прав і свобод громадян і не могли зірвати виборчий процес. Саме тому заборона на проведення виборів застосовувалася вкрай рідко: так, не проводилися вибори під час війни за незалежність; у 1973 р. під час війни Судного дня парламентські вибори було перенесено на 2 місяці [5].

Натомість вибори в умовах правового режиму воєнного стану активно проводилися у деяких сусідніх з Ізраїлем авторитарних арабських державах, оскільки там такий режим тривав роками. Наприклад, у Єгипті воєнний стан, що був оголошений у 1981 р. після вбивства тодішнього президента А. Садата, тривав 30 років і був скасований лише після повалення режиму Х. Мубарака у 2011 р. [3].

Отже, у 2024 р. в умовах дії правового режиму воєнного стану теоретично можливе проведення чергових виборів Президента України. Для зняття відповідних обмежень необхідно внести зміни до Закону “Про правовий режим воєнного стану” та Виборчого кодексу. Однак, якщо припустити, що вибори все таки доведеться провести під час воєнного стану, то вони матимуть дуже великі ризики для політичного розвитку країни. У разі, якщо проведення виборів в умовах бойових дій стане критично необхідним (наприклад, для заміщення вакантних посад народних депутатів України), воно можливе через тимчасове скасування або призупинення дії правового режиму воєнного стану [4; 5]. У даному випадку також можливе внесення змін до Конституції України, які дозволять проведення виборів в умовах воєнного стану. Однак, призупинення або тимчасове скасування дії правового режиму воєнного стану не означатиме припинення російської збройної агресії. Отже, воно ніяк не розв’яже проблему безпеки виборчого процесу на всіх етапах, дефіциту бюджетних коштів, організації виборів за кордоном, а також загострення внутрішніх конфліктів.

Список літератури

1. Ключев О. Демократія не для всіх. Чим загрожують вибори під час війни. Війна і право. Главком. Київ. URL: <https://glavcom.ua/publications/demokratija-ne-dlja-vsikh-chomu-vibori-pid-chas-vijni-mozhut-obernutisja-katastrofoju-958071.html>.

2. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

3. Макаров Г. Можливість проведення загальнонаціональних виборів в умовах воєнного стану. НІСД. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/mozhlyvist-provedennya-zahalnonatsionalnykh-vyboriv-v-umovakh-voyennoho>.

4. Пришляк Н. Вибори в Україні під час війни: представник Зеленського пояснив, хто може їх дозволити. Інформаційне агентство УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/politics/vibori-v-ukrajini-pid-chas-viyni-predstavnik-zelenskogo-poyasniv-hto-mozhe-jih-dozvoliti-12353286.html>.

5. Стешенко А. Повоєнні вибори: коли та за якими правилами? Політика. LB.ua. URL: https://lb.ua/news/2023/03/27/550073_povoienni_vibori_koli_yakimi.html.

Котов І. В.

Начальник відділу інвестиційної політики та управління проектами
Білогородської сільської ради
Бучанського району Київської області

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

В сучасних умовах суспільного розвитку удосконалення існуючої системи публічного управління в Україні вимагає забезпечення високого рівня ефективності роботи її механізмів. Попри те, що як державні, так і місцеві органи влади систематично визначають цілі та напрями стратегічного розвитку, а також приймають необхідні для цього управлінські рішення з метою задоволення потреб територіальних громад, на сьогоднішній день важливо вирішувати існуючі проблеми не тільки в соціальній, але й в економічній та екологічній сферах шляхом удосконалення публічного управління, зокрема в забезпеченні сталого розвитку територіальних громад в Україні. Це обумовлено тим, що на даний час враховуючи динамічні умови розвитку національної економіки, публічне управління в Україні повинне швидко адаптуватися до сучасних змін територіального розвитку, а також стратегічно орієнтуватися на забезпечення сталого їх розвитку.

