

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Національна академія наук України
Південний науковий центр НАН і МОН України
Інститут української археографії та джерелознавства
ім. М.С. Грушевського НАН України
Державний архів Миколаївської області
ДУ «Національний науковий центр радіаційної медицини НАМН України»
Донецький національний медичний університет
Technical University of Moldova (Moldova)
Jan Dlugosz University in Czestochowa (Poland)
Adam Mickiewicz University (Poland)
Leipzig University of Applied Sciences (Germany)
Rzeszow University of Technology (Poland)
Ca` Foscari University (Italy)



**ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2024:
стратегії країн Причорноморського регіону
в геополітичному просторі**

XXI Міжнародна наукова конференція

ТЕЗИ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

**ГЕОДЕЗИЯ, ЗЕМЛЕУСТРІЙ, КАДАСТР: СУЧАСНІ
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

20–23 червня 2024 р., м. Миколаїв, Україна

Миколаїв – 2024

Ольвійський форум – 2024 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. Економічні науки. Геодезія, землеустрій, кадастр: сучасні тенденції розвитку : XXI Міжнар. наук. конф. 20–23 черв. 2024 р., м. Миколаїв : тези / М-во освіти і науки України ; ЧНУ ім. Петра Могили ; Нац. акад. наук України ; Півд. наук. центр НАН і МОН України ; Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України ; Держ. архів Миколаївської обл. ; ДУ «Нац. наук. центр радіаційної медицини НАМН України» ; Донецький нац. медичний ун-т ; Technical University of Moldova (Moldova) ; Jan Dlugosz University in Czestochowa (Poland) ; Adam Mickiewicz University (Poland) ; Leipzig University of Applied Sciences (Germany) ; Rzeszow University of Technology (Poland) ; Ca` Foscari University (Italy). – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2024. – 204 с.

Збірник містить тези доповідей учасників XVII Міжна-родної науково-практичної конференції «Ольвійського форуму-2024 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. «Економічні науки. Геодезія, землеустрій, кадастр: сучасні тенденції розвитку»».

СЕКЦІЯ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

**Підсекція: Обліково-фінансове забезпечення діяльності
суб'єктів господарювання**

УДК 336.5.02

Белінська С. М.,
д-р екон. наук, професор,
декан факультету економічних наук,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Брикульський В. В.,
аспірант PhD кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ФОРМУВАННЯ СОБИВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах конкурентної боротьби кожне підприємство зацікавлене в стрімкому розвитку. Для досягнення цієї мети підприємства змушені шукати шляхи підвищення ефективності діяльності. Продуктивність виробничого процесу залежить від раціонального використання всіх видів ресурсів. В сучасному світі існує необхідність оптимізувати систему управління витратами для ефективної діяльності підприємства, тим самим створюючи нову, гнучку структуру управління, яка має ряд вже удосконалених наукових підходів. Також у процесі формування ефективної системи управління витратами важливим аспектом є зниження витрат та фактори економії ресурсів.

Витрати – складна та важлива економічна категорія, яка є одним із вирішальних чинників впливу на фінансові результати суб'єктів господарювання. Тому інформація про витрати займає центральне місце в системі управління як підприємством в цілому, так і кожним його структурним підрозділом. Необхідність вивчення витрат обумовлена також тим, що вони є базою для формування цінової політики підприємства, характеризують рівень технологій та організації виробництва, а також ефективність господарювання, яка оцінюється через порівняння витрат та результатів діяльності.

Основними витратами підприємства, якими можна управляти, є витрати від звичайної діяльності, величина яких обумовлена видом матеріального виробництва, технічними та технологічними особливостями галузі, перероблюваною сировиною, видами продукції тощо.

Зазвичай, будь-яке підприємство орієнтоване на вирішення проблем довгострокового розвитку та сталого росту, що досягається, насамперед, науково-обґрунтованими методами управління. Проблема управління витратами є однією з найбільш складних і важливих в економіці підприємства. Складність проблеми змісту науково-обґрунтованого управління витратами виробництва полягає в необхідності поєднання значної кількості даних щодо господарської діяльності підприємства в єдину систему економічного управління, яка включає в себе сукупність принципів, методів, форм і прийомів управління. Крім того, потрібно чітко виділити предмет та об'єкти управління в умовах об'єктивно існуючих ризиків та невизначеності, викликаних нестабільністю економічних умов в Україні, жорсткою загальною конкуренцією та значною кон'юнктурною залежністю від уподобань споживачів. На підприємстві, залежно від об'єктів управління, можна виділити підсистеми управління виробничими процесами, матеріально-технічними ресурсами, персоналом тощо. Такі підсистеми можна доповнити і управлінням витратами виробництва. Система управління витратами виробництва складає цикл впливу суб'єкта управління (тобто підсистеми, яка управляє) на об'єкт управління (підсистему, якою управляють).

На систему управління витратами виробництва впливає значна кількість чинників зовнішнього середовища підприємства (економічні, науково-технічні, природні, політичні, соціально-культурні тощо). В свою чергу, система управління витратами виробництва підприємства також здійснює суттєвий вплив на зовнішнє середовище підприємства (переважно чинники прямої дії). В сучасних умовах система управління витратами через свої функції виступає основним інформаційним фундаментом управління внутрішньою діяльністю підприємства, його стратегією і тактикою. Основне призначення такої системи полягає в підготовці інформації для прийняття оперативних і прогнозних управлінських рішень. Необхідно підкреслити, що стан управління витратами, ступінь його довершеності залежить від удосконалення всього фінансово-господарського механізму в цілому і його окремих елементів як на мікро-, так і на мезо- та макрорівнях. В основу управління витратами повинен бути покладений принцип забезпечення ефективної взаємодії всіх його складових із метою підвищення ефективності його функціонування залежно від потужності

підприємства та покращення соціально-економічних умов населення як прояву соціальної ефективності підприємства. На цій підставі менеджмент підприємств повинен бути спрямований на раціональне зниження наявних витрат, знаходження резервів їх зниження. Отже, фактично мова йде про формування системного противитратного економічного механізму. Останній відображає зниження витрат на одиницю продукції, зростання обсягу реалізації і пряму економічну мотивацію учасників виробничого процесу як мету управління. На підставі даного підходу виходить розуміння системи управління витратами виробництва як організаційного відображення відповідних економічних відносин на підприємстві.

Ми погоджуємося з думкою Андрющенко І. С., що управління витратами підприємства являє собою процес цілеспрямованого впливу на склад, структуру та поведінку витрат, а також їх облік, планування, аналіз та контроль для прийняття управлінського рішення щодо їх оптимізації. Базуватися даний процес має на принципах цілеспрямованості, послідовності, системності, безперервності, надійності, поєднання матеріальних та моральних стимулів, мінімізації марнотратства, що загалом дасть змогу досягти поставлених цілей керівництва щодо оптимізації обсягу та структури витрат підприємства. Отже, управління витратами є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства. Раціональне управління витратами реалізується через утворення відповідної системи. Дослідження структури управління витратами як системи з усіма її елементами має розкривати значення цього поняття для життєдіяльності підприємства загалом. Система управління витратами являє собою сукупність елементів: принципів, завдань, аспектів, управлінських відносин, які взаємопов'язані один з одним та утворюють певну цілісність.

Для вдосконалення системи управління витратами підприємства використовується один із найактуальніших шляхів – створення комплексної сучасної автоматизованої системи управління. Така система поєднує в собі всі елементи управління господарськими та виробничими процесами підприємства та дозволяє безперервно контролювати необхідні параметри та їх відхилення від завданих значень, а також слідкує за реалізацією управління витратами та центрами витрат.

Відповідно до потреб кожне підприємство може сформулювати свою систему управління витратами, використовуючи такі загальновідомі та ефективно визнані системи як «стандарт-кост», директ-костинг, таргет-костинг, кайзер-костинг, абзорпшн-костинг та інші. Основними перевагами від впровадження однієї із вищеназваних систем

управління є те, що підприємство з такими підходами до управління витратами буде відповідати новим сучасним умовам виробництва та матиме можливість отримати довгострокові конкурентні переваги.

Для вдосконалення уже існуючої системи управління витратами на підприємстві наступним кроком може стати додаткове впровадження системи бюджетування, яке гарантує підвищення рівня ефективності управління витратами завдяки більш самостійному функціонуванню структурних підрозділів, їх жорсткішому обмеженню в коштах – економії та спрощеному контролі у зв'язку з попереднім плануванням та прогнозуванням бюджетів [3].

Від точності та швидкості прийняття управлінських рішень залежить успішність підприємства на ринку. Оскільки на прийняття управлінських рішень значною мірою впливає сформована під потреби підприємства система управління витратами, то вона є одним з ключових елементів у розробці та формуванні управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Бланк І. О. Управління фінансовими ресурсами : навч. посібник. Київ : Омега, 2001. 768 с.
2. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Атіка, 2006. 527 с.
3. Гордановська В. П. Зниження собівартості продукції в умовах інтенсифікації виробництва : монографія. Київ : Техніка, 1990. 117 с.

УДК 657.1

Белінська С. М.,

д-р екон. наук, професор,
декан факультету економічних наук,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Зубенко В. М.,

аспірант PhD кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ІТ-ПОСЛУГ

Діяльність підприємства у сфері інформаційних технологій включає розробку програмного забезпечення та послуг на основі інформаційних технологій, надання ІТ-послуг, розробку програмно-

технічних комплексів тощо. Сучасний ринок ІТ-послуг характеризується високою життєздатністю, великим обсягом і різноманітною структурою. На даному етапі розвитку економіки науковці ще не дійшли згоди щодо тлумачення поняття «ІТ-послуги», проте дослідження з цього питання були. Як правило, описуючи ІТ-послуги науковці та практики звертаються до їх структури, зазначаючи, що вони складаються з процесів і технологій. Існують різні класифікації ІТ-послуг: одні намагаються розглянути технічні описи видів робіт, інші розглядають сегменти ринку. Незважаючи на таке розмаїття, існує ще багато послуг, від яких, загалом, неможливо розділити розробку ІТ-продуктів. До таких послуг входять: послуги з тестування програмного забезпечення, системна інтеграція, обслуговування та впровадження інформаційних систем, навчання персоналу, що використовує програмні продукти тощо [2, с. 116]. Саме тому послуга, як правило, виконується за замовленням замовника та з урахуванням його особистих вимог і переваг, не може виготовлятися із запасу і фактично споживається в момент виробництва. Формування собівартості ІТ-послуг – це відповідальність надавача послуг. Вимога щодо формування собівартості чітко прописана в П(С)БО 16 «Витрати» [3]. Через відсутність галузевих пропозицій щодо розрахунку нематеріальних витрат на послуги загальновиробничі витрати мають проблеми накопичення в процесі надання послуг, поділ різних видів витрат нечіткий, неправильно обрана база розподілу, а метод розподілу необґрунтований. Результатом є те, що для окремих типів визначення вартості послуг є ненадійним, а облікова інформація, необхідна для управління бізнесом обмежена [4, с. 89].

Отже, можна сказати, що недостатнє нормативне забезпечення та відсутність теоретичних досліджень щодо вибору організаційно-методичних моделей калькулювання собівартості інформаційних продуктів і послуг на практиці призвели до адаптації загальних методів калькулювання без урахування методики для калькулювання собівартості інформаційних продуктів і послуг. Не враховуючи особливості технології надання ІТ-послуг (виробництва ІТ-продуктів), відбувається зниження достовірності розрахунків витрат, що сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень. Науково-обґрунтована методика розрахунку вартості ІТ-послуг потребує чітких визначених об'єктів обліку витрат, об'єктів калькуляції та калькуляційних одиниць. Відповідно до класичних принципів, вибір об'єктів обліку витрат у бухгалтерському обліку залежить від: особливостей виробничого процесу, характеру продукції, особливостей організаційної структури підприємства, цілей обліку

витрат тощо. При наданні ІТ-послуг пропонуємо врахувати особливості співвідношення об'єктів обліку витрат і об'єктів калькулювання, а саме:

- для комплементарних послуг – об'єктом обліку витрат вважати замовлення (ІТ-проект), а об'єктом калькулювання – види інформаційних послуг;

- для одиничних послуг – об'єкти обліку витрат і калькулювання вважати тотожними, що відповідає традиційному підходу позамовного калькулювання.

Не менш важливим етапом розрахунків ІТ-послуг є визначення калькуляційних одиниць, якими є виміри об'єктів калькуляції. Відповідно до теорії управлінського обліку, вибір одиниці розрахунку залежить від конкретних характеристик активу, кількості найменування активів і розміру натуральної одиниці вимірювання. Важливим питанням у методах калькуляції ІТ-послуг є порядок розподілу непрямих виробничих витрат, оскільки використання різних баз розподілу призводить до невідповідності результатів калькуляції та прийняття неефективних управлінських рішень. Враховуючи те, що непрямі витрати на надання інформаційних послуг незначні, ми пропонуємо традиційний метод розподілу за єдиним принципом – робочим часом фахівця. Цей вибір ґрунтується на припущенні, що більш складні унікальні ІТ-проекти вимагатимуть більших зусиль від усієї команди проекту: менеджерів проектів, менеджерів з продажу, менеджерів з роботи з клієнтами, копірайтерів та ін.

Отже, достовірне визначення собівартості продукції (проектів, послуг) в умовах ринкової економіки не втрачає своєї актуальності і є досить складним науковим завданням. Завдання методики розрахунку собівартості ІТ-послуги вирішується позамовним (проектним) методом за технічними характеристиками. Необхідно комплексно розглянути об'єкт обліку витрат, об'єкт вибору та калькуляційну одиницю метод калькулювання, а також згрупувати собівартість продукції за методами калькуляції, порядок віднесення вибраних непрямих витрат і включення їх до витрат на ІТ-послуги. Вирішення вищезазначеного на основі принципів комплексності та системності дозволить розробити теоретичні основи обліку витрат та обґрунтувати складові організаційно-методичної моделі обліку витрат проектів ІТ-сервісу, а практичне застосування забезпечить повне включення витрат у собівартість ІТ-послуг, достовірність розрахунків вартості та підвищення якості управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. No 996- XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>

2. Лаговська О. А., Лоскоріх Г. Л. Класифікація ІТ-підприємств: обліковий аспект. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 1 (2). С. 115–119.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. No 318. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 04.02.2023).

4. Чумак О. В., Андрущенко І. С. Управління витратами в інформаційно-аналітичній системі підприємств ресторанного господарства: монографія: Харків: Видавець Іванченко І. С., 2016. 268 с.

УДК 657, 336.2, 346.6

Белінська С. М.,

д-р екон. наук, професор,
декан факультету економічних наук,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Кишенько С. В.,

аспірант кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

НЕОДНОРІДНІСТЬ ТА НЕВРЕГУЛЬОВАНІСТЬ ПІДХОДІВ ДО ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ АДВОКАТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Питання щодо оподаткування діяльності осіб, які здійснюють незалежну професійну діяльність є досить актуальним, передусім тим, що законодавством воно врегульовано поверхово і майже однотипно відносно до різних видів такої діяльності. Йдеться про професійну участь фізичної особи у науковій, літературній, артистичній, художній, освітній або викладацькій діяльності, діяльність лікарів, приватних нотаріусів, адвокатів, аудиторів, бухгалтерів, оцінщиків, інженерів чи архітекторів, особи, зайнятої релігійною (місіонерською) діяльністю, іншою подібною діяльністю. Однак різноманітність видів такої

незалежної професійної діяльності потребує диференційованого підходу з огляду на особливості кожного з них, зокрема й адвокатської діяльності.

Облік і оподаткування адвокатської діяльності залежить від організаційних форм її здійснення. Однак, встановлені профільним Законом України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» виключні форми провадження адвокатської діяльності не узгоджуються із законодавчо визначеними організаційно-правовими формами реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності і їх податкового обліку. Законодавство ж про адвокатуру не передбачає жодних особливостей порядку державної реєстрації та податкового обліку адвоката, який здійснює адвокатську діяльність індивідуально, у формі адвокатського бюро або адвокатського об'єднання. Така неузгодженість породжує певні проблеми.

Головною відмінністю між формами здійснення адвокатської діяльності є те, що адвокат, який здійснює адвокатську діяльність індивідуально, є самозайнятою особою, тоді як адвокатське бюро та адвокатське об'єднання – це юридичні особи. Порядок державної реєстрації та оподаткування адвокатської діяльності у формі адвокатського бюро та адвокатського об'єднання саме як юридичних осіб хоч і має низку запитань, але все ж таки є більш-менш зрозумілим. Головні ж проблеми знаходяться в площині державної реєстрації, обліку і оподаткування саме адвокатської діяльності, яка здійснюється адвокатом індивідуально.

Найголовнішим недоліком в оподаткуванні індивідуальної адвокатської діяльності адвоката як самозайнятої особи, яка провадить незалежну професійну діяльність, є неможливість для нього перебувати на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності. При цьому будь-яких логічних перешкод для надання таким адвокатам можливості використовувати спрощену систему оподаткування і звітності немає. Можливість здійснення адвокатом індивідуальної адвокатської діяльності будучи зареєстрованим як фізична особа-підприємець на спрощеній системі оподаткування всіляко заперечується органами Державної податкової служби без очевидних на те законодавчих та знову ж таки логічних причин.

Як вже зазначалось, адвокат, який здійснює адвокатську діяльність індивідуально, є самозайнятою особою. Податковий кодекс України дає чітке визначення самозайнятої особи та відносить адвокатську діяльність до незалежної професійної діяльності. Слід зазначити, що законодавство України відмежовує незалежну професійну діяльність від підприємницької діяльності. Господарський кодекс України

визначає підприємницьку діяльність (підприємництво) як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (стаття 42 Господарського кодексу України). Тож виходить, що самозайняті особи, які зареєстровані як фізичні особи-підприємці, є суб'єктами господарювання (підприємницької діяльності), тоді як самозайняті особи, які здійснюють незалежну професійну діяльність фактично такими суб'єктами не є. Все це призводить до того, що адвокат, який здійснює адвокатську діяльність індивідуально, може обліковуватись у контролюючих державних органах по-різному. Адвокат, який провадить індивідуальну адвокатську діяльність, може стати на облік як самозайнята особа, яка здійснює незалежну професійну діяльність або ж зареєструватися як фізична особа-підприємець з ознакою провадження незалежної професійної діяльності з позначкою «адвокат».

На нашу думку, оподаткування за спрощеною системою є більш привабливим для адвокатів, які провадять індивідуальну адвокатську діяльність. Однак, органи Державної податкової служби категорично заперечують можливість обліку адвоката у якості фізичної особи-підприємця на спрощеній системі оподаткування. За логікою Державної податкової служби України, застосування спрощеної системи оподаткування фізичними особами, які здійснюють незалежну професійну діяльність, не передбачено Податковим кодексом України. ДПС України переконує, що фізична особа-підприємець не може здійснювати адвокатську діяльність та до доходів, отриманих від провадження адвокатської діяльності, не може бути застосовано спрощену систему оподаткування, обліку та звітності. Фізична особа, яка здійснює підприємницьку (відмінну від адвокатської) діяльність та одночасно провадить незалежну професійну діяльність, повинна вести окремий облік доходів та витрат, отриманих та понесених від провадження незалежної професійної діяльності і підприємницької діяльності, та здійснює окремо розрахунки з бюджетом. Категорично не погоджуємось із такою позицією контролюючих органів, оскільки на сьогодні законодавство України надає адвокатам таку можливість. У судових спорах адвокатів з органами Державної податкової служби з цього приводу суди постають на бік адвокатів, визнаючи їх позицію правильною.

Отже, для вирішення окреслених проблемних питань необхідно внести зміни до Господарського кодексу України та визначити, що суб'єктами господарювання, крім юридичних осіб та фізичних осіб

підприємців, є також самозайняті особи, які здійснюють незалежну професійну діяльність з метою одержання прибутку. Також виникає необхідність внесення змін в Податковий кодекс України, якими буде чітко закріплено можливість самозайнятих осіб, що здійснюють незалежну професійну діяльність, обирати спрощену систему оподаткування для фізичних осіб-підприємців з ознакою здійснення незалежної професійної діяльності, зокрема, адвокатів.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. Редакція від 08.03.2024. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

2. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. Редакція від 01.04.2024. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

3. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України від 05.07.2012 № 5076-VI. Редакція від 03.08.2023. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#Text>.

4. Про затвердження Порядку обліку платників податків і зборів: Наказ Міністерства фінансів України від 09.12.2011 № 1588. Редакція від 13.10.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1562-11#Text>.

5. Рішення Касаційного адміністративного суду Верховного Суду від 02.09.2019 у справі № 520/3939/19. URL:

<https://reyestr.court.gov.ua/Review/84077152>.

УДК 658:61](043.2)

Васильєв А. А.,
канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна,
Жело К. В.,
аспірант PhD,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МАСШТАБУВАННЯ МЕДТЕСН ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЇ АГРЕСІЇ

В умовах неспровокованої зовнішньої агресії проти України, виникає ряд викликів для інноваційних високотехнологічних підприємств медичної сфери. Через загрози безпеці, вони виходять за межі напрацьованих науково обґрунтованих рішень, а відповідно

вимагають рефлексії, вивчення світових практик та експериментів. Розглянемо кілька груп питань та викликів на прикладі підприємства Бріолайт, яке створює інтерактивне обладнання та програмне забезпечення для реабілітації.

Воєнний стан спричиняє необхідність масштабування. Досвід 2014 року показує, що існує ризик втрати інтелектуальної власності внаслідок агресії. Відтак, з точки зору безпеки життєво необхідно розширювати свою діяльність. З іншої точки зору, війни спричиняють розвиток технологій. Відповідно в Україні створюються передумови для розробки та тестування нових медичних засобів.

Виникає стратегічна проблема оптимального розподілу цикла доданої вартості між різними країнами. В даному випадку підприємство займається науковими розробками, програмуванням, інжинірингом, виробництвом обладнання, маркетингом, сервісами та консультуванням. Всі ці сфери мають бути масштабовані оптимальним чином, з урахуванням передумов та преференцій, які надають різні країни та регіони світу.

Ефективна бізнес-модель в Україні не обов'язково буде ефективною в світі. Наприклад, в вітчизняному технологічному укладі одно-моментний продаж обладнання сприймається клієнтами як більш прийнятний варіант, ніж сервіси та регулярні підписки. Водночас на ринках розвинених країн виглядають успішними сервісні високотехнологічні компанії, які вміють впроваджувати рішення зі штучним інтелектом. Відтак в стратегічному контексті також постає питання позиціонування на світовому ринку: сервісна компанія з унікальними компетенціями та портфоліо в якості конкурентних переваг, або продуктове підприємство з широкою розгалуженою лінійкою продуктів.

Від вирішення стратегічного питання позиціонування залежить питання комунікації цінності. Компанія может мати конкурентні переваги, але не вміти комунікувати на ринку. В технологічних сферах це спричиняє втрату ринкових можливостей. Для посилення комунікацій необхідний кваліфікований людський ресурс.

Існують виклики в сфері людського потенціалу. Відсутність прозорого механізму бронювання від мобілізації робить ризикованими інвестиції в людський капітал, а також створює загрози в реалізації поточних проєктів з реабілітації військових та членів їхніх сімей.

Галузь високих технологій в медицині має об'єктивні обмеження по впровадженню. Нові технології з'являються швидко. Водночас тривала апробація, медичний висновок про ефективність, законодавчі обмеження щодо зберігання чутливих даних пацієнтів, стримують зростання продуктивності в медичній сфері у всьому світі. Відповідно до даних Бюро праці США, продуктивність медичних працівників за

останні 10 років майже не змінилась, незважаючи на розвиток нових технологій.

Для нішевих малих та середніх підприємств в цій галузі з'являється можливість посилення конкурентних переваг через балансування тривалих процесів виходу на медичний ринок із обмеженими можливостями для фінансування. Тут виникає вибір: венчурне фінансування або bootstrap фінансування шляхом реінвестування власного прибутку. Для Бріолайт тут прикладом є нішеві виробники медичного обладнання, які з'явилися після Другої світової війни в Німеччині та органічно зросли до міжнародного рівня протягом десятиліть. В той же час вимоги венчурного ринку щодо високої виручки та широкої клієнтської бази, для нішевої компанії є вкрай ризикованими з огляду на тривалість впровадження технологій. Слід вказати, що поточні можливості фінансування в Україні не сприяють розвитку таких компаній. Банківське кредитування спрямоване на агро- та переробну галузь. А податкова система не сприяє тестуванню інновацій та тривалій медичній апробації.

УДК: 658.15

Белінська С. М.,

д-р екон. наук, професор,
декан факультету економічних наук,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Колеватов А. С.,

аспірант PhD кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ПІДПРИЄМСТВА

Кожне підприємство, реалізуючи свою місію і цілі, задіює відповідну кількість трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів. Високий рівень їх ефективного використання є метою підприємства, що в кінцевому підсумку дає змогу суб'єктові господарювання досягати позитивного фінансового результату. В свою чергу, фінансовий результат є головним показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства: прибутковість діяльності, платоспроможність, можливості для економічного росту, конкурентоспроможність, у кінцевому підсумку – ринкову вартість суб'єкта господарювання.

Дослідження сутності поняття «фінансовий результат», встановлення його ролі у системі управління підприємством представляє значний науковий та практичний інтерес. Теоретичні та практичні аспекти досліджень фінансових результатів підприємства знайшли відображення у працях вітчизняних і зарубіжних науковців: О. Вороніної, М. Кулиничча, С. Мочерного, О. Носирева, Р. Рудої, Р. Скалюка, С. Шипіної та інших.

Аналіз останніх досліджень і публікацій в рамках даної теми підводить до того, що фінансовий результат діяльності підприємства може розглядатися у трьох площинах:

- 1) як підсумок діяльності підприємства;
- 2) як прибуток чи збиток підприємства;
- 3) як приріст чи зменшення вартості (капіталу) підприємства.

Фінансовий результат є підсумком діяльності підприємства, пов'язаний із виробництвом та реалізацією продукції (наданням послуг, виконанням робіт) і водночас виступає необхідною передумовою його подальшої господарської діяльності. Високі показники фінансових результатів діяльності підприємства є важливим елементом зміцнення бюджету держави через податкові надходження, забезпечують зростання ділової активності підприємства у виробничій та фінансовій сферах, його інвестиційної привабливості, тому очевидним є те, що визначення економічного змісту фінансового результату діяльності підприємства посідає одне з ключових місць у комплексному економічному аналізі господарської діяльності підприємств.

Фінансовий результат, який є одним із центральних показників діяльності підприємства, використовується також як орієнтир, відображаючи напрям його розвитку. У сучасних умовах господарювання зростають самостійність і відповідальність підприємств у розробленні та прийнятті управлінських рішень стосовно забезпечення їхньої ефективної діяльності. Ефективність фінансової, інвестиційної та виробничої діяльності підприємства відображається у досягнутих фінансових результатах. Фінансовий результат є тим узагальнюючим показником, що інтегрує всю фінансову діяльність підприємства, даючи можливість установити зв'язок між рештою економічних показників. Значна кількість фінансових, трудових та матеріальних ресурсів залучається для здійснення виробничо-фінансової діяльності суб'єктів господарювання.

Метою будь-якого підприємства є раціональне використання залучених ресурсів, що остаточно відображається у фінансових результатах його діяльності. Особливу увагу на процес формування фінансового результату звертають усі без винятку суб'єкти господарювання [4, с. 229]. Окрім керівництва та трудового колективу суб'єкта господарювання, фінансовий результат цікавить й акціонерів,

державні органи влади, фондові біржі, кредиторів тощо. Отримання позитивного фінансового результату для будь-якого підприємства означає визнання його ринком (суспільством) і, відповідно, подальшу можливість здійснювати економічну діяльність. Для держави кінцевим фінансовим результатом підприємницької діяльності є податок, величина якого залежить від остаточних результатів діяльності підприємства. Для вкладника, інвестора кінцевий фінансовий результат відображається у розподіленні на його користь частині прибутку після оподаткування. Прибуток, який залишився після оподаткування і виплат відсотків кредиторам та дивідендів власникам, є чистим кінцевим фінансовим результатом підприємства, який призначений для його подальшого виробничого та соціального розвитку.

Отже, бачимо, що в сучасних умовах господарювання зростає роль внутрішнього контролю в управлінні підприємством, спрямованого на виявлення об'єктивної істини щодо правдивості, повноти та неупередженості фінансової і бухгалтерської звітності підприємства.

Одержання точного та достовірного значення фінансового результату суттєво залежить від існування налагодженої системи обліку фінансових результатів суб'єкта господарювання. Фінансовий результат як універсальна економічна категорія дає змогу враховувати два чинники основної мети підприємницької діяльності – максимізацію доходів і мінімізацію витрат. Збір інформації про доходи і витрати здійснюється безперервно та послідовно за допомогою внутріфірмової системи обліку й контролю.

Багато науковців дотримуються саме такого розуміння фінансового результату діяльності підприємств. Проте в їхньому трактуванні цього поняття спостерігаються суттєві відмінності. Фахівці у сфері економіки, фінансів, бухгалтерського обліку, юридичних наук акцентують увагу на конкретних особливостях і змісті фінансового результату. Вважаємо за необхідне розглянути підходи сучасних науковців до трактування поняття «фінансовий результат» (рис. 1).

Очевидним є те, що управління фінансовими результатами передбачає дослідження і використання саме тих чинників, які найвагомніше впливають на результати господарської і фінансової діяльності підприємства й прийняття та реалізацію таких рішень, які сприяли б, з одного боку, підвищенню доходів, а з іншого – зниженню витрат. Пошук і накопичення чинників, що сприяють підвищенню доходів, у цьому разі належить до компетенції вищого керівництва (топменеджерів) підприємства, а також до його маркетингової служби; роль фінансового департаменту зводиться здебільшого до обґрунтування зваженої цінової політики, оцінки економічної ефективності та доцільності нового джерела доходів, контролю над

дотриманням внутрішньої системи орієнтирів стосовно показників рентабельності щодо існуючих і нових видів виробництва.

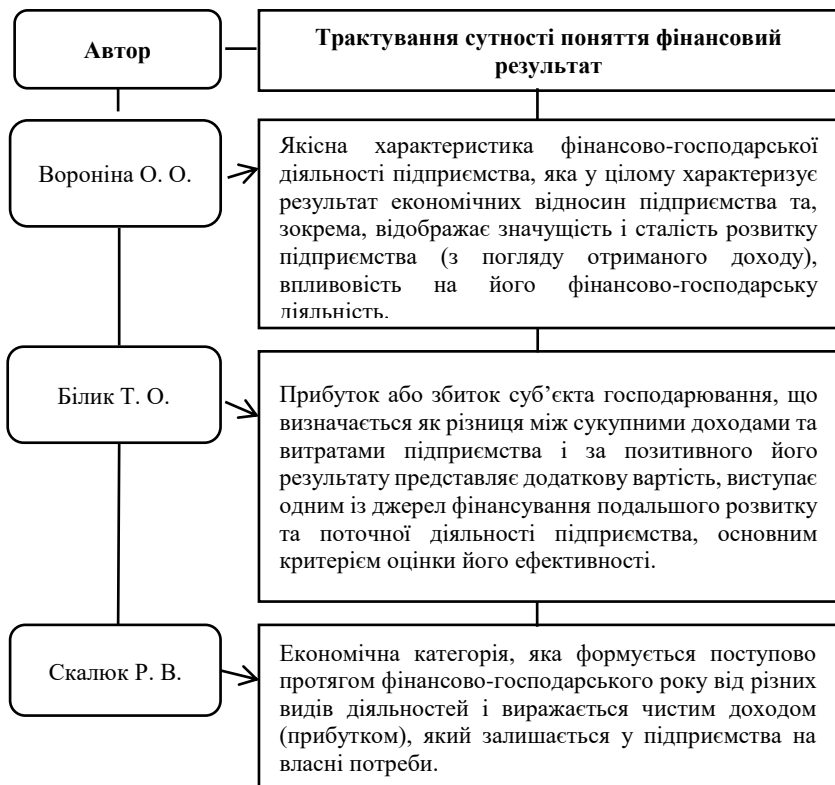


Рис. 1. Сутність категорії «фінансовий результат» (економічний аспект) [4, с. 23]

Отже, фінансовий результат підприємства є основним узагальнюючим індикатором ефективності господарської діяльності. У наукових колах сьогодні не сформовано єдиного остаточного підходу до трактування фінансового результату діяльності підприємства та його вимірників. В короткостроковому періоді фінансовий результат підприємства здебільшого ототожнюється з величиною його прибутку чи доходу, але в довгостроковій перспективі фінансовий результат підприємства доцільніше оцінювати через зміну величини вартості

власного капіталу чи зміну величини ринкової вартості суб'єкта господарювання. Обидва підходи до тлумачення фінансового результату підприємства не суперечать одне одному, а лише виявляють дуальний характер досліджуваної категорії.

Список використаних джерел

1. Вороніна О.О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства: автореф. дис.канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2009. 25 с.
2. Кулинич М. Взаємозв'язок суттєвих факторів у структурному моделюванні управління фінансовим результатом. Економічний аналіз. 2010. № 6. С. 426-429.
3. Мочерний С.В. Політична економія: навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2002. 687 с.
4. Руда Р. В. Аналіз ефективної діяльності підприємства: необхідність та методика. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 4(20). С. 109-111.
5. Скалок Р. В. Сутність та значення фінансових результатів в системі розвитку господарської діяльності промислових підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2010. № 18(1). С. 135-141.
6. Сябер Є. О. Фактори формування прибутку. Young Scientist. 2018. № 6(58). С. 431-435.
7. Шипіна С. Б. Сутність поняття «фінансові результати» як об'єкта бухгалтерського обліку. Вісник ЖДТУ. 2012. № 1(59). С. 229-232.

УДК 659.1:004(043.2)

Васильєв А. А.,
канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна,
Жигун В. М.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних ринкових умовах компанії прагнуть лідирувати в конкурентній боротьбі, і основним з ефективних засобів є реклама. Як і всі сфери діяльності сучасного суспільства, реклама розвивається

стрімкими темпами і без застосування інформаційних технологій застосування рекламних продуктів не дасть бажаних результатів. Сфера застосування в рекламі сучасних інформаційних технологій, заснованих на використанні комп'ютерів та інтернету, дуже велика і включає різні аспекти, від створення найпростіших текстових документів і електронного листування до планування та оцінки ефективності рекламної кампанії та розробки рекламної продукції.

Розвиток мережевих технологій та інтернету відкрили нові можливості у просуванні товарів та послуг, пошуку інформації, клієнтів. Розуміння цієї ситуації допомагає керівникам та спеціалістам компанії грамотно сформулювати політику просування компанії, а також має значення для споживача рекламної інформації, дозволяючи йому своєчасно та цілеспрямовано отримувати потрібну та доступну інформацію [1].

На сьогодні частка цифрової реклам значно переважає традиційну, яка вже відходить на другий план (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка частки цифрової реклами за період 2017-2024 рр., %.
Джерело: [2]

Графік яскраво демонструє вплив цифрових технологій на рекламу, які власне і спричинили збільшення частки цифрової реклами у 2024 році на 164% в порівнянні до показника 2017 року. Цифрова реклама за останні роки стає все більш популярною та поступово витісняє традиційну рекламу з ринку. Така реклама має низку переваг над іншими видами рекламних засобів, адже вона не тільки дешевша, а й доступна для споживачів у будь-який час доби.

Області застосування інформаційних, технологій у рекламі надзвичайно різноманітні і включають розробку рекламного продукту,

проведення рекламних досліджень, медіапланування, оцінку ефективності рекламних кампаній та ін.

Реклама сьогодні виходить нового рівня, адекватно реагуючи в розвитку ринкових відносин. Розглянемо нові рекламні технології, активно впроваджувані російськими рекламістами. Саме вони визначають тенденції розвитку сучасної вітчизняної реклами.

Система контекстної реклами Google AdWords належить до найбільшої пошукової системи світу. Google посідає друге місце, обслуговуючи понад третину запитів. Завдяки цьому користувачі AdWords отримують доступ до функціональної та технологічної платформи з тонкими параметрами націлювання, бюджетування, способів показу оголошень та інших критеріїв рекламних кампаній. Оголошення в Google AdWords можна використовувати як один із компонентів комплексного інтернет-маркетингу.

Крім контекстної реклами, існує основний спосіб просування сайту за рахунок внутрішньої оптимізації. Пошукова оптимізація – це внутрішні роботи сайту для поліпшення його видимості в пошукових системах. Якщо на сайті не буде грамотної оптимізації та хороших поведінкових факторів – жодні зовнішні зусилля не допоможуть просунути сайт у топ за конкурентними запитами. Завдання пошукової оптимізації полягає в тому, щоб підготувати, оформити та розмістити контент сайту, починаючи від метатегів та закінчуючи текстами на сторінках. При правильному підході позиції сайту в пошуку спрямовуються вгору без будь-яких додаткових витрат, проте незначні помилки можуть призвести до протилежного результату, починаючи з низьких позицій до санкцій пошукових систем.

І ще одним способом просування сайту в інтернеті, можна назвати спосіб просування в соціальних мережах, що набирає популярності: LinkedIn, Facebook, Instagram [3]. Як показало дослідження, при розповсюдженні контенту, маркетологи використовують у середньому 6 медіа-платформ. Значне зростання показують такі платформи, як SlideShare, Google+ та Instagram (рис. 2).

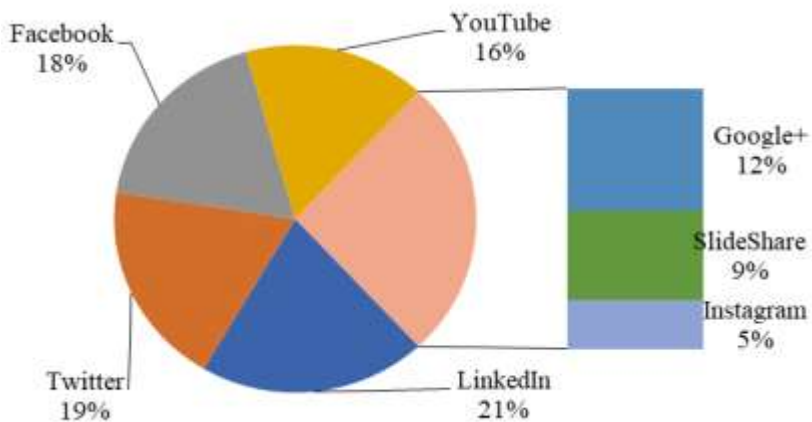


Рис.2. Відсоток B2B маркетологів, які використовують різні соціальні медіа для поширення контенту. Джерело: [4]

Сторінка компанії в LinkedIn, Instagram чи Facebook, дозволяє безкоштовно створити присутність бренду на платформі. Цей аспект є дуже важливим, тому що компанія може залучати потенційних клієнтів і людей, які зацікавлені в діловій взаємодії, а у маркетологів компанії буде можливість підвищувати обізнаність за допомогою публікації відповідного контенту.

Актуальність оцінки ефективності реклами, що розміщується в інтернеті, також у високій мірі пов'язана з особливостями і значними можливостями реклами, що розміщується в інтернеті, в порівнянні з іншими видами реклами. Підсумовуючи вищесказане, можна визначити ключові переваги реклами із застосуванням інформаційних технологій [5]:

- багатоступінчастий характер взаємодії споживачів з рекламою в мережі інтернет, що дозволяє проводити оцінку ефективності реклами на різних стадіях взаємодії споживача та реклами;
- гнучка цінова політика щодо розміщення реклами;
- широкий спектр передових інформаційних технологій, що дозволяють створювати ефективні рекламні звернення та рекламні носії;
- висока інформаційна насиченість рекламних носіїв;
- цільове націлення (вибір цільової аудиторії для показу реклами) та гнучкий графік оновлення реклами.

До того ж висока інтерактивність реклами, можливість автоматичного підрахунку за допомогою спеціальних комп'ютерних програм кількості відвідувачів сайтів Web-видавців та сайтів рекламодавців, а також можливість виявлення переваг споживачів за допомогою спеціальних комп'ютерних технологій робить даний вид реклами незамінним інструментом організації у боротьбі за залучення нових клієнтів.

На сьогодні інформаційні технології не тільки спростили рекламні компанії, але звели до мінімуму витрачання людських ресурсів на їх реалізацію. Компаніям не потрібно наймати команду маркетологів, достатньо лише одного кваліфікованого спеціаліста, який уміло організує рекламу та просуватиме компанії за допомогою сучасних інформаційних технологій, що позитивно впливатиме як на ріст продажів так і на фінансовий стан компанії.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності. Економіка та суспільство. 2023. № 53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2660/2576> (дата звернення 23.04.2024)
2. Advertising – Worldwide (2024) URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/worldwide#ad-spending> (дата звернення 23.04.2024)
3. Hill R. Social Media Marketing 2024: Mastering New Trends & Strategies for Online Success. Independently published, 2023. 100 p.
4. Hill R. Social Media Marketing 2024: Mastering New Trends & Strategies for Online Success. Independently published, 2023. 100 p.
5. Likarchuk N. et al. Impression Marketing as a Tool for Building Emotional Connections in the Public Administration Sphere. Studies in Media and Communication. 2022. Vol 10. № 1. P. 916

Васильєв А. А.,
канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна,
Черепіна А. О.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Планування на підприємствах кондитерської галузі є ключовим елементом управління, оскільки воно визначає стратегічні кроки компанії для досягнення її цілей. Однак, у зв'язку зі складністю ринкових умов та внутрішніми викликами галузі, планування потребує постійного аналізу та оптимізації. У даному дослідженні ми розглянемо конкретні аспекти планування на підприємствах кондитерської галузі та запропонуємо шляхи підвищення його ефективності.

Від планування на підприємствах кондитерської галузі залежить не лише їхня фінансова стійкість, але й здатність відповідати на зміни в попиті споживачів, конкурентні тиску та інші виклики сучасного ринкового середовища. Швидкість змін та нестабільність ситуації на ринку вимагають від підприємств гнучкості та адаптивності їхніх стратегій. Тому вдосконалення процесів планування стає важливим завданням для забезпечення конкурентоспроможності та успішності на ринку кондитерської продукції.

На сьогоднішній день підприємства кондитерської галузі стикаються з рядом складних викликів, таких як зміни смакових уподобань споживачів, коливання цін на сировину та енергію, а також зростання конкуренції від імпортової продукції. Ці фактори вимагають від підприємств не лише ефективного виробництва, але й добре продуманих стратегій планування, що враховують всі аспекти діяльності та динаміку ринку.

Планування на підприємствах кондитерської галузі часто стикається з проблемами, такими як недостатня точність прогнозів попиту на продукцію, неефективне використання ресурсів та нестача координації між різними відділами. Дослідження цих проблем дозволить виявити основні чинники, що впливають на ефективність планування та розробити стратегії їх подолання.

Поглиблений аналіз сучасного стану планування в кондитерській галузі розкриває, що однією з ключових проблем є недостатня точність прогнозування попиту на продукцію. Змінність смакових уподобань

споживачів, сезонні коливання та непередбачувані ринкові тенденції ускладнюють завдання точного прогнозування. Це може призводити до перепродукції або недостатньої кількості товарів на ринку, що впливає на фінансові показники підприємства та його репутацію.

Додатково, неефективне використання ресурсів також стає серйозним викликом для планування на підприємствах кондитерської галузі. Недооптимізовані виробничі процеси, надмірний інвентар, неефективне управління запасами сировини та матеріалів можуть призводити до збитків та зменшення прибутку. Тому важливо провести аналіз та розробити стратегії для оптимізації використання ресурсів та підвищення ефективності виробничих процесів.

Для аналізу та оцінки ефективності планування на підприємстві кондитерської фабрики використовуються різноманітні методичні підходи. Один із них полягає у детальному аналізі внутрішнього середовища підприємства. Це включає вивчення всіх аспектів виробництва, управління запасами, ланцюжка постачання та фінансових процесів. Цей підхід дозволяє виявити можливі проблеми, які можуть виникнути під час планування, а також виявити потенційні можливості для підвищення ефективності.

Додатково, важливим етапом є зовнішній аналіз, що включає вивчення ринкових тенденцій, конкурентного середовища та змін у споживчих уподобаннях. Ретельне дослідження цих факторів допомагає підприємству адаптувати свої стратегії планування до змін на ринку та уникнути можливих ризиків.

Крім того, використання ключових показників ефективності, таких як оборотність запасів, частка ринку та маржинальність, дозволяє об'єктивно оцінити результати планування та виявити області для поліпшення. Такий підхід дозволяє підприємству постійно вдосконалювати свої стратегії та досягати кращих результатів.

Сучасні інформаційні технології, такі як ERP- та CRM-системи, можуть значно полегшити процес планування на підприємствах кондитерської галузі. Вони дозволяють автоматизувати збір та аналіз даних, покращити прогнозування попиту та оптимізувати виробничі процеси. Ретельне дослідження та впровадження таких технологій може значно підвищити ефективність планування.

Впровадження ERP (Enterprise Resource Planning) систем на підприємствах кондитерської галузі дозволяє об'єднати в одну інтегровану систему управління всі аспекти бізнесу, включаючи фінанси, виробництво, постачання, торгівлю та ресурси. Це спрощує процес збору та аналізу даних, дозволяючи керівництву приймати обґрунтовані рішення на основі повного обсягу інформації. Крім того, ERP-системи дозволяють автоматизувати багато рутинних завдань, що

зменшує ймовірність помилок та підвищує ефективність роботи всього підприємства.

CRM (Customer Relationship Management) системи також мають велике значення для планування на підприємствах кондитерської галузі. Вони дозволяють збирати, аналізувати та використовувати дані про клієнтів для управління взаємодією з ними. Це може включати інформацію про попередні замовлення, смакові уподобання, реакції на рекламу та інші дані, які допомагають виробникам кондитерської продукції адаптувати свою пропозицію до потреб клієнтів та прогнозувати їхні майбутні замовлення.

Окрім цього, використання спеціалізованих програмних засобів для прогнозування попиту, оптимізації виробничих процесів та управління запасами може значно підвищити ефективність планування на підприємствах кондитерської галузі. Такі програмні засоби дозволяють враховувати різноманітні фактори, що впливають на виробництво та забезпечують максимальну оптимізацію ресурсів.

Розробка та впровадження стратегічних планів розвитку є необхідним етапом у підвищенні ефективності планування на підприємствах кондитерської галузі. Ці стратегії повинні враховувати конкурентні переваги компанії, потреби ринку та забезпечувати фокус на досягнення стратегічних цілей. Вони допомагають підприємствам планувати на довгострокову перспективу та адаптуватися до змін на ринку.

Розробка стратегічних планів розвитку на підприємствах кондитерської галузі передбачає детальне вивчення конкурентного середовища. Важливо аналізувати діяльність конкурентів, їхні стратегії, сильні та слабкі сторони. Це дозволяє визначити конкурентні переваги власної компанії та знайти способи їх підсилення.

Стратегічні плани розвитку також повинні враховувати потреби ринку та споживачів. Дослідження сегментації ринку, аналіз тенденцій споживання та змін у смакових уподобаннях дозволяє визначити потреби цільової аудиторії та адаптувати пропозицію компанії відповідно до них.

Крім того, стратегічне планування включає в себе визначення місії та цілей компанії на довгострокову перспективу. Чітко сформульована місія дозволяє всім співробітникам розуміти цілі організації та спрямовує їхні зусилля на досягнення загальної мети.

Під час розробки стратегічних планів важливо також враховувати зміни на ринку та в зовнішньому середовищі, такі як нові технології, законодавство, соціальні та економічні тенденції. Гнучкість та можливість швидкої адаптації до змін дозволять підприємству успішно функціонувати в непередбачуваних умовах.

Нарешті, важливим етапом є моніторинг та оцінка результатів стратегічного планування. Регулярний аналіз досягнень відносно поставлених цілей дозволяє вчасно виявляти потребу у корекції стратегії та вносити необхідні зміни для досягнення успіху.

Планування на підприємствах кондитерської галузі вимагає системного та комплексного підходу. Шляхом аналізу та оптимізації сучасних методів, впровадження сучасних інформаційних технологій та розробки стратегічних планів розвитку, можна підвищити ефективність цього процесу та забезпечити стабільний розвиток підприємств кондитерської галузі.

Список використаних джерел

1. Балабанова, О. М. (2015). Управління плануванням виробництва на підприємстві кондитерської галузі. Економіка та управління підприємствами харчової промисловості, 2(24), 51-54.

2. Марченко, О. В. (2017). Сучасні підходи до планування на підприємствах кондитерської галузі. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні, 1, 92-96.

3. Горбачова, О. М. (2018). Стратегічне планування на підприємствах кондитерської галузі: проблеми та перспективи. Економіка та управління підприємствами харчової промисловості, 4(38), 79-84.

УДК 658.21.33

Великий Ю. В.,

д-р екон. наук, професор кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ

Залежно від того, що переслідує провадження процедур мотивування і які завдання реалізації цієї функції вирішує, на думку автора, можна виділити два основні типи мотивації, зокрема:

1. сутність першого типу полягає в тому, що шляхом зовнішнього впливу на людину до дії певні мотиви, що спонукають персонал здійснювати конкретні функції, які у свою чергу призводять до отримання бажаного для мотивуючого суб'єкта управління результату. При даному типі мотивації інноваційного розвитку машинобудівного підприємства необхідно чітко виокремити ті

мотиви (які є наявними у персоналу, а також їхні потреби: фізіологічні або ж соціально-психологічні), що можуть спонукати людину – певну особу, яка має необхідні здатності та досвід, – до бажаних дій.

При цьому суб'єктам управління слід деталізувати свої функції, що обумовлять процеси викликання цих мотивів;

- 2. основним завданням другого типу** мотивування є формування самої мотиваційної структури у персоналу машинобудівного підприємства. Цей тип мотиваційної діяльності повинен носити характер як виховної, так і освітньої роботи. Хоча він і не пов'язаний із конкретними діями чи результатами, які очікується одержати від персоналу, наприклад, у вигляді результатів, кількості проваджених прогресивних технологій чи певного підсумку його діяльності.

Однак зауважимо, що реалізація другого типу мотиваційної діяльності вимагає набагато більших зусиль у суб'єктів управління та керівників, а також знань і здібностей для його здійснення. Слід зазначити, що саме ті підприємства та організації, які засвоїли його і використовують у своїй практиці, можуть більш результативно проводити інноваційну політику шляхом оптимізації управління своїм персоналом.

Відтак можемо відзначити, що для посилення мотивації інноваційного розвитку машинобудівного підприємства і перший, і другий типи мотивування не слід протиставляти один одному. Навпаки, в сучасній практиці при провадженні функцій інноваційного менеджменту необхідно прагнути поєднати і сполучити обидва ці типи мотиваційної діяльності.

У сучасних умовах господарювання істотних змін зазнала мотиваційна діяльність, зокрема, при провадженні управління персоналом у контексті активізації процесів з реалізації інноваційної стратегії розвитку машинобудівного підприємства. Переважно:

- 1) використовуються при цьому соціально-економічні та соціально-психологічні методи управління персоналом – вони переважають над суто адміністративними;

- 2) нині провадження функцій управління необхідно спрямувати на співробітництво з підлеглими для досягнення намічених цілей;

- 3) одержали розвиток і засоби, що відповідають принципу колегіальності управління інноваційним розвитком.

Здійснене автором дослідження концептуальних позицій різних авторів щодо групування та класифікації різних методів і форм мотиваційної діяльності (їх представлено у наукових працях [3, 5])

засвідчує неспівпадіння їхніх точок зору. Тому вважаємо доцільним було б узагальнити, доповнити та систематизувати існуючі теоретичні підходи до посилення мотивації інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, які можна викласти з урахуванням базових положень як теорій загального управління та інноватики, так і теорії сталого розвитку продуктивних сил України (останні розробки деталізовано та обґрунтовано у наукових роботах дослідників [7, 9].

Проте доцільно зазначити, що запропонована нами надалі класифікація форм мотивації праці персоналу машинобудівного підприємства повинна не лише охоплювати комплекс класифікаційних ознак провадження мотиваційних процесів з урахуванням особливостей людського розвитку та специфіки впливу на мотивацію конкурентного середовища (табл. 1), а й зважити і на таку ознаку, як можливість найбільш повної реалізації економічної функції «раціоналізації розподілу ресурсів» в контексті посилення мотивації інноваційного розвитку.

Таблиця 1

Класифікація форм мотивації праці персоналу на машинобудівних підприємствах

| № ознаки | Класифікаційна ознака форм мотивації | Класифікаційні групи мотивації праці персоналу |
|----------|--|--|
| 1. | За джерелами виникнення мотивів | <ul style="list-style-type: none"> – внутрішньо організована мотивація; – самомотивація; – зовнішньо організована мотивація |
| 2. | Залежно від основних груп потреб людини у сфері праці | <ul style="list-style-type: none"> – матеріальна мотивація; – трудова мотивація; – статусна мотивація |
| 3. | За ознакою примусу до праці | <ul style="list-style-type: none"> – примусова (адміністративна) мотивація; – стимулююча (матеріальна, нематеріальна) |
| 4. | Залежно від основних потреб людського розвитку та об'єктивних завдань організації праці на | <ul style="list-style-type: none"> – економічна мотивація; – соціальна мотивація; – організаційна мотивація; – морально-психологічна мотивація |

| № ознаки | Класифікаційна ознака форм мотивації | Класифікаційні групи мотивації праці персоналу |
|----------|---|--|
| | машинобудівному підприємстві | |
| 5. | Залежно від засобів спонукання до праці | <ul style="list-style-type: none"> – мотивація нормативного типу; – мотивація примусового типу; – мотивація стимулюючого типу |
| 6. | За спрямованістю на кінцевий результат (досягнення цілей організації) | <ul style="list-style-type: none"> – мотивація позитивна; – мотивація негативна |
| 7. | Залежно від терміну прояву трудового мотиву | <ul style="list-style-type: none"> – короткострокова (поточна) мотивація; – тривала (стратегічна) мотивація |
| 8. | За силою прояву трудового мотиву | <ul style="list-style-type: none"> – мотивація висока; – мотивація низька |
| 9. | За силою впливу на суб'єкт праці в інтересах досягнення цілей інноваційного розвитку машинобудівного підприємства | <ul style="list-style-type: none"> – мотивація пасивна; – мотивація активна |

Автор підтримує думку Нетудихати К. Л., який засвідчив і довів наступне: «завдання щодо формування оптимального змісту політики інноваційного розвитку підприємства зводиться до пошуку та детермінації коефіцієнтів інтенсивності використання нововведень у розв'язанні стратегічних планів і можуть бути розв'язані за використання засобів теорії ігор, що уможливорює прийняття оптимальних управлінських рішень при усуненні конфліктів, які виникають у межах виробничо-економічної системи в умовах трансформації останньої чи її оновлення».

При цьому, поняття конфлікту, в межах цього підходу, трактується як будь-яке явище, відповідно до якого учасники мають несумісні

інтереси, різні можливості та мотиви» [10, с. 51-52].

У такій інтерпретації, що наведена автором вище, можна обґрунтувати й наступні дефініції, які є актуалізованими при провадженні будь-яких реструктуризаційних процесів та інноваційного розвитку машинобудівного підприємства. Зазначене обумовлює нагальну необхідність усунення перешкод на шляху балансування наступних інтересів:

1) підвищення активності інноваційних трансформацій на підприємстві;

2) масштаби витрат на реалізацію інноваційних процесів.

Саме зазначені вище дві проблеми і стали типовим прикладом конфлікту інтересів при провадженні інноваційної політики на мікрорівні.

Тому вважаємо, що провадження мотиваційної діяльності на інноваційно активних машинобудівних підприємствах і стає найбільш вагомим чинником щодо:

а) забезпечення результативності функціонування виробничо-економічної системи;

б) скорочення термінів трансформаційних змін.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі ефективного рівня управління персоналом неможливо досягти без розуміння мотивів і потреб людини та правильного використання стимулів до праці. Існуючі мотиваційні теорії розвивалися протягом історії економічної науки. Проте, багато проблем із мотивації інноваційного розвитку потребують подальшого дослідження у відповідності до сфери функціонування машинобудівних підприємств та етапів їхнього життєвого циклу.

Список використаних джерел

1. Богиня Д. П. Конкурентоспроможність і трудовий менталітет людського потенціалу в теперішній економіці України: Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки. 2009. №2. с. 128-136.

2. Бобришева Т., Стефаненко А. теоретично-концептуальні підходи до посилення мотивації інноваційного розвитку промислового підприємства: Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2011. № 3 (52). с. 29-37.

3. Федулова Л. І. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика: монографія. Київ: Основа, 2005. 552с.

4. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України: монографія. Київ: Знання, 2009. 514с.

5. Санто Б. Інновація як засіб економічного розвитку: Київ: Знання, 2004. 235с.
6. Твісс Б. Управління науково-технічними нововведеннями: [пер. з англ.]. Київ: Знання, 2000. 196 с.
7. Васечко О. О. Науково-технічна політика та інноваційна діяльність в Україні у контексті євроінтеграційних процесів. Київ. 2006. 223 с.
8. Заболоцький Б. Ф. Перехідна економіка: навч. посіб. Київ: Академія. 512 с.
9. Якобчук В. П., Богоявленська Ю. В., Тищенко С. В., Історія економіки та економічної думки: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2015. 476 с.
10. Нетудихата К. Л. Проектування інститутів як інструмент структурно-інституційної трансформації національної інноваційної системи. Економічний простір. 2020. № 163. с. 51-55.

УДК: 339.14:658

Ганчева О. В.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Колєватова А. В.,
канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Для підприємств всіх форм власності, що здійснюють свою господарську діяльність на території України, актуальним на сьогодні є питання управління збутовою діяльністю. Підвищення ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємств напряму пов'язані з вирішенням проблем та спірних питань в системі управління збутовою діяльністю підприємств. У сучасному динамічному бізнес-середовищі, де конкуренція на ринках зростає, а вимоги клієнтів постійно змінюються, ефективне управління збутовою діяльністю має вирішальне значення для сталого зростання бізнесу.

У науковій літературі існують різні погляди на поняття «збутова діяльність» і «збут». Одні автори вживають ці поняття та трактують їх як синоніми, інші зазначають на відмінність категорій. Вчений-економіст Гамалій В. Ф. ототожнює ці поняття і визначає збутову діяльність як сукупність дій, що виконуються з того моменту, як

продукт в тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його [1, с. 51]. Такої ж позиції дотримується професор Л. В. Балабанова, яка вважає, що збут – це діяльність щодо планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від виробників до споживачів з метою задоволення запитів споживачів і отримання прибутку [3, с. 384].

Зміст збутової діяльності підприємства визначається його концептуальною орієнтацією. Продаж – це лише частина всієї ринкової програми підприємства, а вся робота загалом повинна координуватися ідеєю маркетингу. Продаж продукції та управління збутом тісно пов'язані з аналізом потреб і запитів потенційних покупців. Таким чином, збут товарів вважається ширшим поняттям аніж продаж останніх, оскільки продаж є одним із його елементів та результатом збуту. Отже, приходимо до висновку, що усі вищезазначені автори єдині в тому, що називають збут важливою складовою процесу розширеного відтворення, і, що без налагодження ефективно функціонуючої системи збуту товарів не можуть успішно розвиватись сфера виробництва й економіка в цілому

Виходячи з цього, управління збутовою діяльністю передбачає розробку, планування, координацію, організацію та контроль відповідних заходів та ключових показників ефективності та масштабів просування продукції на ринку з метою налагодження перспективних довготривалих стосунків з бізнес-партнерами в рамках стратегічного партнерства.

Для більш чіткої збутової орієнтації товаровиробників слід розглянути складові частини збутової діяльності. Цілі збуту виходять з цілей підприємства, серед яких зараз превалюють цілі максимізації прибутку. Успіх підприємства на ринку все більше залежить не від зниження витрат на виробництво і ціни, а від здатності дати споживачеві товар вищої якості або що має нові властивості. Пошуком такого товару, а також незадоволених потреб займається служба маркетингу, яка зародилася на початку ХХ ст. і стала головною у визначенні політики підприємства [7, с. 55].

У процесі маркетингової діяльності проблема збуту сьогодні розв'язується вже на стадії розробки політики підприємства. Здійснюється вибір найбільш ефективної системи, каналів і методів збуту стосовно конкретно певних ринків. Це означає, що виробництво продукції від початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найбільш сприятливі умови. Тому управління збутовою діяльністю має на меті визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару, що припускає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової

діяльності, орієнтованих на досягнення намічених кінцевих результатів. Збутову діяльність підприємства доцільно орієнтувати на: отримання підприємницького прибутку в поточному періоді, а також забезпечення гарантій її отримання в майбутньому; максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів; довготривалу ринкову стійкість організації, конкурентоспроможність її продукції; створення позитивного іміджу організації на ринку і визнання її з боку громадськості [6, с. 57].

Проблеми збуту підприємствам необхідно вирішувати під час розробки маркетингової політики. Саме на цьому етапі слід прийняти рішення стосовно вибору ринків збуту, методів збуту і його стимулювання. Управління збутовою діяльністю підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту. Розробка збутової політики підприємства повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо [2, с. 132].

Значний внесок у вивчення збутових процесів і структур останнім часом зробила А. Г. Кальченко, яка змістовно описала функції збуту продукції в стратегічному й оперативному вимірах. Розглядаючи збут із позиції збутової логістики (розділ логістики, присвячений проектуванню, формуванню та оптимізації мікро- і макрологістичних систем розподілу ресурсів) [4, с. 135], вона ввела поняття збуту ресурсів. Це поняття є ширшим, ніж поняття збуту продукції, яке застосовується в маркетингу та логістиці, та може використовуватися не тільки в збутовій, а й у закупівельній та операційній складових частинах логістики.

Українська вчена Ямкова О. М. розглядає управління збутовою діяльністю в двох аспектах: стратегічному та тактичному. До стратегічного рівня управління збутом належить вибір стратегії охоплення ринку, формування розподільної мережі та планування системи товароруку. Саме ці рішення передбачають прийняття довгострокових зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання (посередницькими організаціями) та потребують певного обґрунтування. Тактичні управлінські дії спрямовані на поточне регулювання процесу збуту товарів і реалізацію таких форм маркетингової активності підприємства, що забезпечують досягнення поставлених цілей. До них слід зарахувати дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища фірми, прогнозування, організацію та

стимулювання збутової мережі, аналіз результуючих показників і проведення коригувальних заходів [7, с. 54].

Нами встановлено, що система управління збутовою діяльністю підприємства включає головну мету, цілі діяльності (які прийнято класифікувати на кількісні та якісні, обов'язкові та бажані, стратегічні та тактичні, комерційні цілі та цілі розвитку, внутрісистемні та над системні), стратегічну спрямованість (що обумовлює маркетингову орієнтацію, систематичне виявлення збутових ризиків, ефективну довгострокову взаємодію підприємства і партнера-покупця, інших бізнес-суб'єктів, розробку збутової стратегії підприємства, встановлення та коригування стратегічних цілей) та систему забезпечення (планування збуту, товарне, інформаційне та кадрове забезпечення, мотиваційні та організаційні механізми, сервісна підтримка, контроль та координація процесу).

Спільна реалізація стратегічних і тактичних управлінських рішень підприємства щодо збуту товарів сприяє формуванню оптимальної системи збутової діяльності з урахуванням запитів споживачів і можливостей підприємства стосовно їх задоволення з найбільшою ефективністю для обох сторін [8, с. 30].

Критичний огляд теоретико-прикладних напрацювань з питань збутової діяльності дозволив систематизувати широкий спектр рішень, що приймаються у сфері збутової політики, і виділити такі основні напрями її реалізації [5, с. 190]:

- розробка та впровадження стратегії розподілу - передбачає вибір типу каналу розподілу (маркетингової збутової системи), визначення ступеня інтенсивності розподілу та структури каналу розподілу, а отже, прийняття політичних рішень в області співпраці з посередниками та управління взаємовідносинами в каналі;

- вибір стратегії просування продукції через канал розподілу - окреслює тип комунікаційної політики у збутовому каналі (PUSH- і PULL- стратегії) зосередження зусиль щодо заохочення та стимулювання або на кінцевих споживачах, або на збутових посередниках;

- забезпечення процесів маркетинг-логістики - охоплює реалізацію політики щодо оброблення замовлень, складування та формування товарних запасів, транспортування продукції тощо;

- мотивація збутового персоналу - визначає впровадження принципів управління збутовим персоналом та є основою формування культури продажів, системи розвитку персоналу та матеріальних і нематеріальних заохочень, сфери корпоративних комунікацій, підходів до оцінки результатів праці.