Забезпечення сталого розвитку територіальних громад, що передбачає невинищувальне природокористування на користь соціальному благополуччю нинішніх та майбутніх поколінь, зорієнтованих на посилення економічної спроможності господарських комплексів, здобула за останні роки стрімкого розвитку. За минулі десятиріччя інституціями ООН було розроблено і проголошено ряд концепцій глобального розвитку, спрямованих на подолання системної кризи соціо-еколого-економічної кризи у її глобальному вимірі [3].

В умовах розвитку сучасного державотворення в Україні зростає значимість публічного управління та адміністрування в забезпеченні сталого розвитку територій, актуалізуються питання підготовки, ухвалення та реалізації управлінських рішень. Управлінська практика свідчить про необхідність застосування нових підходів до публічного управління та адміністрування в контексті забезпечення сталого розвитку територій. Наразі все більшого значення набуває концепція збалансованого (сталого) розвитку, яка спрямована на інтеграцію соціальної, економічної та екологічної складових розвитку. Поява цієї концепції пов'язана з необхідністю

розв’язання екологічних проблем і врахування екологічних питань в процесах планування та ухвалення рішень щодо соціально-економічного розвитку територій [1, с. 187].

На сьогоднішній день головні проблеми в сфері публічного управління сталим розвитком територіальних громад пов’язані із:

- значною кількістю недоліків у нормативно-правовому та організаційному забезпеченні сталого розвитку територіальних громад;
- несистемністю у розробці та реалізації документації в даній сфері;
- недостатнім рівнем якості надання публічних послуг;
- несвоєчасною реакцією публічних органів влади на виникнення проблем насамперед в соціальній, економічній та екологічній сферах.

Перехід територіальних громад на засади сталого розвитку – це складний процес забезпечення багаторівневої узгодженої системи управлінських, економічних, соціальних, природоохоронних заходів на основі комплексної, збалансованої, гармонійної реалізації. Концепція сталого розвитку об’єднаних територіальних громад ґрунтується на таких принципах:

- керований та стратегічний тип місцевого розвитку з урахуванням не лише сучасних, а й потенційних потреб територіальної громади;
- відносність обмежень, які існують у сфері використання природного потенціалу, що пов’язано із сучасним рівнем техніки й соціальної організації, зі здатністю біосфери до самовідновлення;
- соціальна справедливість розподілу та використання благ;
- інтеграція інноваційної, стратегічної та проектної діяльності з метою підвищення ефективності й результативності управління територіальною громадою на засадах сталості [2].

Таким чином, на основі вище наведеного можна дійти висновку, що на сьогоднішній день в Україні все більше зростає роль публічного управління сталим розвитком територіальних громад, оскільки актуалізується проблема підготовки, прийняття та виконання управлінських рішень у контексті сучасних кризових ситуацій. Сучасні зміни у національній економіці потребують розв’язання чимало кількості проблем в соціальній, економічній та екологічній сферах за рахунок удосконалення публічного управління сталим розвитком територіальних громад. Цього можна досягти шляхом удосконалення законодавчої та організаційної бази публічного управління та надання публічних послуг; забезпечення своєчасної реакції державних та місцевих органів влади на виникнення соціально-економічних і екологічних проблем; забезпечення тісної співпраці між публічними органами влади та громадськістю; удосконалення процесу розробки прогностно-програмної документації та здійснення стратегічного екологічного оцінювання державного планування; удосконалення процесу підготовки спеціалістів в галузі публічного управління шляхом покращення освітньо-професійних програм стосовно забезпечення сталого розвитку територіальних громад.

Список літератури

1. Пастух К. Публічне управління та адміністрування в забезпеченні сталого розвитку територій: теоретико-організаційний аспект. Державне управління. 2022. № 1(11). С. 186-206.

2. Шаров Ю.П. Управління змінами в публічному адмініструванні: навч. посіб. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2012. 148 с.

3. Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Annex to A/42/427. Development and International Co-operation: Environment. 1987. URL: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>.

Припуга Н. В.