Таким чином, нами встановлено, що збутова діяльність промислових підприємств займає провідне місце в системі управління, зокрема має

мету, підпорядковану управлінню стратегічним розвитком підприємства, спрямовану на формування системи забезпечення, врахування галузевих особливостей, проблем внутрішнього та зовнішнього характеру. Використання науково обґрунтованих підходів до управління збутовою діяльністю промислових підприємств дозволить керівникам приймати ефективні дієві рішення.

Список використаних джерел

1. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс]. / Гамалій В. Ф., Романчик С. А., Фабрика І. В. Режим доступу: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
2. Сеншин О. С. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність» [Електронний ресурс]. Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. С. 132-134. Режим доступу: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/21235/19F.pdf>
3. Балабанова Л. В. Маркетинг: [підруч]. Донецьк, 2002. 562 с.
4. Кальченко А.Г. Основи логістики: навч. Посібник. К.: Вид-во «Знання», КОО, 2009. 135 с.
5. Ключник А.В. Теоретичний аналіз поняття «збут» та його функцій. Вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Випуск 6. С. 188-191.
6. Майбогіна Н. В. Організація і методика аналізу збутової діяльності промислового підприємства: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Н. В. Майбогіна. Київ: Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, 2007. 17 с.
7. Ямкова О. М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. Економіка і управління. 2012. № 2. С. 52-59.
8. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Львів, 2005. 202 с.

Dranus Valentyn,
Ph.D. in Economics, Associate Professor
Petro Mohyla Black Sea National University,
Mykolaiv, Ukraine
Prokopyshyn Oksana,
Ph.D. in Economics, Associate Professor
L'viv National Environmental University,
L'viv, Ukraine

KEY TRENDS IN THE EUROPEAN INSURANCE INDUSTRY

Insurance industry trends over the past year have been significant, especially across Europe. 2023 was a unique year, marked by uncertainty and scarcity, following a record-breaking and prolific 2022, where global insurtech investments reached new heights. Position between corporates and startups enables us to have a comprehensive understanding of these trends.

Moving toward an insurance ecosystem.

Insurance trends 2023 can be characterized by a significant increase in ecosystem adoption. The emergence of new online insurance services has led to the development of more diverse and multifaceted offerings allowing users to meet a range of needs through a single, integrated experience. This shift has enabled innovative insurers to develop disruptive distribution and engagement models, creating insurance ecosystems that enhance personalization and customer experience.

Three major trends have emerged in the insurance ecosystem market:

- The continued evolution of technology enablers has allowed incumbent insurers to easily access a variety of new internal and external capabilities in a seamless manner. Socotra, a startup that raised a \$50m funding round in 2023, offers an app marketplace that gives customers access to 30 app publishers, allowing them to eliminate lengthy and rigid integration projects and add new features and services quickly
- The rise of ecosystems focused on specific lines of insurance, such as health. Daccado, an insurtech that specializes in supporting the digital transformation of insurers through health risk quantification and digital health engagement platforms, exemplifies this trend. The company partnered with Digital Insurance Group, aka DIG, this year to offer lifestyle-based products to life insurance customers, enriching the insurer's offerings and providing tangible benefits to its customers
- The emergence of ecosystems targeted at a specific population segment that shares common characteristics, such as people over the age of

50. Restless, a startup that recently secured €6m for its platform catering to this age group, offers a digital community, advocate, and advice platform for individuals over the age of 50 who are seeking to make changes in their lives, such as exploring new hobbies, trying new jobs, and meeting new people

Overall, the adoption of ecosystems in the insurance industry has allowed the creation of more diverse and personalized offerings, and has enabled insurers to create new distribution and engagement models. These trends will likely continue to shape the industry in the coming years.

Innovation insurance products

With the changing needs of customers and businesses, we saw new products from insurance companies emerge to better offer tailored solutions to customers. Based on our corporate partners' areas of interest and new product offerings, we identified three product areas that saw the most growth in 2023:

Cyber insurance. As the reliance on technology and the internet in both personal and professional settings increases, the risk of cyber-attacks and data breaches has also risen. Cyber insurance helps cover the costs associated with these events, including the cost of recovering from a data breach, legal fees, and compensation for customers affected by the breach. The demand was also backed by venture capital when Eye Security, a Dutch cyber-insurance startup, raised €17m. Another example is Helvengo, which provides insurance solutions tailored to SMEs in the DACH region, raising €4m in a seed financing round to bring technological advancement into SME insurance with a major focus on cyber insurance.

Pet insurance. This year, we have witnessed exponential growth in the interest for pet insurance both from our partner requests and from the number of new insurtechs and funding focused on this segment. Some key offerings we saw bundled in pet insurance coverage were online consultation with vets, full coverage of the cost of medical treatment for illnesses and injuries, and routine care such as vaccinations and preventative care. Pet wellness was also seen as an upcoming trend where pet owners can use services for pet well-being all using one platform. One pet insurtech startup providing a transparent, end-to-end digital service for pet owners and veterinary clinics is Napo.

Parametric and weather insurance. This became a trend in 2023 as more insurance companies wanted to offer weather protection products to their customers, mainly driven by climate change and unforeseen natural hazards. This type of insurance can provide protection for businesses and individuals who are vulnerable to weather-related risks. Parametric insurance also saw a technological advancement with machine learning models and the use of real-time weather data. Startups like Climatica, are offering parametric

insurance products based on machine learning solutions and real-time weather monitoring to offer fast, simple, digital weather insurance to insurance customers. Another example is the SaaS platform, Mitigrate, which enables banks and insurance companies to understand the impact of climate change and help to reduce the physical climate risk to their assets and properties.

Due to the increase in new products on the market, we've observed a corresponding increase in demand for insurance product builders. Product builders are platforms or software that allow insurers to design, build, and launch new insurance products quickly and efficiently. Tigerlab, which is an insurtech offering an end-to-end insurance platform product builder working with top insurance companies, has seen growth in demand from insurers in the past year. Even insurtech startups and MGAs, or managing general agents, collaborated with product builders to build fast and sophisticated products and then add their marketing magic. Dalma, a pet insurance startup, collaborated with Seyna, a french product builder to roll out pet insurance products with dynamic pricing giving Dalma a competitive advantage amongst its peers.

Predictive modeling in insurance for prevention

Preventive analytics is a promising approach for the insurance industry, as it allows companies to identify and predict potential risks before they occur. By using data analysis techniques, insurance companies can take proactive measures to prevent losses and improve risk management. Many European incumbents have recently teamed up with insurtech firms to develop predictive models that help minimize policyholder risk exposure. These models are transforming the industry by shifting it away from a reactive "fix and repair" model to a proactive "predict and prevent" approach.

Insurtech startups are competing to offer the best solutions for the shift towards a more preventive approach to insurance. By providing policyholders with services that help avoid claims from happening and proactively address potential issues, insurers can improve the customer experience and reduce costs. Some examples are:

- Insurance companies can leverage data analytics to anticipate the likelihood of certain types of claims, using sources such as weather data and policyholder health information. Startups like Thryve, Binah.ai or HealthCaters utilize passive or active health data tracking to assess emerging risks and provide insurance companies with insights for risk assessment. Medicus AI, Holly Health or Second Nature offer solutions to help incumbents by offering remediation actions. In the P&C sector, startups like Enzo use data-driven techniques to prevent household damage and improve home safety proactively. Another example is Gocleer which utilizes data

analysis to empower drivers to improve their behaviors and reduce the risk of accidents

- Insurance companies can use data on past claims and policyholder behavior to identify patterns or deviations that may indicate fraudulent activity, and take action to prevent it from occurring. There are startups that use behavioral biometrics, such as V2verify and ForMotiv, which rely on proprietary datasets that are effective at predicting a user's "intent." By analyzing and understanding these behaviors, insurance companies can more effectively prevent fraud

A financial literacy app with specific customer segmentation

Silver economy. The segment of the population where the economic activities and opportunities are related to the aging population (50+ years old). As people live longer, healthier lives and continue to work, travel, and participate in leisure activities, there is a growing market for products and services geared toward seniors. Insurance companies, with a growing part of the customer base falling into the category of the silver economy, benefit from exploring this market and offering specialized insurance products beyond health and life insurance. We also saw a rise in startups like Heimkapital and Wertfaktor, which assist the mainly silver economy population in partially selling their properties and living a financially stable life after their retirement.

Generation Z (Gen Z). Another customer segment which attracted interest from our insurance partners was “Generation Z,” or those born between the late 90s and early 2010s. Gen Z, are a demographic group that grew up with technology and the internet and uses online platforms to research and purchase products and services. Insurance companies can target Gen Z customers by offering tailored insurance products and services. However, to effectively reach these customers, a focus on their financial literacy is the first step that needs to be taken.

From our projections, Gen Z would be a loyal customer to the brands they would associate themselves with until they feel valued and the brand can help them create financial well-being for themselves and has a strong purpose/impact. We saw fintechs primarily focusing on financial management and literacy for Generation Z customers, like the app Quirk, which offers smart budgeting features for the customers, while educating them on how to save their money in a better way. Customers can first take a "money personality" test to better understand which category of learning they fall into.

Acquisition as a driver of insurance innovation

In 2023, acquisition became a key driver of innovation in the insurance industry. There were several notable examples of this trend as traditional

insurance companies turned to acquisitions to access new technologies, expertise, and markets. This trend was driven by three key factors: corporates acquiring insurtechs, insurtechs acquiring other insurtechs, and further development of corporate venture capital, or CVC, vehicles.

Some examples of traditional insurance companies acquiring insurtechs are:

- Allianz's acquisition of Simpleurance, a German insurtech that provides extended warranty and insurance coverage for consumer electronics and other products.
- Munich Re's acquisition of Apinity, a startup that supplies API solutions for the insurance industry
- Chedid Capital's acquisition of BuyAnyInsurance.com, a leading online insurance platform in the UAE

These strategic transactions allowed the companies to access new technologies and expertise, and use them to enhance their operations and offerings.

Startups acquiring other startups is another example of acquisition driving innovation in the insurance industry. In 2023, the insurtech +Simple announced six acquisitions, including InnovAction, which specializes in insurance coverage for heavy trucks, and MG Denzer, which offers insurance for interpreters and hotel restaurants. Lemonade also performed the acquisition of the insurtech Metromile, whose intricate sensors and AI technology have been used to monitor billions of miles of driving and accurately assess risk, by cross-referencing data with claims. By integrating these models into its platform, Lemonade aims to make its car insurance offerings more competitive, precise, and fair.

This year, the insurance industry has also embraced even more the use of CVC to drive innovation. According to a report by Bain & Company, CVC-backed investments now make up over 20% of global venture capital, a significant increase from the 11% recorded a decade ago. Insurance companies are leveraging CVC as a tool to scout for promising start-ups and potential acquisition targets, often targeting early-stage investments and treating CVC as a form of traditional M&A. CVC has proven to be an effective strategy for insurance companies looking to stay ahead of the curve and navigate the rapidly evolving tech landscape. As the value of CVC-backed investments continues to rise, we can expect to see more insurance firms embracing this approach in the coming years.

Колеватова А. В.,
канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА – ОСНОВА ПОБУДОВИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах господарювання для прийняття управлінських рішень необхідно мати потужну інформаційну базу, що слугуватиме фундаментом для цих цілей. Основою інформаційного забезпечення керівництва є облікова інформація, тому важливим моментом в управлінні підприємством є формування оптимальної облікової політики, що забезпечить можливість повного та достовірного формування даних обліку.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності [1]. Порівнявши вітчизняне та зарубіжне законодавство слід відмітити, що у нас облікова політика розглядається в загальному до усіх об'єктів обліку. В той час як за кордоном облікова політика стосується конкретного об'єкта обліку, а їх сукупність окреслює облікові політики підприємства.

Головне призначення облікової політики — встановити найвигідніші для конкретного підприємства методи обліку та на їх підставі скласти фінансову звітність, що відповідає встановленим якісним характеристикам. Отже, формуючи облікову політику, підприємство має обирати принципи, методи і процедури обліку так, щоб достовірно відобразити фінансовий стан і результати своєї діяльності та забезпечити зіставність фінансових звітів. Слід зазначити, що принципи, методи та процедури взаємопов'язані та мають свою ієрархічну послідовність. Тому доцільно буде навести взаємозв'язок між категоріями облікової політики (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язки між категоріями облікової політики [5, с. 54]

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| <i>Принципи облікової політики</i> | Автономності, безперервної діяльності, періодичності, єдиного грошового вимірника, історичної собівартості, нарахування та відповідності доходів і витрат, повноти висвітлення, обачності, превалювання сутності над формою, постійності. | | | |
| <i>Методи бухгалтерському обліку</i> | Хронологічне і систематичне спостереження | Вимірювання господарських засобів, процесів | Поточне групування | Підсумкове узагальнення |
| <i>Прийоми бухгалтерського обліку</i> | Документування | Оцінка | Рахунки | Баланс |
| | Інвентаризація | Калькулювання | Подвійний запис | Фінансова звітність |
| <i>Процедури бухгалтерського обліку</i> | Збір, пошук, реєстрація, перевірка інформації | Вимірювання, оцінка, розрахунок | Класифікація, обробка, часткове узагальнення | Повне узагальнення, зберігання інформації |

Складовими аспектами облікової політики в Україні є:

1) теоретичні засади бухгалтерського обліку – узагальнення, зберігання інформації базуються на загальнонаукових основах бухгалтерського обліку та основних законодавчих актах, що регулюють діяльність в цій сфері; також включають в себе основні принципи, дотримання яких є основою відображення в обліку господарських операцій;

2) методика – це сукупність методів та критеріїв оцінки, що регламентують облік основних засобів та малоцінних необоротних активів, запасів, фінансових інвестицій, розрахунків, забезпечень, доходів та витрат;

3) практика – включає в себе безпосереднє ведення обліку на вище перерахованих ділянках шляхом реєстрації в первинних документах та їх обробки; відображення господарських операцій згідно діючого Плану рахунків; узагальнення інформації в облікових регістрах обраної форми обліку; організація внутрішнього контролю та взаємодії бухгалтерії з іншими службами господарюючого суб'єкта [3, с. 328].

Як правило, облікова політика формується під конкретне підприємство, враховуючи організаційні, технічні та методичні аспекти його діяльності. Таким чином, облікова політика має відповідно організаційні, технічні та методичні складові. Попри це, встановленої структури наказу про облікову політику не існує. Його формування

покладається виключно на саме підприємство, з врахуванням усіх особливостей діяльності суб'єкта господарювання.

Облікова політика є інструментом управління бухгалтерським обліком на підприємстві. Однак значення облікової політики виходить за межі цього процесу. Як інструмент управління облікова політика підприємства має виконувати такі функції: - інформаційну, яка проявляється при аналізі форм фінансової звітності зовнішніми та внутрішніми користувачами; - захисну, при аудиторських і податкових перевітках, вирішенні судових спорів, тощо; - регулюючу, яка направлена на коректне відображення господарських процесів і зниження трудомісткості облікового процесу [3, с. 320].

Кожне підприємство встановлює облікову політику самостійно виходячи зі своєї структури, галузі та інших особливостей діяльності. Має бути дотримано одну найважливішу умову — єдність облікової політики на підприємстві. Це означає, що принципи, методи та процедури, передбачені обліковою політикою підприємства, повинні безапеляційно застосовуватися всіма його філіями, представництвами, відділеннями та іншими відокремленими підрозділами.

Отже, облікова політика є не лише сукупністю методик з метою формування звітності, але й інструментом організації та управління бухгалтерським обліком на підприємстві [4, с. 17]. Вибір облікової політики повинен здійснюватися на основі моделювання, центральною ланкою якого є система обліково-аналітичного забезпечення. Процес вибору облікової політики включає дані бухгалтерського обліку, статистичного дослідження, різну маркетингову інформацію. В цьому проявляється нерозривний зв'язок бухгалтерського обліку з прийняттям управлінських рішень. При цьому інформація, яка досліджується, підлягає перетворенню шляхом її аналітичної обробки.

Використовуючи облікову політику власники та адміністрація забезпечують максимальну ефективність господарської діяльності підприємства. Формування та реалізація облікової політики є тим інструментом, який дозволяє власникам побудувати бухгалтерський облік таким чином, щоб максимально задовольнити їх потреби в інформації для управління своєю власністю. Тому до формування облікової політики підприємства необхідно підходити з усвідомленням відповідальності. Поряд з цим, слід враховувати вплив облікової політики на показники діяльності підприємства, адже різні методи обліку призводять до різних фінансових результатів діяльності підприємства. Таким чином, при розробці облікової політики слід врахувати цілі інформаційного забезпечення різних груп користувачів облікової інформації.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua/news/view/mizhnarodni-standarty-finansovoi-zvitnosti--perekladukrainskoii-movoiu---rik?category=dohidna>

3. Пархоменко В. М. Реформування бухгалтерського обліку в Україні: Плани рахунків: загальний та спрощений. Регістри бухгалтерського обліку. Луганськ: “Футура” ДСД “Лугань”, 2001. 464 с.

4. Войтенко Т. В. Облікова політика. Податки і бухгалтерський облік. 2010. № ½. С. 16-22.

5. Радіонова Н. Облікова політика як методологічна основа управління підприємством. Бухгалтерський облік і аудит. 2015. № 2-3. С.53-60.

УДК 657.4:004]:631.11](043.2)

Моргун К. В.,

аспірант PhD кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Ужва А. М.,

д-р екон. наук, професор кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

РОЗВИТОК ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах сьогодення динамічний розвиток суспільства відбувається у зв'язку з глобалізаційними процесами які впливають і охоплюють різні сфери суспільного життя в різних країнах світу. Глобалізаційні процеси є наслідком еволюційного розвитку суспільства, світу в цілому.

Головне завдання кожної країни полягає в тому, щоб розвивалась її економіка та стабільно працювали всі галузі господарства. В глобальній економіці відбуваються трансформаційні процеси, які включають в себе переорієнтацію всій економічних суб'єктів на рівнях де більш ширше запровадженно цифрових та інформаційних технологій. Ці глоба-

лізаційні процеси збільшать та пришвидшать роботу в бізнесі, економіці в країнах та адаптують її до нових реалій часу. [1] Це стосуються як сфери виробництва, послуг та збуту. В умовах сьогодення вчені відокремили четвертий етап техніко-економічного розвитку суспільства – **Четверта промислова революція Індустрія 4.0** (*Industry 4.0*). Тобто це застосування цифрових програмних рішень у всіх сферах життя суспільства.

Зміст Четвертої промислової революції є цифровізація – це впровадження електронно-цифрових пристроїв, трансформація економіки, створення нових галузей в економіці із запровадженням таких технологій.

Сам процес цифровізації охоплює діяльність всіх суб'єктів господарювання від виробничого процесу до управління витрат на підприємствах. [3] Процес за яким характеризується впровадження нового та інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери економічної діяльності та життєдіяльності суспільства, це і є цифровізація економіки. За допомогою цих процесів товари та послуги стають більш доступними та обробка інформації підвищує доступність звичайного користувача до певних ринків та ефективність і конкурентоспроможність. Тобто користувач може отримати доступ до певного товару чи послуги в той момент коли йому це зручно в реальному часі. Цифровізація – це трансформаційні процеси на підприємстві. Що це мається на увазі, не лише зміни пов'язані з новим устаткуванням чи обладнанням, ведення нового програмного забезпечення, а й зміни та нові підходи щодо управління, зовнішня комунікація та корпоративна культура.

Запровадження новий цифрових технологій в реальний сектор на підприємства дозволяє підвищити ефективність та функціонування за рахунок швидкого, оперативного вирішення питань на самих підприємствах, пришвидшить прийняття правильних управлінських рішень, більш ефективних планів розвитку, збільшить опрацювання більшої інформації. Такий обсяг даних, інформацію людський ресурс не зможе опрацювати самостійно. [6] Для підвищення результативності обробки інформації, який можна проводити цілодобово в режимі реального часу надає саме цифровізація.

Урядом України було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та розвитку суспільства України на 2018 – 2020 роках і затверджено план заходів щодо її реалізації, яка втілила основні цілі цифрового розвитку:

- економічного зростання та залучення інвестицій;
- перетворення секторів економіки в конкурентоспроможну сферу;

- технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високотехнологічних виробництв;
- доступність для населення переваг та можливостей цифрового світу;
- розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва. [2]

Відповідно до Концепції розвитку цифрової економіки та розвитку суспільства України на 2018 – 2020 роках особливу увагу приділено запровадження цифровізації сільським територіям.

Напрями цифровізації в сільських територіальних громадах:

- здійснення електронної комерції;
- доступ до Інтернету;
- спільні зусилля держави та бізнесу у напрямку розвитку інфраструктури;
- створення нових додаткових робочих місць;
- зменшити міграцію сільських мешканців до міст.

Застосування нових цифрових технологій пришвидшить прийняття рішень на різних рівнях виробництва в умовах реального часу. Тобто цифровізація це є адаптація до змінного середовища. Так в вересні 2019 року було створено Міністерство цифрової трансформації України де було визнано цілі формування та реалізації державної політики у сфері цифровізації, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії тощо. [4, 5] Кожного року міністерство оприлюднює план роботи на наступний рік, де вказано всі заходи як планують зробити їх реалізацію та впровадження.

Новітні інформаційні технології матиме позитивний вплив на виробництво, якість продукцію, швидкість передачі інформації через інформаційне забезпечення всіх учасників ринку та бізнесу. Не дивлячись на це є проблеми з реалізацією, запровадження, перехід на новий рівень ведення бізнесу, недостатньо обізнаність у цій справі.

Отже, в Україні є всі необхідні умови для запровадження цифровізації в економіку. Кожне підприємство щоб воно функціонувало на це впливає багато факторів. А в нинішніх умовах особливо під час повномасштабної війни потрібно постійно змінюватися, прилаштовуватися щоб покращити свою конкурентоспроможність та прибутковість. Запровадження цифрових технологій пришвидшить ведення бізнесу, розвиток підприємств та управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Коломієць Г. М. Цифрова економіка: контроресійність змісту і впливу на господарський розвиток / Г. М. Коломієць, Ю. С. Глушач // Бізнес Інформ. – 2017. – №7. – С. 137-143
2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 – 020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження КМУ від 17.01.2018 № 67-р. // Урядовий кур'єр. – 2018. - №88
3. Лігоненко Л. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях / Л. Лігоненко, А. Хріпко, А. Доманський // Інтернаука : міжнародний науковий журнал. Економічні науки. – 2018. – Випуск №22 (62), 2 т. – С. 21 – 24
4. Міністерство цифрової трансформації України [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/ministry>
5. Положення про Міністерство цифрової трансформації України [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npsa/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919>
6. Шматковська Т. Цифровізація економіки та її трансформаційний вплив на розвиток стратегічного управлінського обліку/ Т. Шматковська, М. Дзямучич// Економічний форум. – 2022. - №2. - С. 95 – 100

УДК 657.1:339.5

Полоз Д. В.,

аспірант PhD кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Ужва А. М.,

д-р екон. наук, професор кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТОВАРІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В умовах сучасної глобалізації торгівля охоплює все більшу сферу життєзабезпечення населення, підприємств всього світу, об'єднуючи їхні можливості та ресурси для успішного розвитку. За останні кілька десятиліть процес глобалізації, зміни в економічній системі, загострення конкуренції, значне економічне зростання та диверсифікація негативних факторів мали значний вплив на діяльність

суб'єктів господарювання, особливо у сфері торгівлі. В сучасних економічних умовах одним із важливих напрямів підвищення ефективності роботи в сфері торгівлі є вдосконалення бухгалтерського обліку в системі управління підприємств. У зв'язку з цим важливо розуміти, як працюють сучасні бухгалтерські, аналітичні та фінансові системи, адаптовані до сфери торгівлі. У цьому випадку управління господарською діяльністю суб'єктів торговельного сектору вимагає від системи бухгалтерського обліку більш якісного інформаційно-методичного забезпечення, що дасть можливість подальшого функціонування і розвитку підприємства в сфері торгівлі.

Зрозуміло, що переміщення товарів здійснюється на підставі основних документів: рахунків-фактур, накладних, закупівельних документів, касових чеків та інші. На цій основі відповідальні особи регулярно готують звіти про наявність і рух товарів, тари і подають їх в бухгалтерію організації, використовують цей звіт для моніторингу поведінки осіб з основними обов'язками і управління товарними запасами. На підприємствах торгівлі основним завданням бухгалтерського обліку є контроль за виконанням поставок за договорами постачальників, реалізованих покупцям товарів і за станом товарних запасів, як правило, ці відносини документально оформлені у формі договору купівлі-продажу. На складі товар приймає тільки фактично відповідальна особа при наявності товаросупровідних документів. Тільки у рідкісних випадках, коли супровідні документи відсутні, товар може бути прийнятий на склад після складання акту про фактичну наявність отриманого товару та констатації відсутніх документів. У цьому випадку проблема полягає у визначенні первісної вартості товарів, які надходять на склад без супровідних документів.

Важливе значення має чітка та професійна організація бухгалтерського обліку товарів в системі управління підприємств торгівлі. Але на сьогодні залишилося невирішеним кілька питань, щодо обліку товарів. По-перше, практика обліку товарних запасів торговельних підприємств спричиняє неузгодженість методик обліку, тобто неупорядкованість. По-друге, відсутній чіткий облік невикористаних товарно-матеріальних цінностей у господарській діяльності підприємства. По-третє, інвентаризація товарів, які надходять безоплатно і не використовуються в господарській діяльності не класифікуються як такі, що принесуть фінансову вигоду в майбутньому. Вирішення всіх цих питань потребує відповідної координації методів та розробки методичних рекомендацій практичного застосування на підприємствах торгівлі. Окрім бухгалтерського обліку для підприємств торгівлі важливим є також

управлінський облік, оскільки його основною метою є управління запасами з метою збереження вартості, що задовольнить попит, забезпечить безперебійну роботу. Поставлені цілі визначають дії керівництва підприємства, в тому числі контроль за веденням обліку запасів, вимоги до замовлення на наступну партію поставки товарів. Як ми бачимо, це складний багатоступінчастий процес, що складається з ряду заходів, спрямованих на формування відповідної структури для підтримки оптимального та ефективного рівня запасів і своєчасного їх поповнення.

Отже, на сьогодні існує декілька питань, щодо удосконалення обліку товарів в системі управління підприємств торгівлі, які потребують вирішення, а саме: відсутність чіткої розробленої політики щодо формування загальної структури товарів; неконтрольована система товарів, що фіксується у дефіциті або надмірних обсягах; неефективна система списання товарів, не чітко відображення механізму обліку товарів в обліковій політиці підприємства, не використовуються в повній мірі методи управлінського обліку.

Варто наголосити, що раціональне функціонування системи управління підприємств торгівлі можливе за умови професійно сформованого механізму на основі складського, бухгалтерського, управлінського обліку. Для удосконалення організації бухгалтерського обліку товарів в системі управління підприємств торгівлі доцільно переш за все переглянути облікову політику підприємства, встановити ліміти для списання товарів, а також налагодити контроль за резервуванням, накопиченням. Не менш важливим є використання сучасного програмного забезпечення, що забезпечить проведення інвентаризації товарів, формування резервів товарів для потенційних замовників, прогнозування кількості необхідних товарів для поповнення складу. Тож, дослідження в напрямку удосконалення організації бухгалтерського обліку товарів сприятиме у формуванні єдиного ефективного механізму для організації бухгалтерського обліку товарів в системі управління підприємств торгівлі.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. No 996- XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
2. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 20.10.1999 No 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>

3. Шмигель О. Особливості розроблення облікової політики торговельних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2021. № 3-4. С. 159-163. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.22>

УДК: 330.43

Руденко Н. О.,

канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МЕТОДИ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Економічні дослідження в узагальненому розумінні часто покликані встановити наявність та силу зв'язку між окремими подіями, фактами, явищами. Такий зв'язок може бути попередньо обґрунтовано теоретичним чином, однак досить частко його потрібно довести на практиці. Це може стосуватися макрорівня та впровадження окремих державних або суспільно важливих проєктів, або ж мікрорівня та роботи із запитамми з боку корпорацій.

Досить часто глобальні проєкти пов'язані із значними бюджетами та потенційно високими інвестиціями, тому у інвестора (ким би він не був) має бути впевненість, що застосований інструмент (політика, підхід, реформа, зміна стратегії тощо) здійснить суттєвий вплив і забезпечить досягнення запланованого результату. Таку впевненість можуть дати статистично значимі результати попередніх досліджень або досліджень на обмеженій вибірці. Відносно невелике втручання можна оцінити з точки зору подальшої екстраполяції такого впливу на всю сукупність. Втім, потрібно відзначити, що навіть таке втручання (експеримент) може собі дозволити лише держава (якщо це стосується її сфер зацікавленості) або потенційний інвестор (якщо це стосується збільшення прибутку для бізнесу), однак, науковці, які будуть надавати оцінку, таким ресурсом здебільшого не володіють.

На макрорівні подібних прикладів досить багато, приведемо лише окремі: конкурс стартапів для підприємців задля розвитку малого та середнього бізнесу в країні (як в Нігерії, 2011 р.); допомога при легалізації малого бізнесу для зменшення тіншового сектору економіки (як в Шрі-Ланці, 2013 р.) тощо. Також це можуть бути рішення щодо:

- розвитку: чи збільшують умовні грошові трансферти сім'ям рівень відвідування школи? (в тих країнах, де стоїть питання освіченості населення);

- ринку праці: чи допомагають субсидії на відкриття бізнесу безробітним повторно інтегруватися на роботу?
- інфраструктурної політики: чи посилення широкосмугового доступу до Інтернету впливає на зростання зайнятості в установах?
- туристичної політики: чи скорочення податків для сектору гостинності та інвестиції в інфраструктуру збільшують рівень зайнятості в регіоні?

Усі ці приклади мають одну спільну рису: є певне втручання, є суб'єкти, на які воно (не) впливає, і є певний результуючий показник.

Головне питання, яке цікавить дослідників тут: що б сталося, якби задіяні суб'єкти не були піддані впливу?

Зрозуміло, що отримати об'єктивну відповідь не можливо, бо суб'єкт не може одночасно бути підданий впливу і не бути. Тому, потрібно підібрати таку збалансовану вибірку, щоб можна було виділити як мінімум 2 однорідні групи об'єктів, одна група для впливу, а інша – контрольна.

Значною проблемою може бути потенційна не випадковість учасників, тобто, несхожість за важливими характеристиками (фізичні особи можуть відрізнятися рівнем освіти, досвідом роботи на ринку праці, компанії можуть відрізнятися за продуктивністю, розміром фірми, сектором; регіони можуть бути різними за щільністю населення, віковим розподілом, галузевим складом), таким чином, просте (медіанне) порівняння не має сенсу через упередженість відбору (selection bias).

Звичайно, існують методи нівелювання впливу упередженого відбору, їх поєднано у три категорії:

- експериментальні методи;
- квазі експериментальні методи;
- неекспериментальні методи.

Кожен підхід має свої сильні та слабкі сторони та працює лише за умови дотримання певного набору припущень. Який з них найкраще підходить для проблеми, що розглядається, залежить від питання оцінки, інституційних особливостей, наявності даних тощо.

Ідеальним буде вважатися, якщо оцінювач бере участь на ранніх етапах розробки програми та має вплив на дані, зібрані для подальшої оцінки. А саме, бере участь у: визначенні цілей програми (а саме, що буде вважатися за успішний результат), вигляду програми, впровадженні та зборі базових даних, зборі даних про кінцеві результати, оцінці впливу.

Основні проблеми, з якими також може стикнутися оцінювач, це різні комбінації обмежень часу проведення дослідження, бюджету дослідження та даних, з якими слід працювати.

Якщо вхідні дані з певної причини не можуть бути порівняні між собою, то потрібно використовувати різні методи оцінки (рис.1).

Відмінності у відборі через спостережувані характеристики можуть бути наступні:

- регіони, які отримують допомогу на розвиток, мають більшу ймовірність мати нижчу освічену робочу силу, ніж інші регіони;
- компанії, які отримують субсидії на R&D, часто більші та продуктивніші, ніж ті, хто не отримує субсидії.