к.е.н.,

доцент кафедри управління охороною здоров'я та публічного адміністрування, Національний університет охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЕТЕНТІСТОГО ПІДХОДУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Використання компетентісного підходу сприяє результативній роботі публічних службовців, причому мотивує їх до кращого виконання роботи. Сьогодні компетентісний підхід успішно застосовується в публічному управлінні таких країн, як Австрія, Бельгія, Німеччина, США, Франція, тобто сформовано і постійно удосконалюються професійні стандарти, процедури і методи навчання.

Забезпечення реалізації компетентісного підходу базується на побудованих в Європейському Союзі принципах публічної служби – системі стандартів – вимог до представників публічної служби, дотримання яких необхідно вимагати і від органів місцевого самоврядування:

- перевага суспільного інтересу над приватним (принцип законності та відкритості);

- відокремлення політики від управління (принцип професіоналізму, ефективності, підзвітності);

- чіткість визначення прав та обов'язків; звітність та відповідальність; стабільність та оплата;

- відбір та просування по службі (принцип прозорості та відкритості) [2].

Взагалі, вперше компетентісний підхід був застосований у США в кінці 50 – на початку 60 рр. XX ст., як прагнення знайти критерії для опису високих результатів роботи. На жаль, високі показники інтелекту працівники не завжди могли реалізувати в своїй професійній діяльності, тому переважаючим компонентом для оцінювання професійних компетентностей став поведінковий, який розкривав функціональні обов'язки, що дало змогу досягати кращих результатів в роботі.

У країнах Європейського Союзу у межах Європейської системи акредитації майстерності запроваджено Картку особистісних умінь (Personal Skills Card) з метою виявлення кваліфікації набутих професійних компетентностей, що забезпечує єдиний підхід до професійної кваліфікації на європейському ринку праці [2].

Для прикладу, розглянемо зарубіжний досвід моделей компетенцій, які стосуються різних рівнів публічних службовців (таблиця 1).

Таблиця 1

Моделі компетенцій (досвід країн світу)

Країна	Модель компетенцій	Цільова група
Бельгія	Federal Competency Model (Федеральна модель компетенцій)	Державні службовці
Великобританія	SCS Competency Framework (Опис компетенцій)	Керівники вищої ланки
	Professional Skills for Government (Професійні навички державних службовців)	Службовці
Данія	Code of Public Governance Excellence (Кодекс досконалості державного управління)	Керівники вищої ланки
Нідерланди	ABD Competency Model (Модель управлінських компетенцій)	Керівники середньої ланки
	General competencies for the federal workforce (Загальні компетенції федеральних службовців)	Службовці
США	Executive Core Qualifications (Ключові вимоги до керівників)	Керівники всіх рівнів
Південна Корея	Government Standard Competency (Державний стандарт компетенцій)	Службовці
	Dictionary Junior Management Competency Model (Модель управлінських компетенцій для менеджерів-початківців)	Вперше призначені керівники
	SCS Competency Model (Модель компетенцій для керівників вищої ланки)	Керівники вищої ланки

Відзначимо, що активно розвивається саме компетентнісний підхід у системі публічної служби Бельгії, Канади, Нідерландів, США. Це пов'язано насамперед з необхідністю оцінки ефективності публічних службовців, а також з побудовою справедливої системи оплати праці.

Чітко визначений євроінтеграційний курс вимагає й дотримання публічними службовцями стандартів та принципів доброго врядування як загальноєвропейських цінностей, серед яких – проведення виборів, представництво та участь; дієвий зворотний зв'язок; ефективність і результативність; відкритість і прозорість; верховенство права; етична поведінка; компетентність і спроможність; інноваційність та відкритість до змін; сталий розвиток та довгострокове планування (напрацювання стратегії); раціональне управління фінансами; дотримання прав людини, культурне різноманіття та соціальна згуртованість; підзвітність [1].

Зазначимо, є необхідність у розширенні доступу органів публічної влади до ринку освітніх послуг і наданні їм можливості обирати з-поміж державних і приватних постачальників освітніх послуг.

Список літератури

1. Куйбіда В.С., Толкованов В.В. Досвід впровадження стандартів доброго врядування на місцевому рівні в Україні та інших європейських країнах. Київ : Поліграфічний Центр “Крамар”. 2010. 258 с.