Відмінності у відборі через неспостережувані характеристики можуть бути представлені таким чином:

- раніше безробітні учасники стартової субсидії можуть бути більш мотивованими, ніж інші безробітні;
- бідніші домогосподарства в країнах, що розвиваються, які отримують грошові перекази, можуть дотримуватися більш традиційних сімейних цінностей, ніж небідні домогосподарства;
- країни, які субсидують позики для стартапів, також можуть мати менший бюрократичний тягар для відкриття бізнесу.

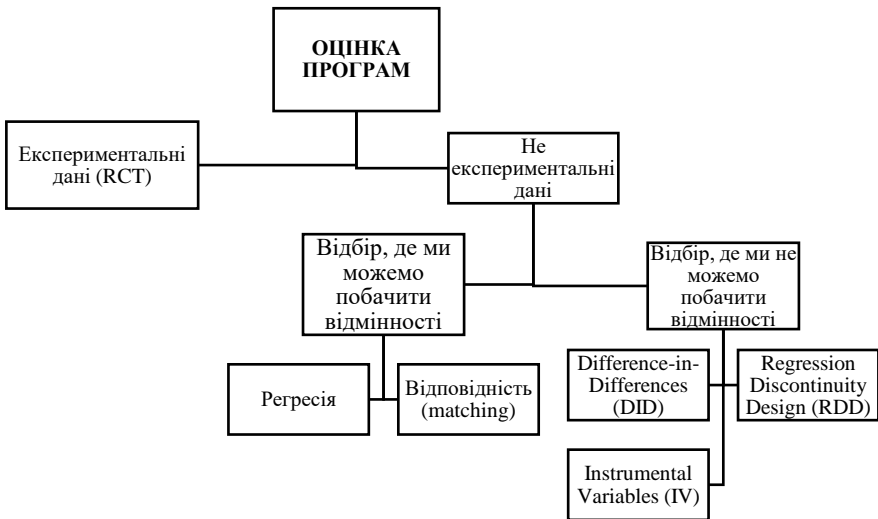


Рис.1. Методи оцінки результатів впливу

Найкращим і водночас найдорожчим методом є отримання експериментальних даних через запровадження випадкового контрольованого дослідження (RCT). Тут з цільової вибірки обирають 2 або більше групи елементів (учасників), одна залишається контрольною для порівняння здійсненого впливу, а інша (інші) отримують певний вплив,

який в кінці експерименту оцінюється у порівнянні із контрольною групою. Тут всі учасники відібрані випадковим чином, розподілені на групи також випадковим чином, враховані та збалансовані всі потрібні характеристики, тому наслідки впливу можуть бути однозначно пов'язані із цим впливом (treatment), а не бути результатом іншого не врахованого фактору.

Методи зіставлення (відповідності, matching) мають на меті імітувати RCT із даними спостережень. Ідея в тому, щоб обрати для кожного учасника одного (чи багатьох) статистичних близнюків із вибірки не учасників. Вони мають бути ідентичними за всіма відповідними характеристиками. Таким чином, вибірки також будуть збалансовані за показниками. Якщо показників багато, то краще застосувати індекс, який буде включати всю інформацію. За наявності широкої та якісної вибірки даних цей метод майже не поступається RCT.

Метод «різниці в різницях» (DID) часто використовується разом із певним «природним експеримент», який відбувається через вже заплановану зміну політики, де на одну групу одиниць впливає така зміна, а на одну групу не впливає. Наприклад: один штат підвищує мінімальну заробітну плату, а сусідній – ні. Тут вимірюються дані в обох групах до втручання та після. Враховують відмінності, які вже бути присутні в даних між обома штатами, а потім додатково враховують відмінності, які бути отримані після впровадження змін. Таким чином, знаходять чистий вплив інструмента на результуючі дані. Цей метод потребує значних даних за період часу до втручання для більш чіткої оцінки впливу. Вибір часових рамок для втручання також може вплинути на результати, що є певним недоліком даного методу.

Метод «розриву регресії» (RDD) – це квазі експериментальний метод, який має на меті визначити причинно-наслідкові наслідки втручання шляхом визначення межі або порогу, вище або нижче якого відбувається втручання. Шляхом порівняння спостережень, що знаходяться недалеко по обидва боки від порогу (cut-off point), можна оцінити середній ефект впливу у вибірці, де рандомізація неможлива. Ідея полягає в тому, що учасники, які мають результати поряд із пороговим (трохи менші та трохи більші) є досить схожі між собою в цілому, а тому можуть бути розглянуті як збалансована вибірка для оцінки.

Багато програм працюють з певним обмеженням відповідності щодо обумовленого індексу, де можна використовувати вказаний підхід, наприклад:

- програма боротьби з бідністю: право на отримання трансфертів мають лише домогосподарства, нижче певного індексу забезпеченості;
- допомога по безробіттю: працівники старше певного віку отримують допомогу по безробіттю протягом більш тривалого періоду;
- університетська освіта: певний університет приймає абітурієнтів лише в тому випадку, якщо вони набрали вище певного порогового значення за стандартизованим іспитом з математики;
- структурні фонди: регіон/країна отримує підтримку, лише якщо ВВП нижчий за певний рівень.

Однак, тут слід враховувати, що оцінений ефект стосується лише обраної когорти (в проміжку точки розриву).

Метод інструментальних змінних (IV) використовується для оцінки причинно-наслідкових зв'язків між двома показниками (явищами тощо), коли контрольовані експерименти неможливі або коли ефект втручання не можливо однозначно оцінити в рандомізованому експерименті. Для отримання точної оцінки зв'язку між показниками дослідники підбирають таку додаткову змінну, яка одночасно була б абсолютно не пов'язана з результируючим показником (response or dependent variable) напряму і точно б впливала на початковий показник (independent variable). Дослідники отримують два рівняння регресії: 1) вплив обраної інструментальної змінної на початковий показник та 2) вплив оціненого значення початкового показника (оцінка імовірності) на результируючий показник. І таким чином, при статистичній значимості цього оціненого показника в другій регресії, можна стверджувати, що явища, що лежать в основі оціненого показника (independent variable) та результату (dependent variable), пов'язані.

Отже, рандомізовані контрольовані дослідження вирішують проблему відбору шляхом випадкового розподілу бажаних у групу втручання та контрольну групу. Метод зіставлення імітує РКД шляхом збалансування спостережуваних характеристик шляхом вибору статистичних близнюків як осіб для порівняння. Різниця у різницях (DID) може ефективно використовуватися при проведенні «природних експериментів». Метод інструментальних змінних дає можливість використати зовнішні змінні в процесі відбору та порівняти результати індивідуумів, рішення про вплив на які залежить від значення інструменту. Метод розриву регресії (RDD) використовує механізми відбору на основі правила відсікання для деяких спостережуваних характеристик і порівнює результати індивідів трохи нижче та трохи вище відсікання. Наведений перелік не є виключним, однак тут названі найбільш поширені методи оцінки результатів впровадження певних заходів чи програм.

Ужва А. М.,
д-р екон. наук, професор кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасних умовах господарювання між різними сферами підприємницької діяльності виникають питання суперництва, боротьби та досягнення більш вигідної та високої позиції функціонування підприємств на конкурентному сегменті ринку. Кожен підприємець має за мету отримати максимальний прибуток від функціонування власного підприємства, зважаючи на прийняття правильних і раціональних управлінських рішень та здатність підприємства тримати лідируюче місце між конкуруючими суб'єктами. Тому перед підприємствами виникають серйозні питання виживання.

Конкурентні переваги являються рушійними силами для досягнення підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Якість виконання функціональних обов'язків в основних структурних підрозділах є гарантією результативності діяльності. Слабкий рівень виконання окремих функцій управління здатний погіршити конкурентні позиції підприємства. Особливого значення така точка зору набула в умовах відкритих ринкових відносин, коли система управління підприємства відзначається досить високим рівнем складності та ризиковості.

Багатофункціональність системи управління викликає необхідність застосування додаткових механізмів, які б інтегрували окремі функції у рамках єдиної системи, гарантували прозорість результату як основного чинника, що характеризує рівень організації діяльності підприємств. Зовнішні умови, такі як війна з росією, нестабільне законодавство в Україні, відсутність чітких пріоритетів у державному регулюванні економіки, політичні турбулентності та інші фактори, негативно впливають на конкурентоспроможність підприємств. Порушення системного підходу до управління призводить до неконтрольованих проблем у різних сферах та ускладнює досягнення підприємством поставлених цілей.

В такій ситуації ефективним рішенням є впровадження контролінгу, який є новою ефективною концепцією управління в рамках менеджменту. Українські підприємства використовують концепцію контролінгу лише обмежено, що не сприяє покращенню їх результатів. Актуалізація питання виникнення і впровадження концепції

контролінгу на підприємствах обумовлена необхідністю системної інтеграції різних аспектів управління бізнес-процесами.

Основні положення щодо сутності контролінгу, його розвитку, сучасного стану висвітлені в дослідженнях зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: А. Шигаєва, М. Пушкаря, І. Давидовича, В. Панкова, Й. Вебер, Г. Кюппер, П. Хорват, К. Штайнле та інших. Проте існує низка теоретичних і практичних питань щодо використання результатів діяльності контролінгової служби для забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств, тому вирішення цього питання є особливо актуальним.

В сучасних умовах функціонування підприємств харчової промисловості виникають значні труднощі, що пов'язано з системною кризою, яка ще більше поглиблює конкурентні процеси. Попередні системи контролю та інформаційної підтримки не забезпечують якісного супроводу управлінських рішень, тому з'явилася потреба у запровадженні системи контролінгу.

Кризові процеси на підприємстві змушують його керівництво шукати нові інструменти планування та управління. Управління бізнес-процесами потребує комплексного підходу до вирішення численних проблем, спричинених зовнішніми та внутрішніми чинниками. Недостатність інформації про поточний стан та перспективи розвитку підприємства є одним з основних внутрішніх факторів невизначеності для керівництва. Тому потрібні актуальні підходи до управління та їх інструменти, які дозволяють отримувати сигнали про можливу кризу та уникати негативних тенденцій.

Ключовим елементом сучасної системи антикризового управління є використання сучасних інформаційних технологій, що дозволяють оптимізувати процес розвитку підприємства. Контролінг як складова антикризового управління забезпечує систематичні перевірки виконання завдань та запобігає відхиленням від намічених шляхів. Він також спрямований на підтримку управлінських рішень та запобігання кризовим ситуаціям, забезпечує своєчасне одержання інформації, а також оперативне реагування, розробку і прийняття управлінських рішень.

У сучасних умовах західні підприємства активно використовують концепцію контролінгу, що приносить позитивні результати. В основі концепції системного управління підприємством лежить прагнення забезпечити успішне функціонування організаційної системи у довгостроковій перспективі через:

- адаптацію стратегічних цілей до умов зовнішнього середовища, що змінюються;

- узгодження оперативних планів зі стратегічним орієнтиром розвитку підприємства;
- координацію та інтеграцію оперативних планів за різними бізнес-процесами;
- створення системи забезпечення менеджерів інформацією для різних рівнів управління в оптимальні проміжки часу;
- адаптацію організаційної структури управління підприємством для підвищення її гнучкості та здатності швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Однак в управлінні вітчизняними компаніями цей підхід не знаходить належного застосування, переважно через недостатнє розуміння цієї системи управління. Розуміння концепції контролінгу пройшло значний шлях. Перші згадки про використання контролінгу належать до 15 століття, коли при дворі англійського короля функціонувала посада контролера, який відстежував грошові та товарні потоки. Відомі представники німецької економічної школи, такі як Й. Вебер, Г. Кюшпер, Д. Хан, П. Хорвач, К. Штайнле, розглядали контролінг як систему координації планування, контролю та інформаційної підтримки для менеджменту.

Служба контролінгу перш за все займається обліком і аналізом витрат і результатів діяльності підприємства. Фактичні дані для аналізу надходять від бухгалтерії. Контролер отримує статистичні розрахунки, планові дані і результати порівняння фактичних значень з плановими величинами з планової і фінансової служб підприємства. На основі цих розрахунків головний контролер робить рекомендації вищому керівництву щодо зменшення витрат і збільшення прибутковості і рентабельності виробництва і збуту. Ці рекомендації служать основою для ухвалення управлінських рішень.

Контролінг широко використовується при прогнозуванні цін, визначенні допустимих меж цін, розрахунку очікуваних прибутків і податкових платежів, а також при оцінці ефективності різних інвестиційних проєктів. Інформація, що надається службою контролінгу керівництву підприємства, є ключовою для оперативного і стратегічного управління. Контролінг, як інструмент управління, дозволяє уникнути неузгодженості під час прийняття управлінських рішень і своєчасно виявити прихований потенціал у системі управління. Основним завданням контролінгу є вирішення вузьких місць, виявлених на основі аналізу даних планування, обліку, аналізу та контролю, а також орієнтація на досягнення результату шляхом створення системи планування, збору інформації щодо використання ресурсів і прийняття управлінських рішень.

У різних організаційних структурах контролінг відіграватиме ключову роль як у оперативному, так і в стратегічному управлінні. Проте, слід підкреслити, що головна мета контролінгу полягає в досягненні встановлених цілей системою управління, що орієнтована на результат. Це досягається завдяки розвиненим функціям координації діяльності, сервісної підтримки менеджменту на всіх рівнях управління та в усіх функціональних підрозділах, а також завдяки постійній адаптації системи до змін у навколишньому середовищі. Аналіз порівняльних характеристик дозволяє об'єднати загальні риси та уточнити поняття та економічний зміст контролінгу. Контролінг представляє собою функцію управління, що інтегрує всі інші функції на підприємстві, орієнтовану на встановлені цілі діяльності, сприяючи формалізації міжфункціональних взаємозв'язків у системі управління, що дозволяє досягати встановлених цілей своєчасно.

Контролінг взагалі є системою управління міжфункціональними взаємозв'язками, що притаманні будь-якій системі управління. Формалізація окремих елементів цієї системи спрямована на орієнтацію кожного з них на встановлені цілі діяльності. Наявність реального власника, який несе відповідальність за результати, є ознакою ефективного функціонування підприємства. Дієздатність власника зумовлена єдністю функції управління та категорії власності, що проявляється у єдності власності та готовності нести ризик, у єдності управління підприємством, самостійності в прийнятті рішень та відповідальності за результати. З точки зору контролінгу найбільш відповідною проблематикою інтегрованого управління є класифікація підприємств за ознаками власності. Такий підхід є максимально близьким до суті систем управління, орієнтованих на цілі діяльності.

У системі управління будь-якого підприємства повинні бути зосереджені основні елементи інтегрованого підходу, такі як стратегічне планування, перетворення стратегій на оперативний рівень, досягнення оперативних цілей через систему бюджетів та управління на основі відхилень, яка дозволяє підтримувати підприємство в рамках визначеного курсу розвитку. Підприємства, визначаючи свої цілі, можуть створити власний каталог критеріїв, у якому описуються основні вимоги до процесу постановки цілей з урахуванням того, що цілі в системах управління можуть бути досягнуті лише тоді, коли вони відповідають реальним умовам як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Контролінг є складною системою, яка досліджує траєкторію стратегічного розвитку підприємства на основі визначеної генеральної мети, матеріальних, вартісних і соціальних цілей, відстеження

тенденцій розвитку виробничих програм, господарських процесів, інвестиційних проєктів та фінансової діяльності на основі планування, обліку, аналізу та контролю сукупності економічних показників і забезпечує інформацію для прийняття управлінських рішень.

Контролінг є системою інформації, яка сприяє забезпеченню тривалого існування підприємства. Складність сучасних умов забезпечення прийняття рішень вимагає посилення узгодженості в діях штабних і лінійних управлінських кадрів. Дослідження значення контролінгу на підприємстві доводить, що організація контролінгу вимагає врахування специфіки діяльності та індивідуальності системи управління кожного окремого підприємства. З урахуванням цього, підходи до організації контролінгу на різних підприємствах можуть відрізнятися. Проте, в рамках загального алгоритму постановки цієї функції обґрунтовано певну послідовність дій, яка передбачає організацію загального інформаційного середовища, планування на його основі, забезпечення належного обліку результатів внутрішньої діяльності, контроль за плановими даними та даними обліку, а завершується це розробкою необхідних заходів з регулювання на основі відхилень. Такий науковий підхід до постановки та подальшої функціональності контролінгу вважається найбільш логічним.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О., Побережна З. Організаційно-економічне забезпечення антикризового управління бізнес-процесами при реалізації реінжинірингу діяльності підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2020. № 4 (72). С. 155-163.
2. Гавриленко В. О. Завдання контролінгу в антикризовому управлінні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Випуск 23. С. 601-603 URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/117.pdf>
3. Пілецька С. Т., Коритько Т. Ю., Ткаченко Є. В. Модель інтегральної оцінки економічної безпеки підприємства. Економічний вісник Донбасу. 2021. №3(65). С. 56-65.

Черненко К. П.,
канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE ECONOMIC RECOVERY OF UKRAINE

The challenge to be overcome: the need to improve global competitiveness through increased competitiveness of SMEs and public sector organisations as a result of digitalisation.

This ensures the solution of tasks in the areas specified in the National Economic Strategy for the period up to 2030, namely:

1. Acceleration of economic activity – by providing coverage of digital infrastructures and platforms.

2. Transformation of resource sectors of the economy into highly productive, intellectual and competitive ones.

3. Transformation of life spheres into efficient, modern and comfortable ones, including raising awareness of the functionality of digital tools; updating and implementing new service delivery standards that require the mandatory use of digital tools.

4. Creation of new opportunities for the realisation of human capital, new jobs; digital technologies become more available.

These activities will help create the economic and social conditions for Ukraine's recovery. The introduction of digital technologies will have a triple effect: for professionals in different fields, it will intensify their work, improve the quality of work due to the use of the most modern tools (it will automate and digitise the work of companies and organisations to increase their efficiency); for enterprises of various forms of ownership, including the public sector, implementing innovative digital tools – to increase competitiveness and sustainable development; for the development of the field of digital technologies – to scale up operations and develop scientific and technical developments to improve digital tools.

To ensure environmental sustainability, it is necessary to choose digitalisation tools for enterprises and organisations that will help to: reduce consumption / use of fuel, natural gas and electricity from non-renewable energy sources; switching to more energy and resource-efficient production technologies; active participation in energy efficiency – entering the market with new energy-efficient solutions; increasing attention to the environmental characteristics of goods and services: revise production processes to take into account environmental requirements; invest in research

and development (R&D) to create more environmentally friendly products; take into account future requirements for eco-design of goods and consider the entire life cycle in the production of goods; participate in the development of secondary raw materials – enter the market with goods made from secondary raw materials.

Thus, the development of digitalisation will make it possible to produce goods and provide services at a highly competitive level by bringing together business, science and the public sector, which will contribute to the rapid proportional growth of business, public and private initiatives, also ensuring safety for the environment.

Підсекція: Розвиток бізнес-середовища в умовах невизначеності

УДК 330.341.1

Безсльозна В. Ю.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лункіна Т. І.,

д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження кадрового забезпечення діяльності підприємства залишається актуальним завдяки швидкій зміні ринкових умов, технологічному прогресу та соціально-економічним тенденціям. У сучасному світі підприємства конкурують на ринку праці. Розуміння та адаптація до різних культур, норм і вимог стає ключовою складовою успішного кадрового забезпечення. Кадрове забезпечення відіграє ключову роль у мінімізації ризиків для підприємства, таких як: втрата кваліфікованих працівників, конфлікти на робочому місці та порушення правил безпеки праці. Враховуючи ці фактори, дослідження особливостей кадрового забезпечення діяльності підприємства залишається критично важливим для успішного функціонування організацій у сучасному бізнес-середовищі.

Персонал (або кадровий склад) підприємства є його визначальним ресурсом, і успішність та конкурентоспроможність організації значною мірою залежать від раціонального та ефективного використання цього головного активу. Персонал є динамічним каталізатором у виробничому процесі, де їх взаємодія з матеріально-технічними елементами породжує створення продукції, формує вартість та приносить прибуток. Враховуючи це, склад і структура кадрів мають відповідати вимогам складності та масштабу завдань [2, с. 81].

За кадрового забезпечення на підприємстві відповідає кадровий підрозділ (відділ кадрів). По суті, кадровим забезпеченням діяльності підприємства є комплекс заходів та рішень щодо формування структури підприємства з погляду робочого ресурсу. Діяльність з кадрового забезпечення заснована на процесах прогнозування та планування

потреби в персоналі, проведенні набору та відбору на вакантні посади, навчання та розвиток персоналу, а також робота з кадровим резервом. Предметом кадрового забезпечення діяльності підприємства є сам процес управління кадровим забезпеченням [3]. Тому доречно також розглянути завдання кадрового забезпечення діяльності підприємства (рис. 1).

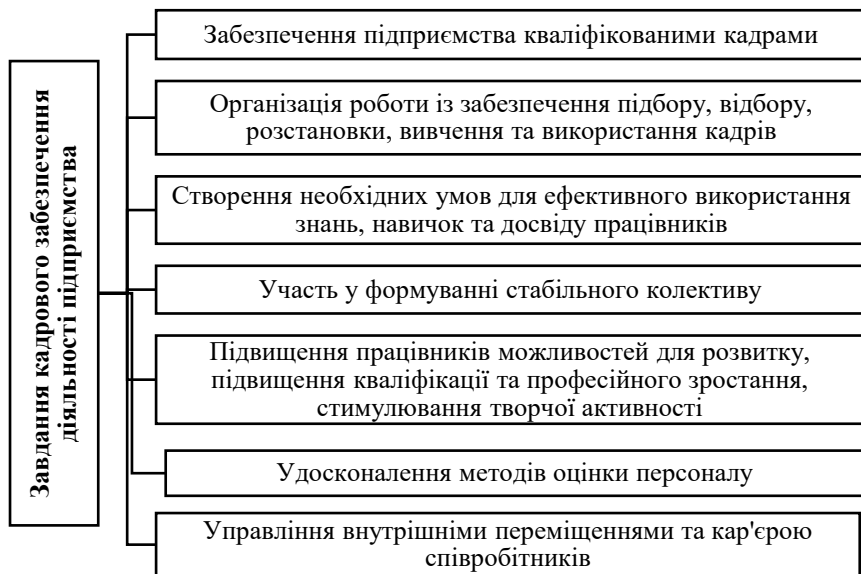


Рис. 1. Завдання кадрового забезпечення діяльності підприємства

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [3]

Кадрова політика встановлює основний вектор та ключові принципи управління персоналом, розробляється власниками підприємства, вищим керівництвом і кадровою службою, визначаючи загальні та специфічні вимоги до персоналу.

Кожне підприємство формує власні унікальні принципи кадрової політики. Серед загальних принципів, які характерні для більшості підприємств, варто відзначити: справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність та відсутність дискримінації. Основою для кадрової політики є концепція управління персоналом підприємства. Ця концепція, як і виробнича, фінансово-економічна, науково-технічна та маркетингова концепції, становить

невід'ємну частину загальної концепції розвитку підприємства (організації). При реалізації кадрової політики існують альтернативи, що враховують реальний стан економіки. Таким чином, вибір кадрової політики пов'язаний не лише з формулюванням основної мети, але й з вибором засобів, методів та пріоритетів.

На сьогодні виділяють декілька типів кадрової політики:

- пасивний – підприємство характеризується відсутністю чіткої програми дій у сфері управління персоналом, а кадрова політика обмежується вирішенням наслідків негативних ситуацій;

- реактивний – керівництво підприємства реагує на симптоми кризової ситуації (конфліктні ситуації, дефіцит кваліфікованої робочої сили, низька мотивація до високопродуктивної праці) і вживає заходів для локалізації кризових явищ;

- превентивний – керівництво підприємства має обґрунтовані прогнози розвитку ситуації, однак не має засобів впливу на неї;

- активний (раціональний) – керівництво підприємства має якісний діагноз, а також обґрунтований прогноз розвитку ситуації і засоби впливу на неї;

- авантюристичний – керівництво підприємства не має обґрунтованого прогнозу розвитку кризової ситуації, але впливає на неї доступними методами [1].

Детальне вивчення та систематизація результатів провідних науковців у галузі управління кадровою політикою дозволили узагальнити та обґрунтувати існуючі підходи до оцінки ефективності. Ретельний аналіз наданих підходів виявив 4 основні напрями:

- системний підхід;
- цільовий підхід;
- витратний підхід;
- ресурсний підхід;
- зацікавлені сторони [1].

На поточний момент оцінка ефективності кадрової політики стикається з певною складністю, що пояснюється відсутністю чіткого теоретичного й практичного рішення. Під час дослідження та оцінки ефективності кадрової політики практично неможливо врахувати значні резерви інтенсивності роботи кожного окремого працівника, оскільки вони можуть змінюватися та залежати від його бажань, натхнення, настрою та рівня задоволеності працею.

Ураховуючи це, а також з огляду на майбутнє формування ефективного механізму організаційно-економічного забезпечення ефективності кадрової політики в виробничих підприємствах,

пропонується методичний підхід до оцінки ефективності процесів кадрової політики підприємства.

Оцінка рівня управління кадровою політикою є одним із найбільш вагомих етапів процесу управління підприємством. Ключові параметри мети оцінки кадрової політики полягають у:

- визначенні завдань процесу управління кадровою політикою;
- забезпечення підґрунтя для формування кадрового резерву підприємства;
- формування основ для підвищення ефективності використання трудових ресурсів;
- визначення потенційно важливих працівників, які зможуть зробити внесок у забезпечення стабільності діяльності підприємства та у досягнення довгострокових стратегічних цілей;
- визначення потреби у зростанні чи скороченні інвестицій у розвиток персоналу [5].

Важливим показником є стабільність персоналу, що характеризується показниками руху кадрів на підприємстві:

- показники середньооблікової чисельності робочої сили;
- коефіцієнт плинності кадрів;
- коефіцієнт стабільності кадрів [5].

Найбільш об'єктивний аналіз кадрової політики може бути проведений шляхом використання дохідного підходу, що базується на оцінці ефективності використання ресурсів підприємства. У якості кількісних показників використання трудових ресурсів рекомендується враховувати наступні характеристики:

- продуктивність роботи;
- граничні межі стимулювання її зростання;
- кінцеві результати виробництва [4, с. 68].

Отже, враховуючи відсутність єдиного ефективного інструменту визначення рівня ефективності кадрової політики, згідно з наведеною вище моделлю оцінювання ефективності кадрової політики, нами був представлений методичний підхід для оцінки процесів ефективності управління персоналом на підприємстві.

Ризики, пов'язані з управлінням кадрами на сучасному підприємстві, охоплюють значно більший спектр аспектів, ніж просто виток інформації. Ці загрози також включають в себе якість виконання праці, кваліфікації працівників, наявність творчого потенціалу та інші ключові аспекти.

Такими загрозами на підприємстві можуть бути:

- втрати, пов'язані зі зниженням кадрового потенціалу;
- розголошення конфіденційної інформації;

- помилки, викликані низькою кваліфікацією працівників;
- несправності, спричинені високим рівнем стомлюваності та монотонності праці;
- відсутність організованого підходу до наукової організації праці;
- присутність професійних захворювань;
- незацікавленість у досягненні результатів роботи;
- відсутність можливостей для професійного та кар'єрного росту [4].

Таким чином, кадрове забезпечення є комплексом дій, які спрямовують на реалізації управлінських рішень, за рахунок проведення низки заходів, таких як добір, навчання, підготовку, перепідготовку кадрів, а також стимулювання та юридичний захист працівників тощо. Було проаналізовано різні підходи до оцінювання кадрової політики на підприємстві, а також визначено, що важливими показниками ефективності кадрового управління на підприємстві є коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт стабільності кадрів, продуктивність роботи та інші. Перспективами подальших досліджень є оцінювання ефективності кадрової політики на великому підприємстві України.

Список використаних джерел

1. Гавкалова Н. Л., Терещенко Л. В. Методичний підхід до оцінювання ефективності менеджменту персоналу на підприємстві. *Бізнес Інформ*, 2018. № 12. С. 465-470.
2. Гунченко М. В. Особливості формування та реалізації кадрової політики підприємства у сфері мотивації праці. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2019. Вип.1. Ч.1. С. 80-82.
3. Захаренко А. В. Сутність кадрового забезпечення на підприємствах. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*, 2023. № 5. С. 137-142.
4. Стрехова С. В. Кадрова політика: важелі впливу на ефективність, механізми та інструменти реалізації. *Економічний часопис – XXI*, 2018. №3-4. С. 66-70.
5. Щербаков В. Г. Управління персоналом: навч. посібник. Харків: ХНЕУ, 2015. 218 с.

Білик Р. Р.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Лункіна Т. І.,
д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах динамічного зовнішнього середовища підприємствам необхідно знати та вміти використовувати прийоми маркетингової діяльності: чітко знати, що таке ринок і як він функціонує, хто на ньому діє і які його запити тощо. Процес управління маркетинговою діяльністю включає відповідну систему заходів, які використовуються для утримання та залучення потенційних клієнтів. З метою підтримки конкурентоспроможності, стабільного та високого рівня попиту на вироблений товар чи послугу, необхідно мати і використовувати велику кількість підприємницьких і, звичайно ж, маркетингових рішень. Тому актуальним для підприємства є підвищення ефективності маркетингової діяльності. Оскільки вона дає змогу задовольнити потреби споживачів та отримати максимально можливий прибуток.

На сьогодні одним із найбільш ефективних засобів впливу на результативність підприємства є управління маркетинговою діяльністю. Питання маркетингового управління досліджували як закордонні, так і вітчизняні науковці: Г. Армстронг, Ф. Котлер, П. Друкер, К. Л. Келлер, Р. Бренсон, Л. В. Балабанова, А. В. Войчак, М. М. Біловодська, М. І. Белявцев, В. Г. Герасимчук, С. С. Гаркавенко, А. В. Романова та ін. Сучасне бачення проблем розвитку маркетингу у вітчизняній науковій літературі розкривають М. І. Андрушко, М. М. Єрмошенко, А. О. Старостіна, В. В. Липчук, Г. В. Черевко та ін.

Перші види маркетингової діяльності (реклама та цінове регулювання) виникли ще на самому початку становлення та розвитку товарно-грошових відносин. Пітер Друкер вважає, що маркетинг з'явився ще у XVII столітті, і не на Заході, а саме у Японії. На Заході маркетинг виник приблизно у середині XIX століття. Це було обумовлено необхідністю удосконалення системи управління, що існувала, ринковою діяльністю. Перш за все, слід було забезпечити більш високий рівень управління збутовою діяльністю окремих

підприємницьких структур. Період з кінця XIX століття до 20-х рр. XX століття можна розглядати як перший етап становлення та розвитку концепції маркетингу. В цей період були закладені теоретичні основи маркетингу з напрямів вивчення та аналізу ринку, основні принципи цінової політики, сервісне обслуговування споживачів продукції. В 1902-1903 рр. вводиться курс маркетингу в університетах США (Мічиганському, Іллінойському, Пенсільванському, Гарвардському), Англії та Франції. В 1908 р. в США з'являється перша маркетингова організація – Американська асоціація маркетологів (АМА).

Економічна криза в 1929-1933 рр. засвідчила, що первинне трактування маркетингу в умовах більш високого рівня світової економіки – обмежене. У результаті в склад маркетингової діяльності включають дії, спрямовані на розробку та просування товарів до споживачів, створення сприятливих умов для придбання товарів. У 1960-1970 роках під впливом прискорення темпів науково-технічного прогресу розпочалася активна розробка принципів стратегічного маркетингу, орієнтованого на пошук оптимальної ринкової, виробничої фінансової стратегій. Маркетинг стає світовою філософією бізнесу.

Особливості першого та другого періодів розвитку маркетингу можна побачити у відділенні збутового й маркетингового підходів щодо організації діяльності на ринку. Саме потреби споживачів та їх задоволення стають основним об'єктом уваги виробників товарів та послуг і посередників.

Сьогодні діють Європейська Академія маркетингу, Європейське товариство дослідження маркетингу та громадської думки, в 1997 році заснована Українська Асоціація маркетингу.