2. Шевчук Б. Європейські стандарти публічної служби та правовий статус службовців органів місцевого самоврядування. URL: <http://vivacademy.com> > vidavnitstvo_1 > visnik2 > fail > Shevchuk

Ульянченко Н. М.

аспірант кафедри публічного управління та адміністрування,
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

СУЧАСНІ ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

В даний час механізм державно-приватного партнерства є вкрай привабливим для державного і приватного секторів економіки через те, що він ґрунтується на узгодженні між сторонами підходів до розвитку інфраструктури державного і приватного секторів, а також задоволення їх інтересів. За рахунок об'єднання активів держави з управлінськими, інвестиційними, мотиваційними та іншими ресурсами приватного сектора можна досягти сумарного ефекту й забезпечити підвищення ефективності використання потенціалу, який знаходиться у розпорядженні суспільства, для вирішення соціально значимих завдань.

Світовий досвід свідчить, що зростає популярність державно-приватного партнерства, а також інтерес до даного механізму економічних відносин, який проявляється не лише з боку держави, але й бізнесу, зумовлений насамперед широким його застосуванням у різних галузях національних економік.

Основні моделі державно-приватного партнерства, які використовуються при здійсненні інфраструктурних проектів у країнах Європейського Союзу, певним чином відрізняються, в основному, ступенем залучення та передачі ризиків проекту від держави приватному сектору [1, с. 65-67].

“Сервісний контракт” (*Service Contract*) – угода між державним органом та приватною компанією про передавання простих, короткострокових експлуатаційних державних потреб. Це найбільш проста і обмежена (залежно від ступеня залучення приватного сектора) модель державно-приватного партнерства, при якій приватна компанія забезпечує експлуатацію державних активів (інфраструктурних об'єктів) протягом короткого періоду часу. Інвестиційні зобов'язання та управління залишаються у держави, що зберігає за собою ризики залишкової вартості основних засобів, фінансові ризики та ін. Навзаєм держава одержує висококваліфіковані послуги приватного сектора з експлуатації транспортного об'єкта, забезпечуючи тим самим деяку економію бюджетних експлуатаційних витрат у порівнянні з експлуатацією даного об'єкта державною структурою. Крім того, у держави залишається функція контролю якості послуг, які надаються приватним сектором при експлуатації інфраструктурного об'єкта. Дана модель, зазвичай, застосовується для збору плати з користувачів інфраструктурним об'єктом, що забезпечують населення транспортними послугами тощо.

“Контракт на управління і експлуатацію” (*O&M – Operation and Management Contract*) – угода між державним органом і приватною компанією, відповідно до якої

відповідальність за управління і експлуатацію інфраструктурного об'єкта передається приватному сектору. Контрактний період зазвичай досить короткий, але, як правило, може бути продовжений. Винагорода приватному сектору виплачується на фіксованій або диференційованій основі, з врахуванням премій, пов'язаних з досягненням конкретних цільових показників.

Фінансові ризики несе держава. Даний тип контракту дозволяє державі збільшити ефективність як самого процесу надання послуг споживачам, так і інвестицій у техніку і технології. Причиною є велика зацікавленість приватного оператора в підвищенні якості послуг задля скорочення загальних витрат і зменшення ризиків попиту на стадії експлуатації. Такий контракт найбільш придатний у так званий “перехідний період”, який в кінцевому результаті веде до приватизації державного майна.

“Орендний договір” (*Leasing*) – угода, за якою приватна компанія одержує доходи, сформовані державним активом – інфраструктурним об'єктом, в обмін на фіксовані орендні платежі і обов'язок експлуатувати об'єкт, підтримуючи його в працездатному стані (експлуатаційній готовності). Оскільки при цьому ризики попиту приймає на себе приватна сторона, то вона, безумовно, зацікавлена в досягненні максимальної експлуатаційної ефективності. Проте дана угода може стати прибутковою для приватної компанії лише в тому випадку, якщо послуги, які надаються нею при експлуатації інфраструктурного об'єкта відповідатимуть вимогам, пропонованим з боку користувачів цими послугами. У держави при цьому залишаються будівельні ризики з модернізації об'єкта і капітального ремонту, а також фінансові ризики. Ця модель державно-приватного партнерства є найбільш вдалою при наданні послуг громадським транспортом. У більш складних орендних моделях, таких як LDO, BBO або WAA, як правило, будівельні ризики передаються приватній компанії-оператору, що відповідно знімає даний тягар з держави.