Для кращого розуміння суті маркетингу важливим є ознайомлення з трьома етапами еволюції його концепції [1]:

а) маркетинг, як галузь прикладної економіки, предметом якої є система розподілу продукції;

б) маркетинг, як управлінська дисципліна, предметом якої є вдосконалення традиційних та розвиток нових методів управління ринковою діяльністю фірми;

в) маркетинг, як дисципліна, що розглядає поведінку сторін, які приймають участь у процесах обміну товарами (послугами).

На сьогодні маркетинг представляє собою концепцію, стратегію та філософію підприємництва.

До основних причин розвитку маркетингу варто віднести розвиток товарного асортименту при одночасному зростанні обсягу продукції, яка реалізується, та підвищення життєвого рівня населення. Це

зумовлює велику потребу в інформації про товари та послуги для чіткої орієнтації виробника у проблемах, що стосуються ринку.

Іншим фактором розвитку маркетингу є конкуренція продавців товарів, що веде до збільшення кількості варіантів вибору товарів для покупця [2]. Йдеться не лише про вибір в середині товарної групи, а й між окремими видами матеріальних благ. Ефективність впливу на ринок цінами обмежена, що зумовлює застосування різноманітних засобів стратегії маркетингу з боку підприємців та виробників товарів.

Говорячи про маркетинг як теоретичну концепцію, насамперед, слід підкреслити його значення для споживачів, виробників товарів і послуг.

Споживачеві маркетинг дає змогу стати більш інформованим. Підвищення рівня інформованості скорочує витрати часу на здійснення купівлі та поліпшує координацію грошових ресурсів. Маркетинг суттєво впливає на погляди людей та спосіб їх життя, а також сприяє покращенню його якості.

Виробнику маркетинг дозволяє підвищити рівень інформованості, що дає змогу краще пристосуватись до змінних умов ринку, регулювати ринкові відносини на мікрорівні і не тільки.

Врешті-решт, маркетинг виступає чітко організованою формою сучасного товарного виробництва з відповідним змістом.

Управління маркетингом може здійснюватися з позицій п'яти підходів: вдосконалення виробництва, товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу [3]:

1. Концепція вдосконалення виробництва зазначає, що споживачі будуть прихильними до тих товарів, які широко поширені і доступні за ціною. І як наслідок – компанії необхідно зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва та підвищенні ефективності системи розподілу. Застосування цієї концепції підходить у двох ситуаціях: коли собівартість товару дуже висока та її необхідно понизити, для чого потрібно підвищити продуктивність і коли попит на товар перевищує пропозицію.

2. Концепція вдосконалення товару стверджує, що споживачі прихильно ставляться до товарів, що пропонують найвищу якість, кращі експлуатаційні характеристики і властивості. Тому компанія повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару. Негативним моментом даної концепції є те, що споживачі насправді задовольняють не потребу в конкретному товарі, а цілковито свої потреби, що можуть бути задоволені товарами іншого роду.

3. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що якщо компанія не зробить достатніх зусиль у сфері збуту і стимулювання, то споживачі не купуватимуть товари компанії в достатній кількості. Галузь, у якій застосовується згадана концепція – просування на ринок

товарів так званого пасивного попиту (страховки, енциклопедичні словники та ін.).

4. Концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення мети підприємства є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності продуктивнішим і ефективнішим, ніж у конкурентів способами. Орієнтація в такій концепції йде на потреби клієнтів.

5. Концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що завдання компанії – це встановлення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими і продуктивнішими способами з одночасним зміцненням благополуччя споживача та суспільства у цілому. Ця концепція намагається вирішити протиріччя між задоволенням справжніх потреб клієнтів і їх довготривалим благополуччям.

Маркетинговий підхід до управління виробничим підприємством характеризує його як комплексну систему. Це дозволяє зв'язати можливості цього господарюючого суб'єкта з потребами відповідного ринку та отримати переваги у порівнянні з конкурентами.

Більшість підприємств України на даному етапі розвитку не встигають йти у ногу з новими технологіями та запроваджувати у свою діяльність сучасні методи управління, що негативно впливає на економіку держави в цілому. Все більше вітчизняних підприємств використовують у своїй роботі маркетингову діяльність, формують відділи маркетингу та проводять маркетингові дослідження, аби мати високу конкурентоспроможність на ринку.

Запорукою успіху відділу маркетингу на підприємстві у сучасних умовах є швидке та своєчасне реагування на зміни маркетингового середовища. Саме тому організування ефективної діяльності маркетингу на підприємстві вимагає не тільки кваліфікованого управління, але і нових підходів до аналізу даного управління маркетинговою діяльністю.

Список використаних джерел

1. Зінов'єв Ф. В. // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2008. № 6.

2. Внутрішні та зовнішні фактори маркетингу. Pidru4niki. URL : https://pidru4niki.com/1628041439739/marketing/vnutrishni_zovnishni_faktori_marketingu (дата звернення: 24.03.2024).

3. Щєбликіна І. О., Бобровський Р. Механізм управління маркетинговою діяльністю сучасного підприємства, 2016. URL : http://www.rusnauka.com/2_ANR_2016/Economics/6_206292.doc.htm (дата звернення: 24.03.2024).

Борейко А. В.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лункіна Т. І.,

д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Новицька А. К.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах сучасних реалій проблема управління персоналом є важливою складовою успішного функціонування підприємств, але через використання застарілих методів та непередбачених ситуацій компанії не використовують свій людський ресурс на повну. Тож зі стрімким розвитком суспільства, сфера управління потребує реформації. Відповідне управління персоналом є механізмом для забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства. А інноваційні підходи до мотивації працівників та розвитку їхнього інтелектуального капіталу є необхідними елементами для ефективності системи управління персоналом. Урахування якостей, потреб та потенціалу працівників є обов'язковим для забезпечення успішної діяльності підприємства.

Дану проблематику цього дослідження розглядали багато науковців та фахівців із управління, щоб визначити ефективні методи, які будуть покращувати діяльність підприємств, його функціонування, структуру, й механізм. У своїх роботах цю тему ґрунтовно досліджують такі автори: І. Адієс, Дж. Велч, І. Гольцман, Р. Дафт, Г. Кузьмін, Дж. Сазерленд, Г. Тарасова, А. Файоль, Н. Язвінська та багато інших.

Ми вважаємо, що методи управління персоналом треба розвивати під сучасне суспільство. Хоч вже є багато робіт по їх вдосконаленню та урізноманітненню всілякими методиками, деякі підприємства досі використовують жорсткі та неефективні методи управління, які можуть призвести до негативних наслідків, таких як низька продуктивність, втрата талановитих співробітників та зниження задоволеності працівників. А навіть ті сучасні методи, які існують наразі, завтра можуть не мати такого впливу, ба більше, мати негативні наслідки.

Тому ця галузь потребує постійного вдосконалення. Для того, щоб підприємство досягло найбільшої ефективності свого виробництва і могло бути конкурентоспроможним, воно потребує людських кадрів, які мають достатній рівень знань і кваліфікації, а також готові це активно використовувати. Але яких би професійних робітників не мало підприємство, цього недостатньо для його гарної результативності, потрібне якісне управління.

Доктор філософії та один із головних наукових співробітників компанії Gallup Workplace Дж. Хартер провів масштабне дослідження залучення працівників до роботи в період початку COVID-19 2020-2023 роки. Так, відповідно до дослідження, частина залучених працівників в усіх групах зазнала стрімкого зниження, а деякі знову тяжко відходять від удару епідемії. Найкраще тримаються бейбі-бумери – на 2020 р. їх залучення становило 34 відсотки коли на 2023 р. вже 36 відсотків. Найбільше постраждали молодші міленіали та покоління Z – за чотири роки залучення впало з 40 до 35 відсотків [1]. Тож ми можемо побачити, що системи управління неефективні та були легко зломлені непередбачуваними факторами, що дуже сильно відображається на роботі працівників, особливо найважливіших молодих кадрів підприємства. Тож потрібні ефективні методи залучення працівників (рис. 1).

Одними з головних факторів в управлінні персоналом є стимулювання та мотивація працівників до роботи. Мотивація передбачає сукупність рушійних факторів, які будуть спонукати до дій. Від цього буде залежати якість та швидкість досягнення основної мети.

Раніше підприємства зазвичай розглядали мотивацію більше у стилі обмеження й покарання, наприклад, якщо не встиг зробити завдання, це буде вираховуватися із зарплатні або будуть позбавляти премії, а гірше може дійти і до звільнення. Коли зараз гарний менеджер буде намагатися знайти спільну мову з працівниками, намагатися мотивувати їх працювати краще шляхом отримання премій або просто впливовими словами. Він намагатиметься створити комфортну робочу атмосферу, яка буде спонукати до активної трудової діяльності, викликати гарні емоції, пов'язані з працею та її результатами. Це своєю чергою допоможе працівникам старатися набагато більше, як для свого задоволення, так і для задоволення потреб компанії.

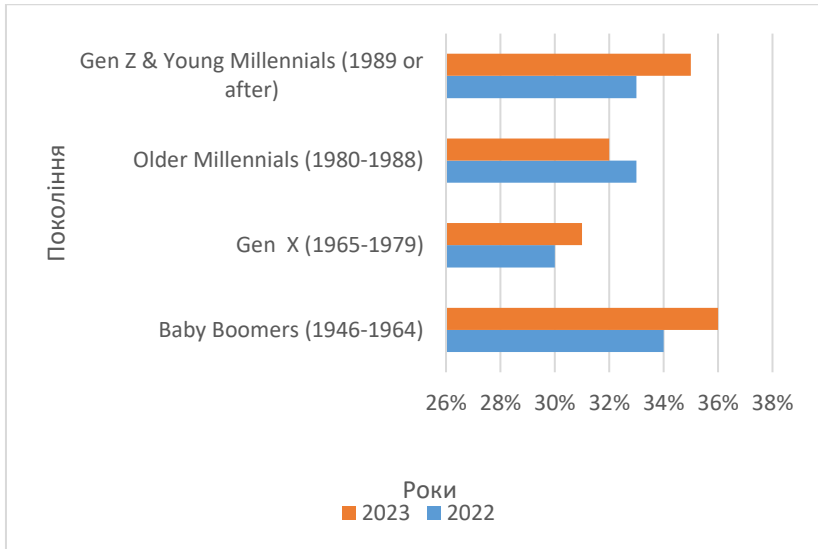


Рис.1. Залучення різних груп працівників до роботи в період з 2022 – 2023 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі матеріалів [1]

Хоч управління працівниками більш жорстокими методиками безперечно мали свою частку дієвості, але окрім неповної ефективності, яка краще досягається методами заохочення, вони також негативно діють на фізичний та ментальний стан працівників. Стрес через страх помилок, невчасно виконаної роботи, а потім покарання через це, відбивається на праці робітників. В умовах стресового стану може знижуватися концентрація, зростає напруження в тілі, погіршується пам'ять, рухи стають неточними, погіршується координація. Що призводить до припущення помилок, забуття важливих моментів та дій, неправильного аналізу інформації [2]. Тож зрозуміло, що такий тип управління тільки погіршує ситуацію.

Основними інноваційними методиками мотивації персоналу наразі є грейдинг, гейміфікація, безтарифні системи оплати праці та соціальна картка співробітника. Усі вони націлені на добровільне заохочення робітників досягати вищих результатів, визнання, підвищення. А якщо їм буде не вистачати знань для цього, то ці методи мотивують розвивати себе, щоб йти до мети.

Сучасний розвиток суспільства все більше потребує використання новітніх навичок, вимог, інноваційних методів управління, які зможуть покращити ефективність праці робітників та забезпечать отримання гарних результатів їх роботи. На думку П. Друкера, традиційні підходи та загальні принципи втрачають свою ефективність, тому він пропонує ідею застосування диференційованих підходів і стилів управління для різних груп працівників [3]. Ця ідея означає, що керівники мають бути гнучкими й адаптивними, використовуючи методи управління для різних працівників, враховуючи їх особливості, індивідуальні потреби та конкретні ситуації. Це сприятиме задоволенню працівників, збільшенню їх мотивації та загалом покращенню працездатності, що зумовить появу гарних результатів їх роботи. Тому враховуючи всі ці аспекти, пропонуємо розглянути декілька ефективних методів, які на нашу думку є досить ефективними в управлінні.

Застосування таких методів, як Shadowing, Buddying допоможе новим працівникам адаптуватися до робочого середовища компанії. Їхня суть полягає у призначенні новачкові досвідченого працівника-наставника, який буде спостерігати за його роботою та надасть йому допомогу і потрібні поради під час першого періоду роботи. Таким чином, новий працівник зможе набути потрібних знань для роботи вже від досвідченого працівника в цій галузі, а після має можливість покращити свої знання шляхом відвідування тренінгів, які розвинули вже існуючі навички для роботи.

Також часто в компаніях не вміють або не звертають належну увагу на розвиток креативності та інновацій, змушуючи працівників робити схожі однотипні завдання увесь час. Але можливо розвивати креативне мислення працівників, а також впливати на поліпшення середовища серед працівників та їх комунікації. Ми пропонуємо розглянути метод День самостійності, який часто використовується в закордонних компаніях [4]. Основний задум полягає в тому, що кожного року оголошують період, коли працівники по кілька днів повинні займатися усім, але тільки не роботою. Після того, як працівники вигадують якісь оригінальні жарти, трюки, вироби вони можуть обговорити це з іншими працівниками на загальних зборах. Ця атмосфера сприяє створенню нових програм та ідей, які за звичайних умов роботи могли б і не з'явитися.

Узагальнюючи, слід визначити, що для компаній дуже важливо застосовувати новітні підходи та ідеї під час своєї діяльності, адже саме від них залежить велика частина їх успіху. З вищесказаного зрозуміло, що є велика проблема в залученні працівників, розвитку їх продуктивності, кваліфікації та креативності, а наявні методи можуть

негативно вплинути на несподівані ситуації. Тож відмова від застарілих методик і перехід до сучасних будуть приносити набагато більше користі підприємству. Керівникам варто переглянути своє управління в компанії та починати осучаснення свого керування персоналом.

Список використаних джерел

1. Jim Harter, The New Challenge of Engaging Younger Workers. Gallup.2024.URL : <https://www.gallup.com/workplace/610856/new-challenge-engaging-younger-workers.aspx> (дата звернення: 14.04.2024)

2. Марціян В. С., Шкіль С. О. Вплив стресу на працездатність людини, рівень травматизму та аварійність: XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених, курсантів та студентів. Полтава : ПКНГ, 2019. С. 303-304.

3. Волянська-Савчук Л. В., Мацшина М. В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. *Економіка і організація управління*. 2019 №1 (33). С. 33-41.

4.Тодорюк С. І. Інноваційні методи управління персоналом. Theoretical and science bases of actual tasks : XXIII International Scientific and Practical Conference, p. Lisbon, June 14–17 2022 / Lisbon, 2022. P. 185–187.

УДК 65.005.591

Бурлаченко І. А.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лункіна Т. І.,

д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Павловський О. Р.,

здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА У КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

На сьогодні менеджмент у кризових ситуаціях є надзвичайно важливим, у зв'язку з тим, що підприємства постійно стикаються з кризовими явищами, такими як економічні кризи, природні лиха та

глобальні пандемії. Розвиток людства пов'язаний із проблемами, катастрофами, війнами та епідеміями. Ефективне управління допомагає підприємствам зберігати фінансову стабільність у кризах та шукати нові напрями розвитку.

Погоджуємося з думкою К. Crawford, що управління кризовими ситуаціями – це все, що несподівано порушує звичайний хід бізнесу. Це допомагає зрозуміти, що кризи час від часу виникають – без цього розуміння неможливо до них підготуватися [1].

На думку Е. Сігала, автора книги «Криза попереду: 101 спосіб підготуватися до катастроф, скандалів та інших надзвичайних ситуацій і відновитися від них», управління кризою є абсолютно необхідним для того, щоб компанія чи організація могла належним чином, ефективно та стратегічно впоратися з кризою та якомога швидше повернутися до нормального життя [2].

Поряд із тим, П. Фуріга з WordWrite, піттсбурзького агентства зі зв'язків із громадськістю та цифрового маркетингу зазначає, що необхідно подумати про антикризове управління як про страхування. Небагато організацій працювали б без належного страхування; так само жодна організація не повинна працювати без антикризового плану, який був відпрацьований, і кризової команди, яка готова впоратися з кризою, якщо вона трапиться [3].

Погоджуємося з вищезазначеними висловами, оскільки підготовка до кризових ситуацій, їх передбачення та управління ними є ключовими елементами ефективного управління. Розуміння того, що кризи можуть виникнути в будь-який момент, допомагає підприємствам підготуватися до них, розробляти стратегії мінімізації ризиків та швидко реагувати в разі потреби.

Зовнішні причини криз пов'язані з тенденціями розвитку світової економіки, конкуренцією, політичною ситуацією в країні. Внутрішні – з ризикованістю стратегій маркетингу, внутрішніми конфліктами, недоліками в організації виробництва, недосконалістю управління, інноваційною й інвестиційною політикою [4, с. 8].

Кризова ситуація може статися з будь-яким підприємством, незалежно від того, наскільки воно є підготовленим. Кожна криза створює унікальні виклики, і не існує їх універсального рішення. Однак, структурований підхід до управління кризою може змінити ситуацію на краще, робота цілої компанії розподіляється за важливістю, після чого ведеться з кожним процесом окремо, При цьому уся компанія не перестає діяти як єдине ціле. Вся управлінська команда повинна здійснити кроки виходу з кризи, а саме:

- дотримання плану управління кризою;

- ефективне спілкування з членами команди;
- гнучкість і готовність швидко реагувати та вирішувати непередбачувані ситуації;
- пріоритезація ресурсів.

Наслідки кризових ситуацій ставлять під загрозу існування підприємства, тому важливо приймати правильні стратегічні рішення. Кризова ситуація на фірмі завжди буде виражатися в економічних наслідках (нестача грошових коштів, збільшення витрат). Неправильне керівництво під час кризи може призвести до великих фінансових втрат для підприємства. Нездатність ефективно управляти кризовою ситуацією може призвести до втрати клієнтів та місця на ринку. У кризових умовах попит може знизитися, що призводить до зменшення прибутків підприємства.

Соціальні кризи виникають при загостренні суперечностей або зіткненні інтересів різних соціальних груп чи утворень. Особливе місце в групі соціальних криз займає політична криза. Це – криза в політичній будові суспільства, криза влади, криза реалізації інтересів різних соціальних груп. Політична криза, як правило, зачіпає всі сторони розвитку суспільства та переходить у кризу економічну [5].

Неефективне управління ресурсами та фінансами може призвести до погіршення фінансового стану підприємства, включаючи зростання боргів або недостатність ліквідних активів. Негативне управління кризовою ситуацією може призвести до втрати довіри клієнтів, партнерів та інвесторів, що може вплинути на репутацію підприємства на ринку.

У кризовому стані виникає необхідність у специфічних підходах до управління та прийняття рішень, що дає можливість у найкоротші терміни змінити розвиток подій та зупинити наближення кризового стану. Процес антикризового управління повинен охоплювати послідовність цілеспрямованість, своєчасність рішень та їх гнучкість у житті підприємства [6].

Слід зазначити, що ефективне управління кризою може захистити організацію від потенційних наслідків, зокрема фінансових втрат, репутаційної шкоди та операційних збоїв. Антикризове управління допомагає організації сприймати загрози та пом'якшувати їх за допомогою заздалегідь визначених методів. Рішення потрібно приймати швидко і остаточно.

Отже, узагальнюючи все вищесказане, у зв'язку з тим, що підприємства постійно стикаються з кризовими явищами, ефективне управління допомагає підприємствам зберігати фінансову стабільність у кризах та шукати нові напрями розвитку. Основною метою

антикризового менеджменту є забезпечення стабільного фінансового стану, вчасного реагування на зміни, викликані зовнішнім середовищем (економічні, політичні, соціальні), розв'язання тимчасових фінансових проблем підприємства.

Список використаних джерел

1. К. Crawford URL : <https://www.linkedin.com/in/kevin-crawford-b0a00829> (дата звернення: 15.04.2024).
2. Ерік Сігал Dovidka.biz.ua. URL: <https://dovidka.biz.ua/erik-sigal-biografiya-skorocheno-ta-tsikavi-fakti/> (дата звернення: 16.04.2024)
3. Paul Furiga URL : <https://www.linkedin.com/in/paulfuriga/> (дата звернення: 16.04.2024)
4. Ковалевська А. Антикризове управління підприємством. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекет., 2016. 140 с.
5. Rodsevich M. What is Crisis Management and why is it important? URL: <https://prlab.co/blog/what-is-crisis-management-and-why-is-it-important/> (дата звернення: 16.04.2024).
6. Гой В. В., Васильєв О. В. Антикризове управління корпоративними підприємствами : теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. С. 26–34

УДК 338

Вакер Ю. А.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Нетудихата К. Л.,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основоположним фактором впливу на успіх підприємства в умовах ринкової економіки є його управлінська діяльність, адже саме вона постійно удосконалюється відповідно до окреслених вимог підприємства й реалізації товарів, ускладненню економічних відносин і підвищення ролі споживачів у формуванні технічних, економічних та інших параметрів товарів.

Сучасне підприємство – це відкрита, автономна, соціально-економічна система, що поєднує в собі функції управління, які забезпечують збереження та/або розвиток основних характеристик системи відповідно до поставлених цілей. Управління дає змогу, виходячи зі специфіки підприємства та його цілей, стабілізувати функціонування підприємства, підтримувати операційний баланс із навколишнім середовищем і забезпечувати вдосконалення підприємства для досягнення відповідних економічних вигод.

Процес управління здійснюється в рамках системи, залучаючи менеджерів різних рівнів, категорій і професійної підготовки. Система управління підприємством створена, щоб гарантувати, що всі процеси виконуються швидко та якісно. Тому керівники та спеціалісти компанії зосереджуються на постійному вдосконаленні та розвитку системи та її частин. Зрозуміло, що система управління як приватною, так і державною організацією та суспільством у цілому може сприяти швидкому досягненню поставлених цілей і завдань.

Питання щодо природи системи управління підприємством розглядалося низкою вчених. Проте, на сьогодні немає єдиної думки та визначення сутності поняття «система управління підприємством». Дослідження вчених зосереджені, в основному, на аспектах структури системи, її компонентах та особливостях діяльності. Так, Р. В. Волошин визначає, що «система управління підприємством – одне із ключових понять теорії менеджменту, яке характеризує будову організації, просторово-часове розташування її складових, взаємозв'язки між ними і тісно пов'язана з цілями, функціями, процесом управління, роботою менеджерів та розподілом повноважень між ними» [1, с. 56]. У свою чергу М. М. Йовса вважає, що є багато різних способів зрозуміти основну концепцію поняття «система управління підприємства», але й можна виокремити два основних напрямки системи «1) як система, що складається з двох специфічних підсистем: суб'єкту та об'єкту управління; 2) як сукупність ланок (служб) підприємства, які забезпечують його функціонування» [2, с. 595].

У роботі А. О. Устенко наголошується, що «система управління підприємством – це комплекс, що включає цільову, забезпечувальну, функціональну, керуючу, керовану, науково-методичну та зовнішню підсистеми, які сприяють ухваленню та реалізації конкурентоспроможних управлінських рішень, спрямованих на задоволення заданої ринкової потреби; це комплексна система забезпечення конкурентоспроможності підприємства в конкурентному середовищі» [6, с. 103].

Н. Г. Калюжна у своїй праці зазначає, що «система управління підприємством як спосіб взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, виступає основним елементом функціонування організації та ґрунтується на використанні принципів, функцій, методів» [3].

Отже, розглянувши різні точки зору економістів-науковців щодо дефініції та трактування поняття «система управління підприємства», необхідно зауважити, що єдиної наукової точки зору щодо цілісної структури системи управління підприємством немає, оскільки це пов'язано з тим, що зовнішні та внутрішні чинники, а також зміна умов функціонування підприємства визначають необхідність удосконалення системи управління, або шляхом зміни структури, або шляхом посилення підсистем.

Система управління організацією є системою у тому сенсі, що вона складається з певної групи елементів, тісно пов'язаних один із одним і піддається впливу зовнішнього середовища. Система складається з різних компонентів, які об'єднані спільною метою.

А. М. Черницька у свою чергу, наголошує про «наявність управлінських відносин у системі, що передбачає виділення суб'єкта управління та об'єкта управління. Суб'єкт управління (керуючий орган, керуюча система, орган управління) є сукупністю тих органів і осіб, які здійснюють цілеспрямовану діяльність із урахуванням інформації про стан об'єкту управління та зовнішнього середовища. Об'єкт управління (керований об'єкт, керована система) є тим об'єктом, на який спрямовані певні управлінські дії з метою надання йому конкретних форм розвитку (поведінки) з метою досягнення наміченого результату» [7].

У контексті вивчення виробничих організацій (підприємств) виробнича система – це система управління, що визначає місію організації в суспільстві, а система менеджменту гарантує соціально-економічну реалізацію цієї місії.

Система управління підприємством є цілим механізмом, що у своїй сукупності насичена елементами, підсистемами та взаємозв'язками, і навіть процесами, які здійснюють діяльність підприємства у заданому напрямку. Ключові елементи системи управління підприємством представлені на рис. 1.

| | | | |
|----------------------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------------|
| Система управління підприємством | 1. Мета | 2. Принципи управління | 3. Функції управління |
| | 4. Методи управління | 5. Персонал управління | 6. Організаційна структура |
| | 7. Техніка управління | 8. Технологія управління | 9. Інформація |

Рис. 1. Ключові елементи системи управління підприємством

Кожен елемент, окреслений у системі управління підприємством, виконує певну функцію.

1. Ціль – бажаний результат функціонування системи. Вимоги до цілей: цілі мають бути реалістичними, можливими, досяжними та реалізованими в умовах діяльності компанії. Кожна компанія повинна мати довгострокові цілі (стратегічні), поточні цілі – один рік, а оперативні цілі – до одного місяця.

2. Принципи менеджменту – це норми менеджменту щодо здійснення управлінської діяльності, як правило, об’єктивного характеру та засновані на закономірності управлінської діяльності. Принципи менеджменту є однією з найважливіших категорій менеджменту. Вони представляють найважливіші фундаментальні думки та ідеї щодо лідерської діяльності.

У своїй праці А. В. Ковтун і Л. М. Донченко відзначають, що «принципи управління носять об’єктивний характер, впливають із законів та закономірностей управлінської діяльності. При організації трудових процесів в менеджменті, як і в будь-якій іншій сфері людської діяльності, повинні максимально враховуватися наукові принципи: спеціалізація, пропорційність, паралельність, безперервність, ритмічність, принцип виключності, отриманої інтенсивності праці та інше» [4].

3. Адміністративні функції – це особливий вид управлінської діяльності, який поділяється на:

– загальні: планування, організація/регулювання; облік/запис стану керованих об'єктів, аналіз та контроль.

– визначені: корпоративне управління, управління допоміжною діяльністю, фінансовий менеджмент, менеджмент продажів, маркетинг тощо.

4. Техніка менеджменту – методи здійснення управлінської діяльності, що засновані на принципах діяльності компанії, спрямовані на виконання функцій управління.

Прийнято розрізняти три способи управління працівниками та виробничими колективами: адміністративний, економічний і соціально-психологічний (рис. 2).

Усі методи управління тісно пов'язані між собою, і в деяких випадках їх важко розрізнити.

5. Керівник – працівник (спеціаліст, технічний персонал) або керівник, який виконує адміністративні завдання.

6. Організаційна структура системи управління – це сукупність взаємовідносин між менеджерами та компанією, які забезпечують її функціонування, що складається з керівників (виконавців функцій), функціональних завдань тих, хто їх виконує, і взаємовідносин між цими виконавцями щодо виконання функціональних завдань.

7. Управлінська техніка – це сукупність технологічних засобів, таких як комп'ютери та оргтехніка, меблі, канали передачі інформації (комунікаційні мережі), системи документообігу тощо.

8. Технологія управління – сукупність методів та технічних засобів, що використовуються для виконання функцій управління.

9. Інформація – є сукупністю даних (закони, статут тощо), які використовуються для здійснення управлінської діяльності.

Уся система управління підприємством повинна відповідати цілям підприємству, а кожен основний елемент системи управління підприємством повинен відповідати усій системі в цілому. Отже, ціла система управління підприємством має обов'язково відповідати цілям управління, а кожен ключовий елемент системи управління має бути узгодженим із системою загалом.

Отже, враховуючи наведену інформацію, під системою управління підприємством та її складових слід розуміти сукупність елементів, що працюють як одне ціле, а саме цілеспрямовану, раціональну, ініціативну і ризиковану фінансову комбінації, що спрямовані на досягнення цілей розвитку підприємства, орієнтуючись на комерційний ефект отримання прибутку.



Рис. 2. Методи управління працівниками та виробничими колективами [5, с. 22]

Виходячи з вищесказаного, можна підсумувати формулювання поняття «системи управління підприємством», яка є сукупністю

принципів і методів самостійної системи, за допомогою якої підприємство і досягнення його цілей в сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Волошин Р. В. Менеджменту: опорн. консп. лекцій. Тернопіль, 2018. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 116 с.
2. Йовса М. М. Розробка сучасних заходів щодо вдосконалення системи менеджменту на вітчизняних консалтингових підприємствах. *Молодий вчений*. 2017. № 1 (41). С. 594–597. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_144
3. Калюжна Н. Г. Система управління підприємством як предмет дослідження теорії організації. *Вісник економічної науки України*. 2011. №2(20). С. 51–54. URL: <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/handle/123456789/45700>
4. Ковтун А. В., Донченко Л. М. Удосконалення організації управлінської праці туристичних підприємств. *Актуальні проблеми вітчизняної науки: матеріали наук. конф. студентів та молодих вчених*. 2019. С. 39–42. URL: <http://surl.li/rwqci>
5. Крушельницька О. В. Управління персоналом: навч. посіб. Київ: Кондор, 2007. 268 с.
6. Устенко А. О. Система управління підприємством. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2014. Вип. 10. С. 96–103. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpu_Ekon_2014_10_21
7. Черницька А. М. Розкриття і характеристика підходів до визначення системи управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1638>

УДК 378

Верланов Ю. Ю.,
канд. екон. наук., професор
кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ МАГІСТЕРСЬКИХ ПРОГРАМ ЯК ДЖЕРЕЛО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Магістерські програми вищої освіти, як джерело кадрів високої кваліфікації, відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку країн. Магістри отримують глибокі спеціалізовані знання у

своїй галузі, що дозволяє їм вирішувати складні завдання та розробляти інноваційні рішення [2]. Це сприяє розвитку суспільства та підвищенню конкурентоспроможності економіки, у тому числі й на світовому ринку.

Фактори успіху, які визначають ефективність магістерських програм в західних університетах:

- мають глибоку спеціалізацію в конкретних галузях, це дозволяє студентам отримати спеціалізовані знання та навички;
- акцентують увагу на дослідницькій діяльності – студенти готують магістерські роботи, проводять дослідження та розвивають критичне мислення;
- практикується активна співпраця з іншими університетами та організаціями: програми обміну та спільні проекти сприяють міжнародній мобільності студентів;
- підтримують студентів через програми тьюторів, консультування та психологічну підтримку;
- викладачі використовують сучасні методи навчання, активну взаємодію та інноваційні підходи.

Іншими словами, вже накопичено значний досвід забезпечення якості підготовки студентів на магістерських програмах.

Україна ж прагне увійти до міжнародного освітнього простору, у тому числі й через сприйняття кращих освітніх практик. Ці зміни, однак, часто здійснюються лише за формальними ознаками, забюрократизовано та без істотного вдосконалення змісту вищої освіти. За невеликий термін існування держави, щонайменше у вищій освіті, ще не вдалося подолати багато які пострадянські традиції, формати та шаблони освітньої діяльності, незважаючи на впровадження широкого спектру розпорядчих документів. Випускники університетів не повною мірою відповідають навіть вітчизняним стандартам кваліфікації. Це, здається, обумовлено тим, що спроби вдосконалення здійснюються зверху вниз, і не підтримуються на рівні університетів культурним досвідом, стимулами, організаційними змінами тощо.

Протягом декількох років на факультеті економічних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили здійснювалися спроби вдосконалення програми підготовки магістрів економічних спеціальностей.

Ідеологія змін полягала в реалізації прийнятої у світі парадигми навчання. Дотепер у багатьох університетах України на першому місці знаходиться опанування дисциплінами навчального плану. Власне проведення студентом дослідження, підготовка і захист магістерської роботи має для отримання диплому магістра більшою мірою процедурне значення. Достатньо отримати необхідні кредити з

дисциплін програми та бути допущеним до захисту магістерської роботи. Далі студенту необхідно лише з'явитися на захист.

Новий зміст програми ми намагалися сформулювати від того, що основою отримання кваліфікації магістра є проведення дослідження і успішний захист його результатів. Виконання інших позицій навчального плану мало нести в собі таке функціональне навантаження, як забезпечення проведення якісного дослідження.

В науковій літературі присутня достатня кількість публікацій, де автори аналізують фактори успішності навчання студентів на програмах дослідницького характеру, у тому числі й на магістерських, наприклад [3, 4]. Серед них таких факторів:

- особиста мотивація;
- внутрішня організованість та планування;
- базові знання;
- доступність релевантної інформації;
- індивідуальні консультації викладачів (наукових керівників);
- умови для здійснення широких комунікацій;
- структура навчального процесу тощо.

Попри це, у вітчизняній практиці звертають на себе увагу дві важливі організаційні та процедурні особливості проведення магістерського дослідження, що перешкоджають досягненню належної якості підготовки студентів.

1. Контекстне планування дослідження.

Обов'язковою формальною умовою вступу на магістерські програми переважної більшості університетів світу є подання Дослідницької пропозиції, яка фактично представляє собою проект проведення дослідження Дослідницька пропозиція [5, 6, 7]. Вимоги до змісту цього документу не однакові в різних університетах. Втім, він, з одного боку, подає підготовлений претендентом попередній план дослідження, з другого – засвідчує певний рівень знань, навичок та схильність до наукового аналізу. Кожна така пропозиція претендента на вступ до магістерської програми університету підлягає оцінюванню спеціальною комісією.

Наприклад, в Каліфорнійському державному університеті [1] таке оцінювання здійснюється по семи позиціях (зміст проблеми дослідження, огляд літератури, теоретичні концепції та методи аналізу, очікувані результати тощо) з максимальним балом – 700. При цьому «прохідний» бал може сягати 681. Оскільки правилами вступу для навчання на магістерських програмах вітчизняних університетів подібної процедури не передбачено, ми спробували перенести її на початок навчального процесу. Досвід свідчить, що підготовка

студентом Дослідницької пропозиції тобто плану подальшого навчання вимагає щонайменше від одного до півтора місяці напруженої роботи з літературними джерелами, та інтенсивних консультацій з потенційним науковим керівником.

Фактично, Дослідницька пропозиція (після її затвердження) може стати основною для підготовки так званого «Завдання на дипломну роботу», яке *post factum* давно стала архаїзмом – спадщиною технократичної парадигми освіти, що була пануючою у суспільстві. Спроби відмовитися від того, щоб викладачі, ховаючи очі, примушували студентів заповнювати цей документ, хоча дослідження вже підготовлено, не були підтримані відповідними адміністративними підрозділами.

2. Структура (графік) навчального процесу.

Тривалість навчання на програмі підготовки магістрів складає в університеті півтора роки – три семестри. Навчальне навантаження керівникам магістерських робіт планується на останній третій семестр. Розподіл студентів між викладачами, рівно як і «вибір теми роботи» здійснюється у тому ж періоді. Тобто, магістранти розпочинають своє дослідження після року навчання на програмі. На проведення дослідження відводиться 12 кредитів (360 академічних годин, 36 годин на тиждень). Це означає, що норма навантаження на студента протягом семестру становить 6 годин на добу (не враховуючи неділю). Якщо для підготовки хоча б трьох сторінок якісного тексту потрібно, у кращому випадку, ці шість годин, то на всю роботу (нехай це буде 120 сторінок) – $40 \times 6 = 240$ годин. Решта – 120 год. залишається на проведення дослідження. Цього запланованого часу явно не вистачить. Тому, опиняючись у цейтноті, студенти припускаються плагіату. Здається, що це є важливою причиною подібної практики.

Одним із рішень цієї проблеми є розподіл навантаження викладачів із наукового керівництва магістрами на весь період навчання пропорційно кількості тижнів у семестрах. Це дозволить студентам своєчасно визначитися зі змістом проблеми, що досліджуватиметься, раціонально (за допомогою керівників) розподілити зусилля, та, що саме головне, працювати самостійно без використання необгрунтованих запозичень.

Це лише декілька пропозицій, які, між тим, сприятимуть підвищенню якості підготовки студентів магістерських програм вітчизняних університетів.

Список використаних джерел

1. California State University, Long Beach, USA.
<https://www.csulb.edu/>
2. Douglass John Aubrey and King C. Judson. The Role of Universities in Economic Competitiveness in California. ACUP Report. January 2018.
https://gspp.berkeley.edu/assets/uploads/research/pdf/roleuniversitieseconocompetitivenesscalifornia.report_informe_california_january_2018_.pdf
3. Hadi, N. U., & Muhammad, B. (2019). Factors Influencing Postgraduate Students' Performance: A high order top down structural equation modelling approach. Educational Sciences: Theory & Practice, 19(2), 58-73. <http://dx.doi.org/10.12738/estp.2019.2.004>
4. Perger Mónica, Takács Ildikó. Factors Contributing to Students' Academic Success Based on the Students' Opinion at BME Faculty of Economic and Social Sciences. Periodica Polytechnica Social and Management Sciences. June 2016. DOI: 10.3311/PPso.8843
5. The University of Adelaide, Australia.
<https://www.adelaide.edu.au/front/international>
6. The University of Colorado Colorado-Springs, USA.
<https://www.uccs.edu/>
7. The University of Edinburgh
<https://www.ed.ac.uk/studying/postgraduate/applying/research/masters-by-research>

УДК 332.133.6

Гусаков Ю. В.,
аспірант PhD
кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Євчук Л. А.,
д-р екон. наук, професор,
т.в.о. завідувача кафедри економіки та підприємництва
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Успішний розвиток країни тісно пов'язаний зі співпрацею з країнами світу, що передбачає необхідність поступової модернізації, яка повинна ґрунтуватися на впровадженні у виробництво досягнень

науково-технічного прогресу для виготовлення продукції інноваційного характеру та конкурентоспроможної на зовнішньому і внутрішньому ринках. При цьому державну політику необхідно спрямувати на зміну структури економіки шляхом пріоритетного розвитку високотехнологічних виробництв як основи переведення її на інноваційний шлях розвитку.

Для динамічного соціально-економічного розвитку регіонів загалом та розвитку окремих промислових секторів України необхідно створювати кластери – території, які будуть цікавими як для зовнішнього, так і для внутрішнього інвестора. Такими кластерами можуть стати, та вже є економічні зони спеціального призначення.

В Україні у різний час діяли різні законодавчі ініціативи, норми яких було направлено на підтримку розвитку та створення таких зон, а саме на підтримку технологічних інноваційних парків та індустріальних парків.

У період із 2001 по 2004 рік було створено 8 функціонуючих технологічних парків. Відповідно було створено 2218 нових робочих місць. У 2000–2001 роках виконавцями проектів технопарків використовувалося 2836 робочих місць (створено нових – 314), у 2002 році – 21804 (нових – 610), у 2003 році – 15421 (нових – 623), в 2004 році – 12965 (нових – 823). Загальна сума валових доходів технологічних парків за 2000–2004 роки зросла з 122,0 млн грн. в 2000 році до 2 046,1 млн грн., тобто в 16,8 разів, а сума валових витрат відповідно з 105,4 млн грн. до 1 867,5 млн грн., тобто у 17,7 разів.

Так, функціонування було можливим завдяки дії спеціального пільгового режиму. Проте, кількість створених технологічних парків та доля сукупного валового доходу, отриманого учасниками таких парків та, відповідно, доля цього доходу у ВВП країни, дозволяє зробити висновок про те, що не було отримано достатнього економічного ефекту.

Наступним інструментом збільшення динаміки економічного зростання планувалось зробити індустріальні парки.

В Україні ступінь готовності індустріальних парків приймати в себе підприємства суттєво різняться. Так, за даними Міністерства економіки України, до реєстру індустріальних парків внесено 65 суб'єктів. Із них тільки 19 суб'єктів мають учасників, які здійснюють господарську діяльність. Прикладами таких парків є: індустріальний парк «Біла Церква» (Київська область), Вінницький індустріальний парк, індустріальний парк «Соломоново» (Закарпатська область) та індустріальний парк «Коростень» (Житомирська область). В цих парках було створено всю необхідну виробничу інфраструктуру: побудовані

виробничо-складські приміщення, підведені основні інженерні мережі, прокладені внутрішні та під'їзди дороги. Інші індустріальні парки знаходилися на різних стадіях створення: розробки концепції, обрання керівної компанії, проєктування та підготовки документів або будівництва.

При цьому не можна сказати, що саме військовий стан призводить до таких показників. Станом на 2021 рік до реєстру індустріальних парків було внесено 54 суб'єкти. Відповідно тільки 4 із них мали учасників які здійснювали прибуткову господарчу діяльність саме в межах території індустріальних парків.

Водночас, за світовим досвідом індустріальні парки є одним із дієвих організаційно-економічних інструментів прискорення соціально-економічного розвитку територій їх розташування та формування «точок регіонального зростання» за рахунок застосування системи стимулюючих організаційно-економічних умов для їх учасників.

Важливим чинником рентабельної діяльності учасників спеціальної економічної зони. Це так звані типи територій GREENFIELD і BROWNFIELD.

Тип території GREENFIELD передбачає, що спеціальна економічна зона – це просто територія на якій відсутні будівлі, а тільки підведені комунікації. Інвестор сам вирішує, які саме буде розміщено виробничі активи та будівлі.

Тип території BROWNFIELD, передбачає що на території наявні будівлі та комунікації.

Більшість індустріальних парків, які функціонують в Україні, були створені або на територіях, де вже були активи та будівлі, або були частково.

Також важливу роль відіграє фактор власності території. Територія спеціальної економічної зони, може належати як до комунальної власності громади до якої відноситься територія, так і перебувати у приватній власності.

В Україні вже складається така практика, коли індустріальні парки, розташовані на приватних територіях, демонструють підвищену динаміку зростання доходів та сплати податків. Це пов'язано із тим що власник території, або група власників, безпосередньо зацікавлені у розвитку приватних активів.

Таким чином, для розбудови спеціальних економічних зон в Україні, відновлення промисловості на інноваційній основі, із впровадженням нових технологічних рішень необхідно:

- оновлення концепцій зареєстрованих індустріальних парків;

- передбачити прями державні дотації на умовах співфінансування або механізму державно-приватного партнерства, з метою зменшення фактору впливу території GREENFIELD;
- збільшення підтримки з боку місцевої влади;
- аудит виділених під індустріальні парки земельних ділянок;
- запровадження інноваційних та енергозберігаючих технологій;
- забезпечення кваліфікованими трудовими ресурсами.

Таким чином, спеціальні економічні зони сприятимуть відновленню економічного потенціалу України за умови реагування на нові реалії економічного сьогодення.

Список використаних джерел

1. Звіт про прями збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року / Київська школа економіки. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages-Report.docx.pdf

2. Про індустріальні парки: Закон України від 21.06.2012 № 5018-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/5018-17#Text>

3. Огляд стану розбудови мережі індустріальних парків в розрізі регіонів України. 2021 р. URL: <https://www.me.gov.ua>

4. Екополіс ХТЗ. URL: <https://ecopolishtz.com/ua/>

5. Програма релокації. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=d152dcfe-7bde-49df-a69a-8d7f9586fc13&title=ProgramaRelokatsii>

6. Ропицький А. Переваги релокації виробництва в індустріальні парки / GMK.CENTER. 2022. 08 квіт. URL: <https://gmk.center/ua/opinion/perevagi-relokatsii-virobnictv-v-industria>

7. За час вторгнення з Харківщини поїхали 218 підприємств. URL: <https://suspilne.media/304732-za-cas-vtorgnenna-z-harkivsini-poihali-218-pidприємств-minekonomiki/>

8. Довідка про індустріальні парки в Україні (<https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=45629531-ea5f-4a91-9050-fe47b001dc22&title=DovidkaProIndustrialniParkiVUkraini>)

Дранус В. В.,
канд. екон. наук., доцент кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Зубач К. А.,
здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ

Продуктивність праці – ключовий фактор ефективності виробничого процесу, що суттєво впливає на конкурентоспроможність підприємства. Її постійна зміна під впливом численних факторів є невід’ємною рисою сучасного економічного середовища.

Важливим напрямом діяльності організації є забезпечення зростання продуктивності праці. Цей процес необхідний для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Підвищення продуктивності праці полягає у зменшенні часу, витраченого на виробництво товару, і збільшенні кількості виробленої продукції.

Аналіз факторів, що впливають на продуктивність праці, дає змогу виявити основні причини непродуктивних витрат праці та способи їх усунення. Основні групи чинників містять у собі матеріально-технічні, організаційні, соціально-економічні та економіко-правові аспекти.

Матеріально-технічні чинники, які включають механізацію, автоматизацію та впровадження передових технологій, відіграють ключову роль у забезпеченні ефективності виробничих процесів. Науково-технічний прогрес, як складова цих чинників, є важливим каталізатором розвитку виробництва та підвищення продуктивності праці. Нові інструменти, обладнання та методики, що з’являються в результаті науково-технічного прогресу, значно поліпшують умови праці та ефективність виробничих процесів. Розвиток наукових досліджень і технічної освіти сприяє підвищенню кваліфікації працівників та їхній адаптації до нових технологій. Окрім того, модернізація та автоматизація виробництва є ключовими поняттями у підвищенні продуктивності праці. Модернізація спрямована на оновлення та вдосконалення існуючих систем і процесів із метою підвищення ефективності та покращення загальної продуктивності. З іншого боку, автоматизація робочих процесів зменшує ручну працю, мінімізує людські помилки та прискорює виробничі цикли.

Організаційні аспекти виробництва є важливою складовою успішної стратегії управління працею та забезпеченням сприятливих умов для працівників. Розумний розподіл та співпраця між працівниками сприяють оптимізації витрат та підвищенню ефективності. Покращення умов праці, включаючи безпеку та комфорт, не лише сприяють збільшенню продуктивності, а й покращують стан здоров'я працівників, що безпосередньо впливає на результати підприємства. Ефективне використання персоналу передбачає не лише вдалі відбір та стимулювання працівників, а й їхній розвиток через навчання та кар'єрні можливості.

Соціально-економічні чинники охоплюють широкий спектр аспектів, починаючи від кваліфікації та мотивації працівників і закінчуючи змінами у формах власності підприємства. Розвиток та підтримка кадрового потенціалу через навчання та стимулювання може значно підвищити результативність працівників. Зміни у формах власності впливають на стратегії управління та спонукають до інновацій та підвищення конкурентоспроможності.

Економічні та правові фактори визначають контекст, в якому функціонує підприємство, через регулювання соціально-трудових відносин та створення методичної бази для підвищення продуктивності праці. Ефективне регулювання та встановлення правових норм сприяють стабільності виробничих процесів і стимулюють підприємства до знаходження оптимальних рішень для підвищення ефективності праці.

Зазначені вище види факторів, що впливають на продуктивність праці, демонструють складність цього питання та необхідність комплексного підходу до його розв'язання. Матеріально-технічні, організаційні, соціально-економічні та інші аспекти взаємодіють між собою, впливаючи на результативність працівників та загальну продуктивність підприємства.

Для досягнення позитивних результатів у підвищенні продуктивності праці важливо поєднати різні підходи та стратегії, враховуючи специфіку конкретного підприємства та його галузі. Оптимізація виробничих процесів, застосування передових технологій, підтримка сприятливого робочого середовища та стимулювання працівників – усе це важливі складові успішної стратегії підвищення продуктивності праці. Такий підхід дозволить підприємствам не лише збільшити ефективність виробництва, а й зміцнити їхню конкурентоспроможність на ринку.

Дранус Л. С.,
канд. екон. наук, доцент,
т.в.о. завідувача кафедри менеджменту
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Кравченко В. В.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління маркетинговою діяльністю є комплексом стратегічних та тактичних дій, спрямованих на визначення та задоволення потреб споживачів з метою досягнення цілей підприємства. Цей процес вимагає постійного оновлення та адаптації для відповіді на умови ринку й нові вимоги споживачів. Актуальність управління маркетинговою діяльністю постійно зростає, оскільки ринкові умови швидко змінюються, а конкуренція стає все більш жорсткою. Тому ефективне маркетингове управління є ключовим для успіху будь-якого підприємства.

У загальному розумінні, «управління маркетингом – це процес планування та впровадження стратегій ціноутворення, просування і розвитку інноваційних ідей, продуктів і послуг з метою створення взаємовигідного обміну, який задовольняє як індивідуальних споживачів, так і саму компанію» [1].

Головна мета управління маркетингом полягає у визначенні і задоволенні потреб споживачів шляхом ефективного планування, реалізації та контролю маркетингових стратегій та заходів. Це дозволяє підприємствам налагоджувати довготривалі відносини з клієнтами, залучати нових споживачів і збільшувати їхню лояльність. В умовах постійних змін у ринковому середовищі та конкурентному тиску актуальність ефективного управління маркетингом стає ще вищою, оскільки це визначає успіх та стабільність підприємства на ринку.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності відіграє критичну роль у розвитку бізнесу та досягненні стратегічних цілей компанії. Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності включають ряд інструментів та підходів, які дозволяють вимірювати результативність маркетингових заходів і з'ясувати їх вплив на бізнес.

Наведемо декілька ключових методів оцінки ефективності маркетингової діяльності:

1. ROI (Повернення інвестицій): цей метод дозволяє виміряти відношення прибутку до інвестицій в маркетингові заходи.

2. KPIs (Ключові показники ефективності): визначення та моніторинг ключових показників ефективності дозволяє відстежувати результати маркетингових заходів в реальному часі. Наприклад, такі показники як конверсія, трафік на сайт, кількість лідів тощо.

3. Аналіз вартості здобуття клієнта (CAC): вимірювання вартості залучення нового клієнта дозволяє оцінити ефективність рекламних кампаній та стратегій привертання клієнтів.

4. Аналіз життєвого циклу клієнта (CLV): визначення загальної вартості клієнта дозволяє оцінити дохід, який один клієнт може принести компанії протягом усього його життєвого циклу.

5. Маркетингові дослідження та опитування: збір даних від потенційних та існуючих клієнтів для оцінки впливу маркетингових заходів на їх відношення до бренду, наміри покупки та інші ключові метрики.

6. Аналіз ринкових динамік і конкурентного середовища: вивчення змін в ринкових умовах, діях конкурентів та впливів зовнішнього середовища на ефективність маркетингових стратегій.

Використання цих методів дозволяє компаніям отримувати об'єктивну інформацію про результати своєї маркетингової діяльності і вносити корективи в свої стратегії для підвищення ефективності.

Також досить часто використовують інші 7 показників для комплексної оцінки [2]:

1. Обізнаність про бренд (brand awareness) – характеризує відсоток споживачів, які підтвердили, що їм відома дана торгова марка.

2. Споживачі, які спробували продукт до покупки (test-drive).

3. Рівень відтоку клієнтів (churn rate) – співвідношення тих клієнтів, хто пішов до кінця певного моменту часу до тих, хто прийшов на початку цього періоду.

4. Рівень задоволеності (CSI, customer satisfaction index) – оцінка рівня задоволеності клієнта після взаємодії з компанією. CSI відображає наскільки успішним був клієнтський досвід споживача.

5. Прибуток (profit).

6. Чиста дисконтована вартість (NPV).

7. Внутрішня норма прибутковості (IRR).

Обидва методи, NPV та IRR, є потужними інструментами для оцінки ефективності маркетингової діяльності. Вони дозволяють маркетологам не тільки оцінити поточну вартість та дохідність маркетингових інвестицій, але й прийняти обґрунтовані рішення щодо розподілу бюджету, вибору стратегій та оптимізації маркетингових кампаній.

Для досягнення більшої ефективності діяльності підприємства повинні володіти системою маркетингу, яка гарантує точне планування маркетингових заходів, ефективним управлінням маркетинговим відділом та контролем над його діяльністю. Вдосконалення маркетингових стратегій має відбуватися систематично та узгоджено.

Отже, ефективне управління маркетингом є ключем до успіху підприємства в умовах мінливості та жорсткої конкуренції. Основна мета даного процесу полягає в задоволенні потреб споживачів через стратегічне планування та реалізацію маркетингових стратегій. Для оцінки ефективності використовуються такі методи, як ROI, KPIs, аналіз SAC та CLV, а також методи NPV та IRR. Для досягнення високої ефективності підприємства повинні мати систему маркетингу, яка забезпечує точне планування, ефективне управління та контроль маркетингових заходів.

Список використаних джерел

1. Мосійчук І. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. 2017 р. – С. 278-302. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/25081/1/selection.pdf>

2. Т. В. Янчук, А. С. Денисова. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві та напрями її вдосконалення. Науковий журнал «Економіка та суспільство», випуск № 44, 2022 р. С. 1-5. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-121>

УДК: 331.108

Дранус Л. С.,

канд. екон. наук, доцент,

т. в. о. завідувача кафедри менеджменту

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Кухарук К. С.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук

спеціальності 073 «Менеджмент»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Управління персоналом є важливим компонентом діяльності держави та підприємств, охоплюючи стратегічне планування роботи з персоналом, формування ефективних трудових колективів та оптимальне використання кадрового потенціалу. У сучасних умовах, де

роль людини у виробництві стає ключовою, висока компетентність, знання та професійна підготовка персоналу визначають успіх підприємства.

Система управління персоналом складається з різноманітних цілей, завдань та стратегічних напрямків діяльності. Крім того, вона включає в себе різноманітні форми, методи і механізми управління, спрямовані на досягнення постійного підвищення ефективності виробництва, продуктивності праці та поліпшення якості роботи. Взаємозв'язок між основними складовими системи управління характеризується за допомогою інформації, що відображає матеріальні потоки і виробничі процеси. На сучасному етапі основною метою системи управління персоналом є, по-перше, залучення до перетворення суспільства свідомого працездатного населення, мобілізація трудових ресурсів на прийняття активної участі в якісній та високопродуктивній праці, по-друге, укомплектація всіх ланок господарської, державної, громадської роботи компетентними та ініціативними людьми.

До головних завдань системи управління персоналом сьогодні належать:

- забезпечення організації кваліфікованими кадрами;
- створення необхідних умов для ефективного використання знань, навичок і досвіду працівників;
- удосконалювання системи оплати праці і мотивації;
- підвищення задоволеності працею всіх категорій персоналу;
- надання працівникам можливостей для розвитку, підвищення кваліфікації і професійного росту; стимулювання творчої активності;
- формування і збереження сприятливого морально-психологічного клімату;
- удосконалювання методів оцінки персоналу; управління внутрішніми переміщеннями і кар'єрою працівників;
- участь у розробці організаційної стратегії.

На сучасних підприємствах система управління персоналом вже сформована, проте завдання щодо її постійного удосконалення виникає перед керівництвом у випадках, коли: створюється новий бізнес, проводиться реструктуризація існуючого підприємства, здійснюється процес злиття чи поділу діючого підприємства.

Науковці класифікують методи управління персоналом у чотири групи [1]:

- правові, які спираються на чинні нормативно-правові акти держави та керівництва організації;

– адміністративні – методи прямої дії, орієнтовані на мотиви, пов’язані з необхідністю дисципліни праці, відчуття обов’язку, бажанням людини працювати у визначній організації;

– економічні, за допомогою яких здійснюється матеріальне стимулювання колективів і окремих працівників;

– соціально-психологічні методи управління, засновані на використанні соціального механізму (відносини в колективі, соціальні потреби).

Досягти ефективності діяльності підприємства можна лише за умови комплексного використання усі методів управління персоналом.

Наразі в умовах нестійкої економічної ситуації в країні важливо удосконалювати систему управління персоналом для багатьох підприємств. Для цього:

1. Система менеджменту персоналу повинна бути гнучкою та швидко адаптуватися до будь-яких змін. Так, динамізм і невизначеність зовнішніх обставин, нестабільність умов господарювання вимагають підвищення рівня стресостійкості персоналу, зміну підходів до взаємодії між керівництвом та підлеглими. Це сприятиме зміцненню довірливих відносин у колективі, розвитку командної співпраці, лідерства, оперативному прийняттю рішень та підвищенню продуктивності праці.

2. Повинна бути можливість постійного навчання та перепідготовки персоналу. В умовах воєнного стану зростає важливість зростання та розширення професійних навичок працівників. Це дозволить підвищити якісні показники результатів праці, що позитивно вплине на конкурентоспроможність підприємства.

3. Необхідно удосконалити системи мотивації праці, пріоритетним напрямом якої повинно стати забезпечення психологічної підтримки, допомога працівникам в боротьбі з тривожністю та стресами [2].

4. Важливо збільшити прозорість та комунікацію. Чітке і відкрите спілкування між керівництвом та персоналом допомагає знизити рівень невизначеності та сприяє розумінню стратегій та цілей організації.

5. Необхідно впровадити системи гнучких графіків роботи, що може сприяти підвищенню задоволеності персоналу та забезпечити кращий баланс між професійним та особистим життям співробітників.

6. Стимулювати інновації та креативність серед персоналу, що дозволить компанії адаптуватися до нових умов та знаходити ефективні рішення для вирішення проблем.

7. Залучати співробітників до участі в процесі прийняття рішень та стратегічного планування, що сприяє відчуттю приналежності.

Отже, управління персоналом в сучасних умовах стає ключовим фактором успіху для підприємств, оскільки висока компетентність і професійна підготовка персоналу є основою ефективності та конкурентоспроможності. Система управління персоналом має комплексний характер і включає в себе різноманітні методи, цілі та стратегії. Головними завданнями управління персоналом є забезпечення кваліфікованими кадрами, стимулювання розвитку та професійного росту, формування сприятливого морально-психологічного клімату та участь у стратегічному плануванні. Для ефективного управління персоналом в умовах нестабільної економічної ситуації необхідно підвищувати гнучкість системи, зосереджуватися на постійному навчанні та перепідготовці персоналу, удосконалювати системи мотивації та забезпечувати прозорість комунікацій між керівництвом та персоналом. Додатково, впровадження гнучких графіків роботи, стимулювання інновацій та залучення співробітників до прийняття рішень також відіграють важливу роль у підвищенні ефективності управління персоналом.

Список використаних джерел

1. Д. О. Данилюк, Г. В. Середа. Методи управління персоналом в умовах війни. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса 2023 р. С. 137-143. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/>
2. Х. З. Махмудов, В. Є. Чухліб. Оцінка системи управління персоналом у підприємстві в умовах нестійкої економічної ситуації в країні. Науковий журнал «Економіка та суспільство» випуск №52 2023 р. С. 1 – 6. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-83>

Дранус Л. С.,
канд. екон. наук, доцент,
т.в.о. завідувача кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Трушкіна Н. В.,
канд. екон. наук, старший дослідник, докторант,
старший науковий співробітник,
Науково-дослідний центр індустріальних
проблем розвитку НАН України, м. Київ, Україна

МЕНЕДЖМЕНТ МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний рівень економічного розвитку будь-якої галузі, незалежно від форми власності та виду діяльності, вимагає грамотного, високопрофесійного, цілеспрямованого підходу до вирішення зовнішніх і внутрішніх питань. Якщо раніше компанія зосереджувалася лише на внутрішній роботі, то зараз вона змушена будувати систему управління, яка б оптимально швидко адаптувалася до динамічного середовища. Менеджмент маркетингу передбачає систему заходів, які використовуються для залучення та утримання потенційних клієнтів. При цьому основна мета маркетингової діяльності полягає у створенні споживчої цінності товарів шляхом впровадження високоякісних рішень, які сприяють економії зусиль та часу, що витрачаються покупцем на пошук та укладання угоди, а також підвищити рівень життя населення в цілому. З метою підтримки конкурентоспроможності та високого та стабільного рівня попиту на вироблений товар чи послугу, необхідно впровадити велику кількість підприємницьких і, звичайно ж, маркетингових рішень. Як правило, у маркетинговій діяльності ці рішення стосуються 4-х основних напрямків: товарного, цінового, збутового та просування товару.

Менеджмент маркетингу – це перспектива, яка об'єднує всі види діяльності підприємства. В умовах трансформації зовнішнього середовища першочерговою стає необхідність маркетингових організаційних перетворень.

Основними причинами виникнення стратегічного менеджменту маркетинговою діяльністю можна виділити: зростання мінливості та труднощі прогнозування зовнішнього середовища підприємства; усвідомлення бізнесу недостатності існуючих підходів в менеджменті

маркетинговою діяльністю; нові, вдалі приклади вирішення стратегічних завдань розвитку підприємства, запропоновані та впроваджені в практику бізнесу.

Менеджмент маркетингу доцільно розглядати в стратегічному управлінні, сферою дії такого управління є маркетингова діяльність підприємства, тобто визначення плану дій щодо досягнення маркетингової мети в довгостроковій перспективі.

Менеджмент маркетингу має стійкий зв'язок із зовнішнім середовищем, тобто усіма стейкхолдерами. До основних функцій менеджменту маркетингу відносяться:

1. Дослідження ринку: збір і аналіз даних про клієнтів, конкурентів і ринкове середовище для визначення можливостей і прийняття обґрунтованих рішень.

2. Розробка продукту: створення нових продуктів або послуг на основі потреб і вподобань клієнтів, а також удосконалення існуючих пропозицій для задоволення мінливих вимог ринку.

3. Стратегія ціноутворення: встановлення правильних цін на продукти чи послуги, щоб максимізувати прибутковість, залишаючись конкурентоспроможними на ринку.

4. Просування: впровадження різноманітних маркетингових тактик, таких як реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та соціальні медіа, щоб підвищити обізнаність і викликати інтерес до продуктів або послуг.

5. Розповсюдження: розробка ефективних каналів розповсюдження, щоб забезпечити своєчасне та економічно ефективно надходження продуктів до клієнтів.

6. Управління брендом: створення та підтримка сильної ідентичності бренду, яка резонує з цільовими клієнтами та відрізняє компанію від конкурентів.

7. Управління взаємовідносинами з клієнтами: встановлення та підтримка стосунків із клієнтами, щоб зрозуміти їхні потреби, підтримувати лояльність і стимулювати повторний бізнес.

Розглядаючи менеджмент маркетингу необхідно враховувати фактори, що впливатимуть на формування маркетингової стратегії:

1. Сегментація ринку. Вибір підходів до сегментації ринку та сегментів, які залежать від бажаних цілей зростання, особливостей конкуренції та підходів менеджменту до конкурентоспроможності.

2. Позиціонування товару. Визначення кількості та асортименту товарів, що пропонуються для різних ринків і сегментів, а також методів позиціонування товарів по відношенню до товарів-конкурентів.

Управління та використання особливостей кожного сегмента. Специфіка ринку надає свої можливості, які мають бути використані.

3. Формування комплексу маркетингу. Розробка комплексу маркетингу для кожного продукту підприємства щодо стратегії і тактики маркетингу. Стратегія маркетингу включає методи використання елементів комплексу маркетингу, визначає роль кожного елемента під час діяльності підприємства на цільових ринках. Тактики маркетингу висвітлюють детальні ознаки кожного елемента комплексу – властивості продукту, бренду, іміджу тощо.

4. Вихід на ринок. Аналіз планування підприємства виходу на ринок і позиціонування. Узгодження в часі, послідовності реалізації всіх складових маркетингової стратегії і тактики. Слідування за лідером, тобто пов'язати власну стратегію зі стратегією конкурентів або досліджувати зовнішні показники - господарські, галузеві, сезонні тощо, та виходити на ринок з інноваційною стратегією, що є більш ризикованою.

Від ефективності менеджменту маркетингу на підприємстві істотно залежить збут продукції, конкурентоспроможність, репутація та його стратегічне положення.

Отже, менеджмент маркетингу – це процес планування, реалізації та контролю за діяльністю, яка спрямована на створення, передачу інформації та задоволення потреб клієнтів. Це включає визначення потреб і бажань клієнтів, визначення цільових ринків для обслуговування, розробку маркетингових стратегій і тактик, а також моніторинг і оцінку ефективності маркетингу. Ефективний менеджмент маркетингу допомагає організаціям досягти не лише маркетингових цілей, а досягти успіху в бізнесі.