“Будівництво “нід ключ”” (*Turnkey Procurement*) або “Будівництво, експлуатація і передача” (*BOT – Build, Operate and Transfer*) є інтегрованою моделлю державно-приватного партнерства, при якому приватний сектор бере на себе відповідальність за проектування, будівництво і експлуатацію інфраструктурного проекту. Об'єднання при цьому усіх можливих на різних стадіях втілення проекту ризиків у рамках одного договору, з однієї сторони, не вимагає від держави значних бюджетних асигнувань на експлуатацію об'єкта, а з іншої – спонукає приватну сторону до збільшення ефективності реалізації такого проекту. Дана модель зобов'язує приватну компанію брати до уваги операційні витрати на етапі проектування й будівництва, чим стимулює до кращого планування і управління бізнес-процесами всередині компанії. У цьому варіанті державно-приватного партнерства держава приймає на себе фінансові ризики, проте, на відміну від інших моделей державно-приватного партнерства, втрачає контроль на важливих етапах життєвого циклу інфраструктурного об'єкта. До того ж, оскільки право власності на об'єкт передається державі, то специфікація необхідних характеристик об'єкта (якості послуг, що надаються) є необхідною для одержання бажаного результату обома сторонами. Модель “Будівництво, експлуатація і передача” більш підходить для реалізації інфраструктурних проектів у галузях водопостачання і каналізації, переробки сміття тощо, однак для відображення специфічних потреб проекту може бути трансформована в моделі BOOT, BROT, BLOT або BOT [2, с. 120-145].

Форми державно-приватного партнерства можуть бути найрізноманітнішими. У деяких випадках органи влади організують спільне з бізнесом підприємство або підписують із приватною компанією контракт на здійснення проекту. Іноді вони створюють спеціальні фіскальні, податкові, митні режими та механізми регулювання для проектів державно-приватного партнерства, що пов'язано із внесенням змін до законодавчих та нормативних правових актів.

Список використаних джерел:

1. Renda A., Schrefler L. Public-Private Partnerships: Models and Trends in the European Union. *The European Parliament*. 2005. pp. 65-67.
2. Dewatripont M., Legros P. Public-private partnerships: contract design and risk transfer. *European Investment Bank (EIB) Papers*. 2005. Vol. 10. № 1. Pp. 120–145.

УДК 342.2

Цуркан Р. А.

аспірант,

Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова

**ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ**

Кожного року в Україні ми стикаємося з численними надзвичайними ситуаціями, які поєднують в собі природний та техногенний характер. Ці ситуації спричинені деструктивним впливом суспільства на навколишнє середовище, включаючи надмірні техногенні навантаження та зношеність інфраструктури виробництва. Темпи модернізації виробництва часто не встигають наздогнати рівень зношеності, що призводить до зниження стійкості господарських об'єктів перед впливом природних чинників та інших небезпек. Захист населення від негативного впливу надзвичайних ситуацій стає однією з найважливіших функцій сучасної держави. Ця функція передбачає вжиття заходів уповноваженими суб'єктами, включаючи комплекс правових, організаційних, технічних, медико-біологічних, фінансово-економічних тощо заходів. Метою цих заходів є запобігання надзвичайним ситуаціям, реагування на них та ліквідація наслідків, які вони можуть призвести. Посилення координації та підвищення готовності до дій у разі надзвичайних ситуацій є важливим завданням суспільства та влади, оскільки це допомагає зберегти безпеку та добробут населення в умовах зростаючих ризиків.