УДК 338.43

Євчук Л. А.,

д-р екон. наук, професор,

т.в.о. завідувача кафедри економіки та підприємництва,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ І СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Конкурентоспроможністю підприємства є його здатність успішно функціонувати в довгостроковій перспективі. Поняття «конкуренто-

спроможність підприємства» і «розвиток підприємства» є близькими. Іншими словами, конкурентоспроможністю підприємства є його здатність успішно розвиватися. Слід розуміти, що конкурентоспроможність підприємства та економічна ефективність його діяльності не є тотожними поняттями. Економічна ефективність є результатом діяльності підприємства, оціненим на певний момент. Економічна ефективність є різною в різних умовах функціонування. Конкурентоспроможне підприємство може отримати від'ємний фінансовий результат за певний період, а ймовірність його банкрутства є низькою. Підприємство може розвиватися надалі. Економічний потенціал підприємства (виробничий, трудовий, управлінський тощо) дозволить йому вирівняти фінансове становище.

І навпаки, підприємство може мати велику виручку та прибуток станом на певну дату, але рівень його конкурентоспроможності буде низьким, оскільки справи ідуть погано, продукція не користується попитом у споживачів. Підприємство отримало доходи за рахунок розпродажу майна. Таке підприємство не може розвиватися.

Конкурентоспроможність і розвиток підприємства формується наступними факторами: фінансовий стан, конкурентоспроможність продукції та рівень менеджменту. Ці фактори є тісно пов'язаними між собою. Конкурентоспроможне підприємство має гарний *фінансовий стан*. Банкрутство не загрожує йому. Вище вже було зазначено, що конкурентоспроможне підприємство може отримати збиток за певний період, але ймовірність банкрутства є низькою. Вміле управління підприємством та конкурентоспроможна продукція дозволять виправити фінансовий стан.

Конкурентоспроможність продукції є її здатністю задовольняти запити споживачів та приносити виробнику/продавцю прибуток. Конкурентоспроможна продукція є гарантом отримання підприємством прибутку, а в наслідку і конкурентоспроможності.

Рівень менеджменту підприємства грає не меншу роль за інші два фактори. Економічна історія знає багато випадків банкрутства успішних світових компаній через нераціональне управління підприємством. Яскравим прикладом є колишній світовий лідер, виробник мобільних телефонів Nokia. Раніше цей телефон вважався найкращим на ринку України. Неправильні управлінські рішення збанкрутували дуже успішну компанію.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства відбувається через формування його конкурентних переваг. Грамотний менеджмент підприємства турбується про формування конкурентних переваг, а конкурентні переваги, в свою чергу, забезпечують

конкурентоспроможність продукції та стійкий фінансовий стан підприємства.

В нинішніх кризових умовах зовнішнього середовища більш важливим для українських підприємств є забезпечити не стільки конкурентоспроможність, скільки стійкість до швидкозмінних умов ринку. Стійкість бізнесу – це здатність компанії витримати кризові ситуації, адаптуватись до змін у ринковому середовищі та забезпечити свій довгостроковий розвиток. Ця здатність залежить від багатьох факторів, таких як фінансова, ринкова, технологічна, кадрова, організаційна стійкість. Для оцінки та підвищення стійкості бізнесу необхідно розробити та реалізувати ефективну стратегію, яка враховує специфіку галузі, ринку, конкурентів, ресурсів, соціальних та екологічних факторів.

Забезпечення стійкості підприємства – це процес ціленаправленої управлінської діяльності. Стійкість підприємства не формується стихійно, сама собою. Це має бути цілеспрямована управлінська діяльність команди менеджменту підприємства. Управління стійкістю підприємства – окремий напрям управлінської діяльності, що забезпечує довгострокове успішне функціонування підприємства на ринку.

Основою процесу управління стійкістю підприємства є планування його діяльності та розробка стратегії стійкості та стратегії розвитку. Обидві стратегії тісно взаємопов'язані між собою. Оскільки довгостроковий успішний розвиток є неможливим без забезпечення стійкості підприємства. У свою чергу стійкість підприємства у довгостроковому періоді ґрунтується на безперервному його розвитку. Стратегія стійкості підприємства направлена на формування здатності підприємства протистояти дестабілізуючим факторам, зберігати свою фінансову та стійкість через ефективне використання своїх ресурсів та в процесі адаптації до умов зовнішнього середовища.

Досвід функціонування, а більше виживання українських підприємств в складних умовах останніх років показав, як вміння швидкої адаптації до складних умов дозволяє підприємствам продовжувати працювати на ринку. Так, співзасновник компанії «Uklon» Сергій Смуєв розповідає: «Коли почалося повномасштабне вторгнення, в нашому бізнесі було важливо, щоб сервіс продовжував працювати. Не було моменту, коли ми не працювали, на відміну від конкурентів [3]. Засновник та керівник ТОВ «Стратег Україна», що виробляє дитячі іграшки торгової марки «Strateg», Олександр Сивак засобом виживання та послідуєчого успішного розвитку підприємства вважає те, що вони першими почали запускати нові види продукції під

час війни. Поки конкуренти продавали залишки зі складів, вони активно скуповували всі наявні обсяги картону в Україні та випускали новинки, що мали великий попит. За два роки компанія продала 2 млн патріотичних ігор і випустила понад 200 нових [1].

Наведені приклади показують, що основою виживання цих підприємств було продовження діяльності, незважаючи на різноманітні великі ризики та загрози, що стояли перед підприємствами: від фізичного знищення ресурсів в результаті ракетного обстрілу до негативного впливу економічних факторів та власних помилкових дій. Вивчення досвіду виживання підприємств у складних умовах та їх послідуючого розвитку показує, що всі вони також потерпали різні невдачі, допускали помилки. Негативний досвід вони аналізували і розглядали як джерело навчання, вдосконалення, адаптації задля майбутнього розвитку.

Серед важливих зовнішніх факторів функціонування підприємства ключову роль відіграє конкуренція. Успіх підприємства тісно пов'язаний з його здатністю до ефективної діяльності в умовах жорсткої конкуренції. Хоча деякі підприємці можуть сприймати конкуренцію як перешкоду, передові менеджери вбачають у ній можливість для розвитку, вдаючись до стратегій, натхненних східною філософією, зокрема китайськими військовими доктринами. Стародавні китайські трактати вчать шукати гармонії з конкурентами, що часто призводить до кращих результатів. Розуміння складної взаємозалежності у бізнес-середовищі дозволяє підприємцю ефективніше управляти зовнішніми викликами, включаючи конкуренцію, споживачів та ринкові тенденції [2, с. 20-21].

Кризові умови пандемії та численні виклики війни спонукали підприємців переосмислити своє ставлення до конкурентів і розглядати їх вже як партнерів. Зміна парадигми відкрила двері до численних можливостей для співпраці. Колективні закупівлі, що дозволяють отримувати знижки та безкоштовну доставку. Придбання та спільне використання дизель-генератора кількома дрібними торговими точками в період регулярних відключень електроенергії через масовані обстріли української енергетичної інфраструктури.

Окремі підприємства просунулися глибше і знайшли нові шляхи співпраці, що ведуть до взаємної вигоди. Наприклад, українська компанія «Чумак», яка зіткнулася із втратою виробничих потужностей через військові дії, знайшла рішення у співпраці з конкурентами. Тепер «Чумак» виробляє свою продукцію на потужностях інших компаній, при тому, що останні виготовляють аналогічну продукцію своїх

торгових марок. Томатну пасту випускають на ПрАТ «Луцьк Фудз», майонези – на «Delta Food», соуси – на заводах «Oikom Group» [4].

Список використаних джерел

1. Strateg: майбутнє за дітьми. Як українська компанія під керівництвом Олександра Сивака збільшує масштаби виробництва, незважаючи на важкі часи. *Forbes.ua*. 2023. URL: <https://forbes.ua/leadership/strateg-maybutne-za-ditmi-yak-ukrainska-kompaniya-pid-kerivnitstvom-oleksandra-sivaka-zbilshue-masshtabi-virobnitstva-nezvazhayuchi-na-vazhki-chasi-25122023-18118> (дата звернення: 01.03.2024).
2. Криппендорф К. 36 стратегій для перемоги в епоху конкуренції. Харків, 2005. 256 с.
3. Лаврентій В. Пристрасть і математика. Як закохати у свій бренд надовго? Кардинально протилежні поради від засновників Uklon і Monobank. *Forbes.ua*. 2023. URL: <https://forbes.ua/business/pristrast-i-matematika-yak-zakokhati-u-sviy-brend-nadovgo-poradi-vid-spivzasnovnikiv-uklon-i-monobank-07112023-17038> (дата звернення: 28.02.2024).
4. Штука Н. Чумацький шлях. *Forbes.ua*. 2023. URL: <https://forbes.ua/company/chumatskiy-shlyakh-110-spivrobitnikiv-z-1200-padinnya-na-70-chastki-rinku-ta-vitorgu-yak-vizhivae-virobnik-ketchupiv-ta-konservatsii-chumak-z-kakhovki-09022023-11622> (дата звернення: 01.03.2024).

УДК 338.1

Ільницький Д. Т.,

здобувач вищої освіти факультету економічних наук спеціальності 073 «Менеджмент»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Черненко К. П.,

канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри фінансів і кредиту,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

РИЗИКОВИЙ ПРОФІЛЬ ГАЗОТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Газотранспортна система України відіграє ключову роль в енергетичній інфраструктурі Європи, забезпечуючи транзит значних обсягів природного газу до країн Західної та Центральної Європи. В

умовах зростаючої геополітичної напруженості, технологічних змін та еволюції міжнародних енергетичних ринків, ризики діяльності цієї системи набувають особливої актуальності.

Процес утворення ТОВ «ГТС України», що є природною монополією і сертифікованим оператором газотранспортної системи (далі – ГТС) України з 2020 року, був розпочатий після отримання попереднім оператором газотранспортної системи (АТ «Укртрансгаз») значних збитків, спричинених неефективним управлінням, низкою техніко-експлуатаційних, ринкових, макроекономічних ризиків, а також пов’язаних із корпоративною культурою, судовими процесами тощо.

Проте створення нової компанії з новою організаційною архітектурою, змінами у персоналі та підходах до надання послуг не стало панацеєю від «історичних проблем». До того ж, мінливість світової політичної та економічної кон’юнктури спричиняли появу нових проблем (рис. 1).

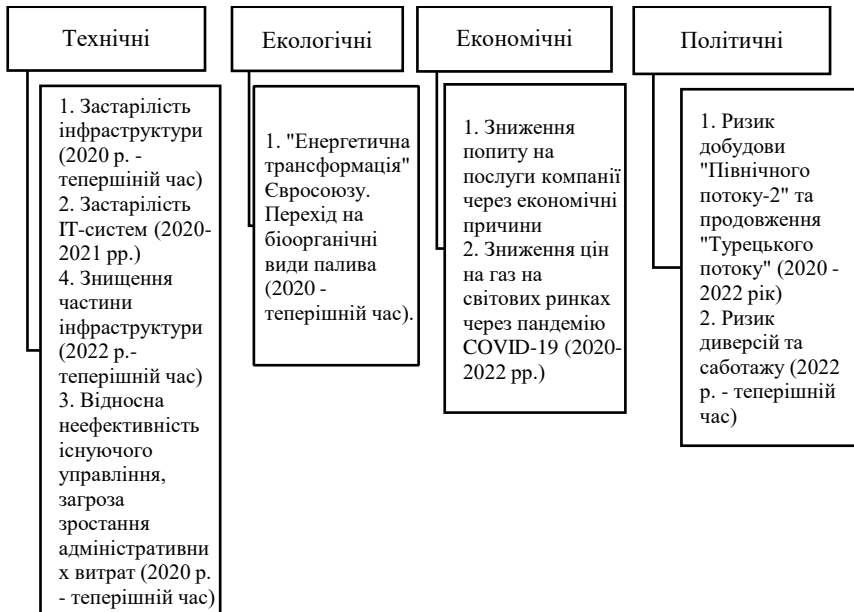


Рис.1. Хронологія зміни ризикового профілю ТОВ «ГТС України» з моменту створення до 2024 р.

1. Інфраструктура газотранспортної системи України показувала значний знос ще до моменту розпаду Радянського Союзу. Попри пропускну спроможність в 288 млрд куб. м на вході та 178,5 млрд куб. м на виході, реальний стан є менш оптимістичним. Близько третини українських газопроводів та більшість з понад 70 компресорних станцій потребують заміни чи повної модернізації через великий термін експлуатації – понад 32 роки для 50,8% газопроводів і понад 50 років для 20,7%. В той же час, 89% компресорних агрегатів (471 ГПА) використовуються понад 25 років. Незважаючи на велику тривалість експлуатації, оператор запевняє, що газопроводи зберігають свої якісні властивості завдяки регулярному діагностуванню та обслуговуванню. Однак, інциденти, такі як розгерметизації на маршрутах «Київ-Захід України-1» і «Угерсько-Івано-Франківськ-Чернівці», підкреслюють проблеми з технічним станом системи та необхідність її оновлення [1].

2. У 2020 році «Оператор ГТС України» розпочав оновлення своєї IT-інфраструктури для вдосконалення безпеки та ефективності газотранспортних мереж і компресорних станцій. Впровадження Системи управління технічним станом і цілісністю (СУТСЦ), базованої на математичних моделях, дозволило краще прогнозувати технічний стан і ризики, а також формувати програми діагностики та ремонту. Оновлення включало інтеграцію нових IT-систем, таких як SCADA для моніторингу стану ГТС і ERP-системи SAP S/4HANA для оптимізації внутрішніх процесів. Ці зміни покращили загальну ефективність і знизили витрати на обслуговування, але також збільшили вразливість до кібератак. Оператор активно працює над зміцненням кібербезпеки, включаючи модернізацію систем захисту та плани отримання сертифікації ISO 27001, щоб захистити критично важливу інфраструктуру від хакерських загроз [1].

3. Більш того, починаючи з моменту повномасштабного вторгнення РФ на територію України, газотранспортна інфраструктура почала піддаватися цілковитому знищенню, що значно підвищило величину технічного ризику. Зокрема, 101 газорозподільну станцію із 1395 у п'яти регіонах України зупинили. Понад 4 тис. км газорозподільних мереж було частково або повністю зруйновано, за перші дванадцять місяців війни знищено або пошкоджено 1301 газорозподільний пункт, 1322 шафових газорегулювальних пункти та понад 28 тис. комбінованих регуляторів тиску. Збитки ГТС внаслідок російської агресії наприкінці квітня 2024 року сягнули у 30 млрд грн. Проте Оператор ГТС запевнив, що за першої ж нагоди відновлювальні роботи на всіх пошкоджених ділянках газотранспортної системи продовжуються [2].

4. Перед так званим «анбандлінгом», ГТС контролювалася НАК «Нафтогаз України», яка мала монопольне управління від видобутку до збуту газу, створюючи неефективність та виклики для міжнародного співробітництва. Після анбандлінгу відбулась передача корпоративних прав ГТС від «Нафтогазу» до новоствореного ТОВ «ОГТСУ», що істотно змінило управлінську структуру. Україна продовжує реформи для відповідності міжнародним стандартам, але стикається з викликами у корпоративному управлінні та оптимізації власності що вимагає особливої уваги до реформаційних процесів.

5. Аналіз вектору трансформації європейського ринку природного газу показує, що раніше домінуючі поставки з Росії та Норвегії зумовили високий транзитний потенціал України, що має стратегічне географічне розташування. Однак, сучасні інвестиції в енергетичну ефективність і альтернативні джерела енергії, а також зростання сектору послуг в країнах ЄС, призвели до зменшення попиту на природний газ. Це знижує транзитні доходи України та впливає на її економічну рівновагу.

6. Ризики з небалансами значно впливають на фінансову стабільність компанії, особливо після січня 2020 року, коли ринкові учасники створили борг перед Оператором ГТС у розмірі 579,6 млн грн. Велика частина боргу припадає на облгази Групи РГК. Загалом, негативні небаланси за січень склали 123,8 млн куб. м на 770,3 млн грн, з великою часткою від облгазів, тоді як позитивні небаланси були 278,3 млн куб. м на 1521,9 млн грн, переважно від постачальників газу. Проблема несанкціонованих відборів газу тривала з 2015 року, призводячи до значної заборгованості, що до кінця 2023 року сягнула понад 40 млрд грн [3].

7. У 2020 році обсяг транзиту російського газу через ГТС України скоротився до 51,9 млрд м³, що на 32% менше, ніж у 2019 році. Зниження обсягів було передбачене через нові обхідні газопроводи, падіння попиту на газ у Європі через пандемію COVID-19 та високі запаси в європейських підземних сховищах. Зменшення потоків знижує роль України як ключової транзитної країни в європейському енергетичному секторі.

8. Ризики для ГТС України зростають із непродовженням контракту на транзит російського газу, що закінчується в кінці 2024 року. Одним із можливих шляхів мінімізації ризиків є використання українських підземних газосховищ для зберігання значних обсягів газу європейськими країнами. За словами міністра енергетики України Германа Галушенка, Україна може запропонувати до 15 млрд

кубометрів місткості для зберігання, що не тільки забезпечить нові джерела доходу для ГТС, але й сприятиме енергетичній безпеці Європи.

9. «Північний потік-2» та «Турецький потік» дозволяли Росії обходити традиційні транзитні країни, що зміцнювало її позиції як основного постачальника газу до Європи, утворюючи її монополію і зменшуючи конкуренцію на ринку. У зв'язку із запуском альтернативних маршрутів постачання газу в Європу, обсяг заброньованих потужностей зменшився на 38% з 2020 року, до 40 млрд м³ на рік у 2021-2022 роках. Однак затримки в будівництві South Stream lite та невизначеність щодо «Північного потоку-2» вплинули на плани і фактично нівелювало даний ризик для ГТС України.

10. Ризик саботажу газотранспортної системи України посилюється через спроби російських військових і воєнізованих груп проникнути на об'єкти ГТС, створюючи серйозні загрози безперервному постачанню газу в Україні та Європі та ризик технологічної катастрофи. Це може призвести до значних економічних втрат, наражати на небезпеку населення і мати серйозні політичні наслідки. Для мінімізації ризиків важливо підвищити захист об'єктів ГТС, розвинути аварійні служби та зміцнити міжнародне співробітництво.

11. Країни G7 підтримали план Міжнародного енергетичного агентства зі зменшення залежності від російського газу, який передбачає 10 кроків. Припинення поставок російського газу може збільшити витрати на транзит газу через українську ГТС і вплинути на енергетичну безпеку України. Для вирішення цих проблем Україна може розвивати власний видобуток газу, збільшувати використання відновлюваних джерел, покращувати енергоефективність та шукати нові ринки для транзиту газу.

Газотранспортна система України (ГТС) зіграла важливу роль у енергетичній інфраструктурі Європи, переважно виконуючи транзит російського газу до ЄС. Створення ТОВ «ГТС України» в 2020 році спрямоване на модернізацію та зменшення історичних ризиків, які були пов'язані з недоліками управління та технічним станом системи. Проте, нові геополітичні, технологічні та ринкові виклики, зокрема зменшення транзиту через нові газопроводи і ризики саботажу, зберігаються та потребують постійного управління та адаптації. Реформування ГТС та зменшення залежності від транзитних доходів, а також інтеграція з європейською енергетичною мережею, можуть допомогти Україні підвищити енергетичну безпеку та стабільність.

Список використаних джерел

1. План розвитку ТОВ "Оператор ГТС України" на 2020 – 2029 роки. ТОВ "Оператор ГТС України". – Київ : [б.в.], 2022. – 101 с. – URL: <https://tsoua.com/wp-content/uploads/2020/10/TYNBP-2021-2030-TSO-3-4.pdf>
2. Давайте все після війни: Стан енергетичної інфраструктури України та майбутнє галузі. Delo.ua. – URL: <https://delo.ua/energetics/davaite-vze-pislya-viini-stan-energeticnoyi-infrastrukturi-ukrayini-ta-maibutnje-galuzi-404840/> – Назва з екрана.
3. Колонки. Економічна правда. – 2021. – URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/11/12/679684/> – Назва з екрана.

УДК: 10167(66)

Зінченко Є. С.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лукіна Т. І.,

д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Юнес Є. Ф.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ШТУЧНЕ М'ЯСО: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Зростання населення планети, екологічні проблеми, пов'язані з тваринництвом, та етичні міркування щодо експлуатації тварин роблять питання альтернативних джерел білка дедалі актуальнішим. Штучне м'ясо, що вирощується в лабораторних умовах без залучення тварин, стає об'єктом інтенсивних наукових досліджень та збільшення інтересу громадськості. Популяризація вегетаріанства та веганства також підтримує актуальність м'яса з пробірки, оскільки цей продукт може бути альтернативою для людей, які хочуть зменшити споживання тваринних продуктів. З одного боку, ця технологія може стати ключовим рішенням для забезпечення продовольчої безпеки та зменшення впливу тваринництва на довкілля. З іншого боку, воно

породжує численні етичні, технологічні та екологічні питання. Запровадження штучного м'яса на ринок може змінити модель харчування та сприяти збереженню ресурсів планети для майбутніх поколінь і сприяти захисту тваринних прав. Суспільство задається питанням, на який прогноз їм очікувати у майбутньому?

У порівнянні з таким поняттям, як «вирощене на фермі», «вирощене в лабораторії» залишає багато простору для уяви, коли справа доходить до того, як виробляється культивоване м'ясо, але все не так страшно, як здається. Штучне м'ясо – продукт, що має багато назв, і є м'ясом, яке вирощене в спеціально створених умовах із клітин тварин та не потребує вбивства цієї тварини.

Процес отримання штучного м'яса з пробірки полягає у використанні стовбурових клітин тварин, з яких вирощують м'язові волокна в біореакторі з поживним середовищем. Компанії, що займаються культивуванням м'яса, використовують різні підходи до розвитку м'язової тканини та розтягування волокон для підвищення схожості з природним м'ясом. Візьмемо, наприклад, корову. Вчені використовуватимуть коров'ячі стовбурові клітини, будівельні блоки м'язів та інших органів, щоб розпочати процес створення штучного м'яса. Клітини поміщують у чашки Петрі з амінокислотами та вуглеводами, щоб допомогти м'язовим клітинам розмножуватися та рости. Як тільки виросте достатня кількість м'язових волокон, у результаті вийде м'ясо, що нагадує яловичий фарш. Технологія друку м'яса на 3D-принтері може стати вирішенням проблеми отримання цілих шматків штучного м'яса, але наразі цей процес є експериментальним. Ідея використання біочорнила для друку м'яса на 3D-принтері дозволяє створювати складну структуру м'яса, що може бути кроком у напрямі отримання повноцінних продуктів. Може здатися, що розробка штучного м'яса виникла нещодавно, але ідея була закладена вже давно [6].

Так, наприклад, у 1930 р. В. Черчилль сказав: «Через п'ятдесят років ми не будемо абсурдно вирощувати ціле курча, щоб їсти тільки грудки або крильця, а будемо вирощувати ці частини окремо у відповідному середовищі» [7].

Перші дослідження з культивування м'язових клітин *in vitro* були проведені в 1960-х роках. Проте лише у 2013 р. голландська компанія Mosa Meat представила перший бургер, вирощений з культивованих м'язових клітин. З того часу сфера штучного м'яса стрімко розвивається, і з'являються нові компанії та дослідницькі групи, які працюють над цією технологією. Науковці вважають, що м'ясо з пробірки може стати важливим рішенням для розв'язання проблеми

глобальної продовольчої кризи та зменшення впливу тваринництва на довкілля [4].

Звісно, штучне м'ясо має свої як переваги, так і недоліки. Виробництво штучного м'яса не потребує забою тварин, що є перевагою, адже етично воно є більш прийнятним для багатьох людей.

Тваринництво – один з основних факторів, що спричиняють викиди парникових газів, забруднення води та ґрунту, а також знеліснення. Культивоване м'ясо забезпечує екологічну стійкість через менший вплив на навколишнє середовище. Виробництво штучного м'яса дає можливість контролювати його склад та уникнути забруднення шкідливими речовинами.

Однак є й недоліки, такі як висока вартість. Під час інтерв'ю на австралійському радіошоу голландський стартап Mosa Meat підрахував, що ціна може становити 80 доларів за кілограм, якщо їм вдасться налагодити великомасштабне виробництво. Може відчуватися зміна смаку та текстури, яка відрізняється від тваринного м'яса. Корисність штучного м'яса – це складне питання, яке потребує уважного розгляду з урахуванням багатьох аспектів. Досі є необхідність в проведенні докладних досліджень щодо безпеки та поживності [1].

Варто зазначити, що у суспільстві думки людей є різними, більшість з них позитивно ставляться до ідеї вирощування штучного м'яса як альтернативного джерела білка, особливо в контексті його екологічних переваг. Але питання ціни та недосконало визначений вплив на здоров'я залишають у сумнівах потенційних споживачів інноваційного харчування. «Деякі люди думають, що чисте м'ясо не буде таким смачним, як звичайне, а інші стурбовані тим, що воно буде дуже дорогим», – сказав К. Брайант, який досліджує прийнятність культивованого м'яса в Університеті Бата. Також він зазначив, що з плином часу інновація буде покращуватись і викликати більше зацікавленості у людей: «Швидше за все, знадобляться десятиліття, щоб масштабувати виробництво і ціна стала конкурентоспроможною з м'ясом худоби, але як тільки це станеться, я думаю, що більшість споживачів віддадуть перевагу продукту, який кращий для навколишнього середовища, тварин та їхнього власного здоров'я» [2].

У майбутньому очікується подальший розвиток технологій штучного м'яса, включаючи покращення його складу, вигляду, поживної цінності та методів виробництва. Ці інновації можуть зробити штучне м'ясо ще більш привабливим для споживачів та економічно доцільним для виробників. На думку науковця Д. Луйнінга, необхідно додати до штучного м'яса вітаміни, які є в нестачі у організмі людей. «Наприклад, тут, у Нідерландах, де завжди темно, ми могли б додати вітамін D у ваше

м'ясо, щоб доповнити його», – пояснив Луйнінг. Він також передбачає майбутнє, де м'ясо вирощуватиметься у великих містах, усуваючи потребу в його транспортуванні та полегшуючи адаптацію до потреб людей, які там живуть [2].

Штучне м'ясо буде мати значний вплив в майбутньому на харчування та здоров'я людей. Воно допоможе зменшити вплив тваринництва на забруднення навколишнього середовища та розв'язати проблему глобальної продовольчої кризи. Також, це може допомогти у скороченні використання природних ресурсів, таких як вода та земля, які зараз витрачаються на вирощування тварин для харчування.

Попри деякі технологічні та етичні виклики, штучне м'ясо продовжує привертати увагу науковців, виробників та споживачів, відкриваючи нові перспективи для майбутнього харчового виробництва, воно стикається з викликами, такими як висока вартість, зміна смаку та текстури порівняно з традиційним м'ясом, а також питання безпеки та поживності. Але більшість людей позитивно ставляться до ідеї штучного м'яса як екологічної та сталої альтернативи. Хоча є ще багато викликів та досліджень, штучне м'ясо вже на сьогодні відкриває нові можливості для майбутнього харчового виробництва. Важливо продовжувати наукові дослідження та розвиток цієї галузі, щоб забезпечити ефективний та сталий шлях до споживання штучного м'яса.

Список використаних джерел

1. Чорний А. Штучне м'ясо може вплинути на економіку України. Чому це не близька, але абсолютно реальна перспектива – *forbes.ua*. *Forbes.ua* | Бізнес, мільяртери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/innovations/iskusstvennoe-myaso-mozhet-izmenit-ekonomiku-ukrainy-pochemu-eto-ne-blizkaya-no-absolyutno-realnaya-perspektiva-23032021-1210> (дата звернення: 17.04.2024).

2. Cultured meat is coming soon: here's what you need to know. *Labiotech.eu*. URL: <https://www.labiotech.eu/in-depth/cultured-meat-industry/> (date of access: 17.04.2024).

3. The now: could science really extend the human lifespan?. *GCFGlobal.org*. URL: <https://edu.gcfglobal.org/en/thenow/could-science-really-extend-the-human-lifespan/1/> (date of access: 17.04.2024).

4. The science of cultivated meat | GFI. *The Good Food Institute*. URL: <https://gfi.org/science/the-science-of-cultivated-meat/> (date of access: 17.04.2024).

5. Культивоване м'ясо: наука, етика та потенціал м'яса з пробірки. *Кожна Тварина*. URL:

<https://www.everyanimal.org/post/kultyvovane-miaso> (дата звернення: 17.04.2024).

6. М'ясо з пробірки. Історія та перспективи вирощування м'яса в лабораторії. *nauka.ua*. URL: <https://nauka.ua/article/myaso-z-probirki-istoriya-ta-perspektivi-viroshchuvannya-myasa-v-laboratoriyi> (дата звернення: 17.04.2024).

7. М'ясо з пробірки. *www.wikidata.uk-ua.nina.az*. URL: https://www.wikidata.uk-ua.nina.az/Культивоване_м'ясо.html (дата звернення: 17.04.2024).

УДК: 005.95

Ishchenko Nataliia

PhD in Economics, associate professor,
Chair of Economy and Entrepreneurship,
Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE PORT INDUSTRY OF UKRAINE

The maritime transport complex is a multifunctional structure that meets the needs of the national economy in transportation, promotes international trade development, and fulfills Ukraine's obligations as a maritime state. Water transport serviced by Ukrainian seaports is cheaper and more environmentally friendly compared to other modes of transport, making it competitive in both domestic and international trade markets. Ukrainian seaports play a crucial role in the country's transportation and production infrastructure due to their location on international transport corridors.

The competitiveness of Ukraine's transportation complex in the global market depends on the effectiveness of its seaports' operation, the level of their technological and technical equipment, and the compliance of their management systems and infrastructure development with modern international standards. Due to the temporary occupation of the Autonomous Republic of Crimea, a decision was made to close the seaports [1].

Before the full-scale invasion in 2022, Ukrainian seaports facilitated the export of products from the country's agricultural and mining-metallurgical complexes and the import of resources such as coal, iron ore, and container goods. Ukrainian seaports handled over a third of Ukraine's total international trade volume with various countries worldwide, including more than half of the country's exports.

Currently, the activities of ports in the Mykolaiv and Kherson regions are

blocked. The ports of Odessa are operating under increased risks, with their infrastructure being destroyed and their volumes not comparable to pre-war levels despite initiatives like the grain corridor. According to the Administration of Ukrainian Seaports, Ukrainian ports were overloaded with approximately 62 million tons of cargo in 2023, including 45.5 million tons of grain and 6.3 million tons of bulk cargo.

According to data from the State Statistics Service of Ukraine [2], the TOP-5 groups of commodity exports, the logistics of which are most efficiently handled using water transport, accounted for over two-thirds of the total exports in 2023. This necessitates special attention to the preservation, development, and effective management of port infrastructure, considering geopolitical challenges.

The key principles of strategic port management are laid out in the Strategy for the Development of Ukrainian Seaports until 2038, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine on July 11, 2013, No. 548 (as amended by the Cabinet of Ministers of Ukraine Order of December 23, 2020, No. 1634-p) [3].

The purpose of the Strategy is "to define the conceptual principles of forming state policy for planning and development of the port industry, aimed at improving service, creating conditions for attracting private investment, and increasing the efficiency of using existing capacities in Ukrainian seaports, harmonizing the development of port infrastructure (railway approaches, roads) and throughput capacity of seaports, increasing their participation in international supply chains, ensuring environmental safety in accordance with international standards, and preventing pollution of the environment by economic entities and vessels, complying with requirements for the use and protection of water bodies within the territory and water area of the seaport" [3].

To achieve this goal, it is necessary to implement strategic objectives in the following areas:

- Optimization of the management system of the port industry;
- Balanced development and effective utilization of port capacities;
- Improvement of services in Ukrainian seaports.

The possibility of implementing the strategy depends not only on geopolitical factors and the development of the Ukrainian economy but also on global trends.



Fig. 1. Global factors influencing the port industry [4]

In the coming years, the maritime industry will continue to develop actively. The future of the global port and shipping industry remains uncertain, but significant changes can be expected in four important areas: trade routes, the competitive position of ports, ecosystems, and the distribution of cargo flows. These trends will impact the activities of every participant in this market. Together with geopolitical and macroeconomic challenges, this influences the pathways for improving the strategy for the development of Ukrainian ports.