Як наголошують аналітики, надзвичайна ситуація детермінується впливом негативних природних, техногенних і соціальних чинників, які створюють загрозу для публічної безпеки, унеможливають функціонування звичайних соціальних і правових механізмів та нормальне виконання органами публічної влади законодавчо визначених завдань без розширення їх адміністративно-владних повноважень. Надзвичайні ситуації класифікуються за такими ознаками: походження (природи) - штучного походження або антропогенні (соціально-політичні конфлікти, техногенні аварії), природні (стихійні лиха) та природно-антропогенні (“комбіновані” надзвичайні ситуації); зумовленості (організованості) - об'єктивно зумовлені та суб'єктивно зумовлені; темпами формування і розвитку - вибухові та плавні;

масштабами впливу і наслідків – локальні, субнаціональні, національні, регіональні та глобальні [1, с. 189].

Натомість, відповідно до Національного класифікатора надзвичайних ситуацій ДК 019 : 2010 надзвичайні ситуації класифікують за характером походження, ступенем поширення, розміром людських втрат і матеріальних збитків. Так, залежно від характеру походження подій, що можуть зумовити виникнення надзвичайних ситуацій на території України, визначають такі види надзвичайних ситуацій: техногенного характеру; природного характеру; соціального характеру та воєнного характеру [2; 3].

Міжнародний досвід переконливо свідчить про необхідність впровадження системи управління ризиками надзвичайних ситуацій, незалежно від їх походження, будь то техногенного або природного характеру. Ця система ґрунтується на використанні кількісних методів оцінки як техногенних, так і природних ризиків. Ризик, в цьому контексті, визначається як міра потенційної небезпеки, яку можуть створити певні дії, і які мають потенціал для виникнення негативних і небажаних наслідків. Оцінювання ризику включає в себе кілька етапів, включаючи ідентифікацію небезпеки та її джерел, дослідження механізмів виникнення цієї небезпеки, прогнозування ймовірності виникнення небезпечних подій та їх наслідків. Оцінка ризику допомагає визначити, наскільки певна ситуація може бути небезпечною для людей, природи і господарства. Важливою метою управління ризиками є досягнення “умовно безпечного” рівня ризику надзвичайних ситуацій. Це означає, що ризик повинен бути настільки низьким, щоб сукупність можливих втрат не ставила під загрозу територіальний комплекс населення, господарство та природне середовище. Метою управління ризиками є забезпечення безпеки та стійкості суспільства перед надзвичайними ситуаціями та їх наслідками.

Підсумовуючи, важливо зазначити, що надзвичайні ситуації є складним соціальним явищем, і успішна боротьба з ними потребує ефективного публічного адміністрування та максимальної співпраці і координації з боку публічних органів та громадських інститутів.

Публічне управління є ефективним інструментом, здатним надійно захищати демократичні досягнення нашого народу, права та свободи громадян, навіть у умовах різних надзвичайних ситуацій. Державні органи стикаються зі складним завданням забезпечення техногенної, природної та національної безпеки на території нашої країни. Проте, найбільш актуальною проблемою сучасності є неузгодженість нормативно-правового базису, що регулює управління державними органами у випадку різних надзвичайних ситуацій. На нашу думку, необхідно вдосконалювати законодавство і політику, спрямовані на управління кризовими ситуаціями, для забезпечення більшої координації та ефективності дій державних органів у надзвичайних обставинах. Це є критично важливим для забезпечення безпеки та стабільності нашої країни в обличчі різноманітних загроз.

Список літератури:

1. Проневич О.С. Державне управління у надзвичайних ситуаціях : концептуально-правовий базис та інституційна надбудова. Форум права. 2015. № 5. С. 186 – 193.
2. Класифікатор надзвичайних ситуацій ДК 019: 2010 : наказ Держспоживстандарту від 11.10.2010 № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va457609-10#Text>
3. Про затвердження Класифікаційних ознак надзвичайних ситуацій : наказ МВС України від 06.08.2018 № 658. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0969-18>

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА СУСПІЛЬСТВА

Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
(частина 1)
м. Біла Церква,
1 листопада 2023 р.

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 01.11.2023 р. Формат 60x90/16
Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 5,4
Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 22997

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364
від 07.01.2007 р., м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