References

1. Наказ Міністерства інфраструктури України Про закриття морських портів 16.06.2014 № 255: web-site URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0690-14#Text> (дата звернення 11.04.2024)
2. Державна служба статистики України: web-site URL: ukrstat.gov.ua (дата звернення 11.04.2024)
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 липня 2013 р. № 548 (в редакції розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 грудня 2020 р. № 1634-р) : web-site URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1634-2020-%D1%80#Text> (дата звернення 11.04.2024)
4. Дослідження про тенденції в портовій індустрії Global Port Trends 2030: web-site URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/consumer-business/deloitte-nl-cb-global-port-trends-2030.pdf> (дата звернення 11.04.2024)

Кісіляк Я. В.,
здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Нетудухата К. Л.,
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В сучасному світі створення бренду є ключовим елементом успішної маркетингової діяльності. Цей процес розпочинається з усвідомлення власником бізнесу стратегічного значення бренду для подальшого розвитку. Важливість його створення та управління стає основою для формування чіткої ідентичності та успішної присутності на ринку.

Існує низка визначень щодо того, що таке бренд. Ця різноманітність відображається в різних трактуваннях фахівців та дослідників, що поглиблюють наше розуміння цього поняття. Ф. Котлер визначає бренд як назву, поняття, знак, символ, дизайн, чи комбінацію перерахованих властивостей, призначених для ідентифікації запропонованих продавцем товарів або послуг, а також для встановлення їх відмінностей від товарів і послуг конкурентів. П. Дойль вважає, що успішний бренд є сукупністю продукту, який покликаний задовольнити функціональні потреби споживачів, та додаткових цінностей, які привносяться власне самим ім'ям продукту і дають споживачу відчуття переваги над конкуруючими товарами або послугами. За визначення Д. Огілві, бренд – це недосяжна сума властивостей продукту, а саме його імені, упаковки і ціни, його історії, репутації і способу рекламування. Бренд є також поєднанням вражень, які виникають у споживачів, і результатом їх досвіду використання бренду [1, с. 440-441].

Підсумовуючи наведені дефініції поняття «бренд», можна сказати, що їх об'єднує спроба описати сферу почуттів та споживчих переваг товару чи послуги.

До основних характеристик бренду належать: його основний зміст; функціональні й емоційні асоціації, які виражаються покупцями та потенційними клієнтами; словесна частина марки або словесний товарний знак; візуальний образ марки, формований рекламою для сприйняття покупця; рівень популярності марки в покупця, сила бренда; узагальнена сукупність ознак бренда, що характеризує його

індивідуальність; ступінь просування бренду; ступінь залучення бренду до цільової аудиторії і її окремих сегментів [2, с. 127].

Створення бренду – це процес творчої роботи, який вимагає глибоких знань ринку, споживачів та конкурентів. Створення бренду складається з ряду послідовних та взаємопов'язаних дій, спрямованих на формування єдиного сприйняття продукту серед споживачів (рис. 1).

Процес створення бренду починається з прийняття власником бізнесу, виконавчою владою та іншими зацікавленими сторонами зваженого рішення щодо його просування вперед. Це рішення є першим кроком до розвитку чіткої ідентичності бренду та видимості на ринку.

Створення сильного бренду передбачає ретельне вивчення ринку та конкурентного середовища. Варто дізнатися про тенденції ринку, розмір та динаміку зростання, споживчі уподобання, демографічні дані та інші фактори, які можуть впливати на діяльність. Аналіз конкурентів має включати дослідження їх продуктів, цінову політику, маркетингові стратегії, сильні та слабкі сторони. Це допоможе зрозуміти, як виділитися на ринку і чим саме бренд може привернути увагу споживачів.

Далі на основі зібраних даних розробляється унікальна брендова стратегія, яка втілюється у візуальне відображення бренду – логотипи, упаковка, фірмовий стиль, рекламні матеріали тощо, які відображають брендову ідентичність та впроваджуються у всі аспекти бренду, включаючи продуктовий дизайн, веб-сайт, соціальні медіа, рекламні кампанії тощо. Крім того, варто розглянути можливість розробки брендбуку – внутрішнього корпоративного документу, який встановлює основне позиціонування бренду та норми оформлення фірмового стилю [3, с. 4].

Ім'я виступає як ключовий елемент ідентифікації. Опис включає переважно підпис до товарного знаку та пояснення функціональних можливостей власника бренду. Слоган – це коротка фраза, що відображає суть філософії бренду та надає йому унікальності в очах споживачів. Ідентифікаційна система представлена сукупністю товарних знаків, фірмового стилю, упакування, спеціальних звуків тощо. Комунікаційні носії відображають та транслюють саму ідею бренду. До них можуть бути віднесені реклама та медіа [4, с. 145]. Практика показує, що бренд компанії складається з ряду складових, серед яких виокремлюють:

- впізнаваність;
- асоціативність;
- емоційне сприйняття;
- вищу ринкову вартість;
- очікування відповідної якості [5, с. 13]

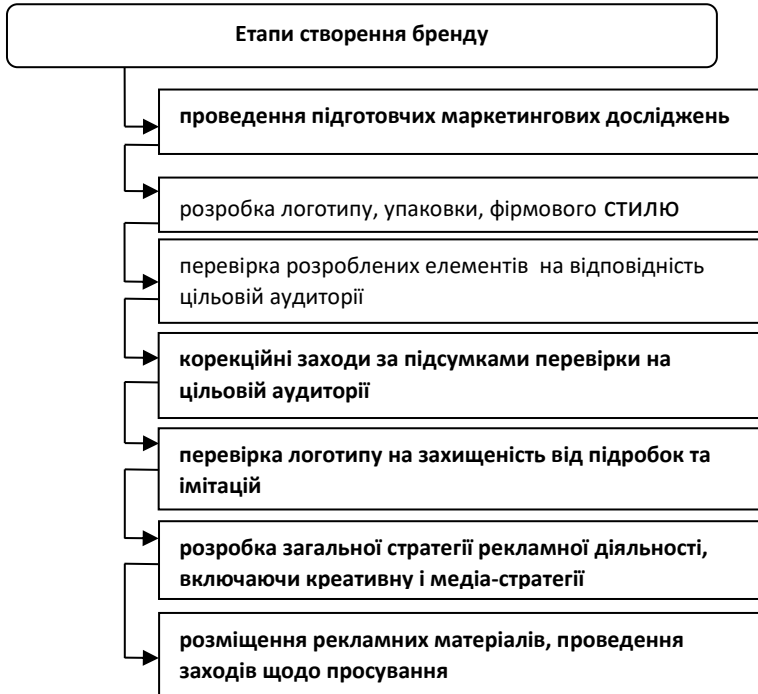


Рис. 1. Етапи створення бренду

Розроблені візуальні елементи бренду важливо перевірити на відповідність цільовій аудиторії. Це допоможе переконатися, що логотип відповідає потребам, уподобанням та сприйняттю потенційних клієнтів. Зібрати відомості та відгуки можна за допомогою фокус-груп, опитування, анкетування, аналізу зворотного зв'язку від клієнтів тощо. Результати цієї перевірки можуть бути використані для внесення коригувань та покращень у дизайн логотипа та інших візуальних елементів бренду з метою досягнення оптимальної взаємодії зі споживачами.

Ще один важливий етап – перевірка логотипу на захищеність від підробок та імітацій, що включає перевірку наявності будь-яких схожих або ідентичних дизайнів, що можуть призвести до плагіату чи підробки. Визначення, чи існують інші бренди у вашій галузі або схожих сегментах ринку, які можуть мати схожі логотипи. Логотип та інші візуальні елементи бренду мають бути зареєстровані як авторське право та торгова марка.

Наступний етап – розробка креативної та медіа-стратегії. Креативна стратегія визначає ключові повідомлення, які мають бути передані цільовій аудиторії, а також тон та стиль комунікації. Разом з цим, вона включає в себе вибір формату реклами, творчі концепції, використання візуальних елементів та тексту, щоб привернути увагу та зацікавити аудиторію.

Медіа-стратегія враховує фактори, такі як поведінка споживачів, їхні звички та інтереси, а також бюджет рекламної кампанії. Медіа-стратегія може включати в себе вибір медіа-каналів, таких як телебачення, радіо, інтернет, соціальні мережі, зовнішня реклама тощо, а також визначення оптимального часу та частоти рекламних повідомлень.

Останнім етапом є розміщення рекламних матеріалів на обраних майданчиках та проведення заходів щодо просування.

Успішність розвитку бізнесу залежить в тому числі і від якісної комунікації бренду. Якщо ми подивимося на брендинг із функціональної точки зору, він охоплює два основних аспекти – створення бренду (brand building) та управління брендом (brand management).

Брендові комунікації охоплюють низку важливих обов'язків, пов'язаних з ефективним охопленням клієнтів та зацікавлених сторін. Ці завдання включають визначення пріоритету задоволеності клієнтів і задоволення їхніх потреб, постійний розвиток і вдосконалення бренду, сприяння лояльності клієнтів, забезпечення безперервного спілкування з цільовою аудиторією та стратегічне позиціонування компанії як остаточного вибору для споживачів. Важливо зазначити, що під час створення комунікаційної стратегії бренду часто допускається поширена помилка, яка передбачає плутання понять «імідж компанії» (як компанію сприймають споживачі та зацікавлені сторони) та «позиціонування» (ідеальний імідж, який компанія повинна прагнути). Ці концепції слід чітко розрізняти та точно розуміти, щоб сприяти успішній комунікації бренду. Крім того, додатковою метою бренд-комунікацій є підвищення ринкової стабільності компанії, що зрештою призведе до її довгострокового успіху та зростання.

Основна увага в комунікації бренду повинна зосереджуватися на орієнтації на споживача, визнаючи важливість як утримання існуючих клієнтів, так і залучення потенційних нових. Вкрай важливо переконатися, що канали комунікації залишаються відкритими та легкодоступними для покупців, що дозволяє їм легко отримувати інформацію про бренд. Спосіб комунікації бренду в кінцевому рахунку формує його репутацію серед споживачів. Як правило, розробка комунікаційної стратегії будується на трьох фундаментальних

компонентах: маркетинг (що передбачає вивчення ринку, конкурентів і клієнтів для розуміння поточної ситуації), креативний маркетинг (який фокусується на ефективному та яскравому передачі іміджу бренду або досягненні цілей) та медіапланування (що передбачає створення комплексного довгострокового плану комунікації, а також короткострокових тактичних планів). Крім того, комунікаційна стратегія завжди повинна включати концепцію встановлення як зовнішніх, так і внутрішніх комунікацій.

Алгоритм створення комунікаційної стратегії бренду відображено на рис. 2.

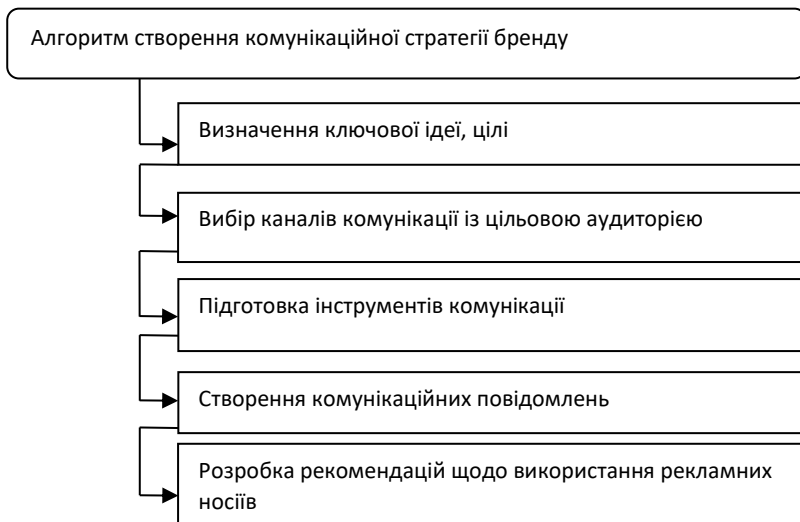


Рис. 2. Алгоритм створення комунікаційної стратегії бренду

Важливо розуміти, що створення бренду – це постійний процес. Бренд повинен адаптуватися до змін на ринку та у споживчих уподобаннях, підтримувати свою актуальність та цінність для клієнтів.

Підводячи підсумки слід зазначити, що створення сильного бренду є ключовим елементом в сучасному конкурентному бізнес-середовищі, що дозволяє підприємствам вирізнитися на ринку, будувати відносини зі споживачами та забезпечувати стабільність та конкурентоспроможність. Розуміння процесу створення бренду та його значення у маркетинговій діяльності відкриває широкі можливості для підприємств у досягненні успіху на ринку, у залученні та утриманні клієнтів.

Список використаних джерел

1. Яновстка В. П., Творонович В. І., Устіловська А. С. Управління брендом за результатами аналітичної діяльності маркетингу соціокультурних продуктів та послуг. Наукові перспективи. 2023. № 9(39). С. 438-448. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/issue/view/178/269>.
2. Коваленко О. В., Мельниченко А. В. Брендинг в маркетинговій діяльності. Проблеми системного підходу в економіці. 2016. № 2(56), С. 126-131. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_56_2016_ukr/20.pdf.
3. Самодай В. П. Методичні засади створення бренду. Економіка та суспільство. 2023. № 47. С. 8 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2037/1966>.
4. Деркач О. Г., Кузьміна А. О. Методичні підходи до формування бренд-орієнтованої системи управління підприємством. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. № 5(79). С. 140–147. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_79_2020_ukr/22.pdf.
5. Зборовська О. М., Красовська О. Ю. Систематизація існуючих наукових підходів до розвитку бренду підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 17. С. 12–16. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6807&i=1>.

УДК 65.011.56

Ковальов М. Д.,
здобувач вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Нетудихата К. Л.,
канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЙ

В сучасному бізнес-середовищі штучний інтелект (ШІ) стає все більш важливим інструментом для оптимізації та підвищення ефективності управління персоналом в організаціях. Використання ШІ може змінити традиційний підхід до управління персоналом, роблячи його більш ефективним, швидким та адаптивним до змін у середовищі. В контексті швидкого розвитку технологій та зростання конкуренції на

ринку, організації шукають нові способи оптимізації своїх процесів. Управління персоналом виявляється однією з ключових областей, де впровадження інновацій може мати великий вплив на результативність та конкурентоспроможність підприємства.

Впровадження штучного інтелекту в систему управління персоналом відкриває безліч практичних можливостей для оптимізації робочих процесів та підвищення ефективності керування кадрами. Перш за все, системи ШІ дозволяють автоматизувати та оптимізувати процеси рекрутингу, що спрощує пошук та відбір кандидатів для вакансій [1]. Вони аналізують великі обсяги даних, щоб ідентифікувати потенційних кандидатів, які найбільш відповідають вимогам посади [2]. Також, системи ШІ допомагають у вирішенні завдань зі збереження та розвитку персоналу шляхом надання рекомендацій з навчання та кар'єрного розвитку. Вони можуть аналізувати дані про продуктивність працівників для ідентифікації слабких місць та надання персоналізованих рекомендацій щодо покращення результативності.

Впровадження ШІ сприяє покращенню процесів управління емоційним інтелектом на робочому місці. Системи можуть аналізувати дані щодо емоційного стану працівників та виявляти фактори, що впливають на їхнє задоволення роботою. Це дозволяє керівникам вчасно реагувати на проблеми та покращувати клімат у колективі. Крім того, використання ШІ дозволяє оптимізувати робочий час та розподіляти завдання між працівниками ефективніше. Автоматизовані системи можуть аналізувати робочі процеси та виявляти шляхи їхньої оптимізації для забезпечення більшої продуктивності.

Штучний інтелект допомагає виявити та усунути помилки, що можуть виникнути через недостатню увагу чи неправильне рішення. Це допомагає забезпечити більшу точність та консистентність у прийнятті управлінських рішень. Крім того, використання ШІ може підвищити ступінь автоматизації в управлінні персоналом, що звільняє час керівників для стратегічного планування та розвитку бізнесу. Ще однією з переваг є швидке реагування на зміни в ситуації на ринку та використання даних для прийняття кращих управлінських рішень. Також, впровадження ШІ може покращити здатність підприємства до аналізу та прогнозування трендів на ринку праці. Системи можуть аналізувати великі обсяги даних щодо попиту на робочу силу, зміни в навичках та кар'єрні перспективи, що допомагає підприємствам приймати кращі стратегічні рішення.

Впровадження штучного інтелекту в систему управління персоналом несе, в свою чергу, певні ризики, які варто урахувати перед початком процесу. Потенційна втрата робочих місць внаслідок

впровадження штучного інтелекту в систему управління персоналом є однією з основних турбот для багатьох організацій. Автоматизація рутинних завдань, яка нерідко супроводжується впровадженням ШІ, може призвести до зменшення необхідності в людській праці в деяких секторах економіки.. Однак, важливо враховувати, що втрата робочих місць може виникнути не лише через пряму заміну людей машинами, але й через зміни в структурі робочих процесів. Деякі позиції можуть стати зайвими або потребувати перекваліфікації через автоматизацію та впровадження ШІ. Крім того, зменшення робочих місць може призвести до загострення конкуренції на ринку праці та погіршення умов праці для певних груп працівників. Також важливо враховувати соціальні наслідки втрати робочих місць, такі як збільшення безробіття та зменшення рівня життя для деяких груп населення. Для уникнення негативних наслідків важливо розробляти стратегії перекваліфікації та переосвіти для працівників, що втратили роботу через автоматизацію. Також необхідно активно працювати над створенням нових робочих місць у секторах, що розвиваються, де людський фактор є незамінним. Важливо також враховувати етичні та соціальні аспекти впровадження штучного інтелекту для забезпечення справедливості та рівності на ринку праці [3].

Виникнення проблем з етикою та конфіденційністю даних у контексті впровадження штучного інтелекту може мати серйозні наслідки для організацій та їх клієнтів. По-перше, використання систем ШІ може породити питання щодо прозорості та об'єктивності процесів прийняття рішень, оскільки алгоритми можуть бути підтверджені впливу певних вихідних даних або алгоритмів, що призводять до необ'єктивних результатів. Також існує ризик використання систем ШІ для впливу на поведінку користувачів або споживачів з метою маніпулювання їхніми вчинками або відповідями на різноманітні стимули. Крім того, важливо враховувати можливість порушення конфіденційності даних через недостатні заходи захисту від несанкціонованого доступу або витоків інформації. Це може стати особливо актуальним у випадку збереження та обробки чутливих особистих даних, таких як медичні записи або фінансова інформація [4]. Додатково, може виникнути проблема з етичним використанням зібраних даних, особливо у випадку використання їх для прийняття рішень, що мають серйозний вплив на життя людей, наприклад, в сфері медицини або кредитного скорингу. Також важливо враховувати можливість виникнення дискримінації або нерівності в обробці даних через недостатнє узгодження алгоритмів з принципами справедливості та рівності. В цілому, для запобігання проблемам з етикою та

конфіденційністю даних важливо ретельно розробляти та впроваджувати стратегії захисту даних, встановлювати стандарти та регуляції для використання штучного інтелекту, а також забезпечувати регулярний аудит та оцінку ризиків з метою виявлення та виправлення потенційних проблем.

Додатковим ризиком стає можливість виникнення внутрішніх конфліктів та недовіри до систем ШІ серед працівників, що може вплинути на робочий колектив та спричинити зменшення продуктивності [5]. Також, існує загроза використання систем ШІ для маніпулювання даними та рішеннями з метою досягнення певних корпоративних цілей за рахунок інтересів персоналу [6]. У цілому, перед впровадженням штучного інтелекту в систему управління персоналом необхідно докладно проаналізувати всі можливі ризики та розробити стратегії їхнього управління та мінімізації для забезпечення стабільності та ефективності у роботі організації.

Отже, штучний інтелект відкриває нові горизонти управління персоналом, прискорюючи процеси та підвищуючи ефективність бізнесу. Проте, разом з безсумнівними перевагами, впровадження ШІ також несе ризики, які потребують уважного управління. Наприклад, можливість автоматизації рутинних завдань може призвести до втрати робочих місць для людей. Крім того, проблеми з етикою та конфіденційністю даних викликають серйозні застереження щодо використання особистої інформації та прийняття справедливих рішень. Важливо також враховувати можливість виникнення недовіри та опозиції серед персоналу внаслідок впровадження нових технологій. Потрібно уважно аналізувати всі аспекти впливу ШІ на підприємство, включаючи його соціальний та психологічний виміри. Збалансований підхід до впровадження ШІ може сприяти зростанню конкурентоспроможності та інноваційному розвитку. Однак важливо уникати поспішних рішень та забезпечувати взаємодію між людьми та технологіями на основі принципів довіри та взаєморозуміння. Чітка стратегія управління ризиками та етичними принципами використання ШІ є ключем до успіху в цьому процесі. В цілому, штучний інтелект може стати потужним інструментом управління персоналом, якщо його впровадження відбувається з урахуванням всіх аспектів його впливу та врахуванням інтересів всіх сторін.

Список використаних джерел

1. Кравчук О., Варіс І., Заривних К. Цифрові технології менеджменту персоналу: тенденції та виклики в умовах пандемії Covid-19. Економіка та суспільство. 2021. № 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73>

2. Іваненко В. С. Комплексна безпека підприємств агропромислового комплексу, як складова система управління // Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених і студентів, м. Львів, 19 лютого 2021р. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2021. С. 295 – 297. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8880>.

3. Яровой Т. С. Можливості та ризики використання штучного інтелекту в публічному управлінні. *Economic Synergy*, 2023 (2), 36–47. URL: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-2-3>

4. Іваненко В. С. Державна політика щодо кадрового забезпечення агропромислового комплексу: пріоритети та напрями // Актуальні проблеми, пріоритетні напрями та стратегії розвитку України : тези доповідей III міжнародної наук.-практ. онлайнконференції, м. Київ, 13 жовтня 2021 року / редкол. О.С. Волошкіна та ін. Київ : ІТТА, 2021. С. 1076-1081. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10108>.

5. Курепін В. М. (2019) Використання інноваційних технологій навчання – запорука підготовки висококваліфікованих спеціалістів / В. М. Курепін, Д. В. Курепін // Осінні наукові читання: матеріали XXIII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, секція № 10. Педагогічні науки, м. Тернопіль, 27 листопада 2019 р. - Тернопіль : ГО «Наука та освіта без кордонів», 2019. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6417>.

6. Нетудихата К. (2023). Цифровізація управління організаціями. *Економіка та суспільство*, (56). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-155>

УДК: 378

Лукіна Т. І.,

д-р. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Вплив освітнього середовища на навчальний процес є дуже важливим, тому необхідно в закладах вищої освіти при формуванні освітніх компонент враховувати сучасні інструменти з урахуванням вимог

сьогодення. Питання дизайн-мислення, розвиток креативності у здобувачів вищої освіти висвітлено в роботах таких науковців як: І. С. Голяд, М. А. Тропіної [1], В. Кременчука [2], Л. Мельник [3], Н. Вовчатої, О. Байрамової, Г. Чорної [4] та ін. Попри значні напрацювання, дослідження вищезазначеної проблематики є актуальними на сьогодні, особливо питання формування дизайн-мислення як інструменту розвитку креативності здобувачів вищої освіти, що й потребує подальших досліджень та напрацювань.

Швидкі зміни в суспільстві вимагають швидкої та креативної трансформації системи підготовки фахівців здобувачів вищої освіти для надання якісних і затребуваних освітніх послуг.

Основні напрями розвитку:

- розвивати мислення (критичне, стратегічне, креативне);
- розвивати антикрихіть (не просто незламність, а здатність ставати сильнішими внаслідок кризи);
- приймати сміливі спонтанні рішення, помилятися частіше, випробовуючи нове, виробляючи й апробовуючи нові технології;
- розвивати адаптивний інтелект;
- лідерам - відходити вбік, аби люди вчилися брати відповідальність;
- бути принциповими, цілісними, триматися своїх цінностей, вчитися смакувати життя, аби отримувати натхнення до творчості, без якої трансформації не відбудуться.

Наразі це вже не конкурентна перевага, а вимога сьогодення, що стосується кожного здобувача вищої освіти. Такі фахівці розуміють, що процес та результати навчання нині найважливіші та які аспекти повинні бути враховані під час освітнього процесу в закладах вищої освіти.

Дизайн-мислення – це метод, який забезпечує засади підходу до розв’язання проблем, що враховують потреби користувачів, їхній досвід та навіть емоції. Цей підхід використовується в бізнесі, технологіях, медицині та інших галузях, де важливо покращення користувацького досвіду [2].

Про дизайн-мислення вперше було згадано Г. Саймоном у 1969 р. у книзі «The Sciences of the Artificial». Однією з перших розробників дизайн-мислення є компанія IDEO, на чолі якої стояли Д. Келлі, Б. Могридж та М. Наттолл [5].

У другій половині ХХ ст. цю ідею розвинули вчені Стенфордського університету й створили Стенфордський інститут дизайну. Група науковців створила міждисциплінарний курс Design Thinking, спрямований на розв’язання проблем людства. В основу курсу було

покладено ідеї американського психолога Абрагама Маслоу, який розробив теорію людських потреб та його підходи до самореалізації [2].

В основі дизайн-мислення є Human-centered design, це творчий процес в якому різні спеціалісти (дизайнери, розробники та інші спеціалісти) працюють разом, щоб створити новий унікальний продукт (послугу) для потреб суспільства.

У 2005 р. інноваційна дизайн-агенція IDEO представила свій підхід до розв'язання проблем, який мав назву «Human-centered design», вони запропонували сфокусуватися на користувачах, їхніх потребах, проблемах та вимогах.

У науковій літературі дизайн-мислення може бути описано дуже багатьма різними дефініціями, наприклад, дизайн-спринт, дизайн-мислення, людиноцентричний дизайн.

Agile (англ. Agile software development, agile-методи) – клас методологій розробки програмного забезпечення, що базується на ітеративній розробці, в якій вимоги та розв'язки еволюціонують через співпрацю між багатофункціональними командами, здатними до самоорганізації. Змісти й сенси без критичного осмислення не можливі. Постіндустріальна епоха перетворила науку в безпосередню виробничу силу, і формула «освіта – наука – виробництво» складає основу економічного розвитку як в масштабах держави, так і між державами відбувається жорстока конкуренція [2].

На сьогодні вважається, що створення інноваційних продуктів і послуг неможливе без застосування дизайн-мислення. Сучасний світ є дуже мінливим, вимагає все більшої гнучкості, тому дизайн-мислення набуває все більшої популярності.

Сучасна освіта є одним із головних модераторів щодо змін у поглядах, діях, звичках і відповідальності. Застосовуючи сучасні інструменти (серед яких є дизайн-мислення), ми пришвидшуємо інновативний і креативний розвиток суспільства шляхом модернізації освітнього простору, створюємо середовище, яке дає змогу масштабувати освітні креативні процеси.

Креативність є однією з найбільш цінних навичок навчання у XXI столітті [7]. Вона сприймається як навичка мислення вищого порядку, заснована на складному й постформальному мисленні, пов'язаному зі створенням нових і цінних ідей у ході креативної діяльності.

Розвиток креативного мислення у здобувачів вищої освіти має важливе значення для досягнення ефективного та високого рівня навчання. Креативні люди є творчими в основному не через конкретну вроджену рису, а швидше через ставлення до життя: вони зазвичай

реагують на проблеми нестандартними та новими способами, а не бездумно й автоматично приймають рішення.

Основні перешкоди розвитку креативного мислення в освіті:

1. Постійне повторення думки про те, що існує лише один правильний спосіб виконання завдання й лише одна правильна відповідь на запитання;

2. Культивування в системі ставлень ідеї про необхідність підпорядкування й страху перед авторитетом;

3. Дотримання за будь-яку ціну плану проведення занять;

4. Просування переконань про те, що оригінальність є рідкісною якістю;

5. Пропагування ідей щодо розмежованості знань;

6. Стимування цікавості й допитливості;

7. Заперечення того, що навчання й розв'язання проблем мають бути цікавими тощо.

Нестандартний підхід або креативне мислення – важлива складова не тільки людей, які мають творчі спеціальності, воно необхідне у бізнес-середовищі, в галузі освіти, психології, журналістиці, ІТ-технологіях, медицині та інших видах діяльності. Тому, розвиток креативного мислення в освітньому процесі у здобувачів вищої освіти може здійснюватися на заняттях з дисциплін будь-яких спеціальностей.

Отже, одним із ефективних напрямів розвитку креативності у здобувачів вищої освіти є застосування інноваційного методу дизайн-мислення, який дає можливість розкрити їх творчий потенціал, формує нестандартне мислення з урахуванням гнучкості, змін і вимог сьогодення. Саме дизайн-мислення спонукає людство бути більш відповідальними за свої дії, підтримує та дає можливість негайно реагувати на зміни з метою вдосконалення та модернізації розвитку суспільства. Відповідно до потреб А. Маслоу, правильно виявлена потреба – запорука успішного майбутнього. Дизайн-мислення це дієвий інструмент розвитку креативності здобувачів вищої освіти на основі критичного ставлення та мислення до потреб індивідуальних, групових, колективних та світових. Саме через освіту та застосування сучасних інструментів пізнання формується креативний світ і мислення здобувачів вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Голяд І. С., Тропіна М. А. Досвід застосування дизайн-мислення для вдосконалення професійного розвитку майбутніх учителів технологій та трудового навчання. Наукові записки малої академії наук України. 2021. № 2–3 (21–22). С. 140-150.

2. Дизайн мислення як інструмент розвитку креативності педагогів у практиці курсу «Медіаосвіта» в системі післядипломної педагогічної освіти. URL : <https://medialiteracy.org.ua/dyzajn-myslennya-yak-instrument-rozvytku-kreatyvnosti-pedagogiv-u-praktytsi-kursu-mediaosvita-v-systemi-pislyadyplomnoyi-pedagogichnoyi-osvity>

3. Дизайн-мислення : як застосовувати метод на практиці у 2023 році. URL : <https://beetroot.academy/blog/dizajn-mislennya-yak-zastosovuvati-metod-na-praktici-u-2023-roci>

4. Вовчаста Н., Байрамова О., Чорна Г. Розвиток навичок креативного мислення у здобувачів вищої освіти. URL : https://www.researchgate.net/publication/359603869_Rozvitok_navicok_kreativnogo_mislenna_u_zdobuvaciv_visoi_osviti.

5. Барнет Б., Еванз Д. Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя ; пер. з англ. В. Глінки. 2-ге вид. Київ : Наш формат, 2019. 224 с.

УДК 65.005.591

Лукіна Т. І.,

д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Наконечна К. В.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Зміни є неминучим аспектом життя організації, що обумовлюється безліччю внутрішніх і зовнішніх факторів, таких як технологічний прогрес, ринкові тенденції, нормативні вимоги та конкурентний тиск. У сучасному динамічному бізнес-ландшафті підприємства повинні не лише адаптуватися до змін, але й сприймати їх як можливість для зростання та інновацій. Ефективне управління змінами може стати тим фактором, що буде гарантувати плавність переходів, мінімізацію збоїв, досягнення цілей організації та пришвидшення адаптації.

Управління змінами охоплює широкий набір концепцій і методологій, спрямованих на сприяння успішним організаційним переходам. Однією з відомих концепцій є модель, запропонована Джоном Коттером, професором Гарвардської школи бізнесу. Ця модель окреслює структурований підхід до змін, що включає вісім послідовних

кроків (детальніше в Табл.1). Вона наголошує на важливості чіткої комунікації, вирівнювання керівництва та залучення зацікавлених сторін протягом усього процесу змін. Іншою широко визнаною концепцією в управлінні змінами є модель ADKAR, яка фокусується на окремих аспектах змін. Ця модель, розроблена Prosci, визначає п'ять ключових елементів (детальніше в Табл.1), необхідних для успішного впровадження змін. Використовуючи ці принципи, організації можуть стратегічно розробляти та впроваджувати ініціативи щодо змін, які резонують із зацікавленими сторонами, прискорюють впровадження та мінімізують опір [1, 2].

Таблиця 1

Порівняння найпоширеніших моделей управління змінами

| Модель | Модель ADKAR | 8-крокова модель Коттера |
|---------------|---|---|
| Визначення | ADKAR означає усвідомлення, бажання, знання, здатність, підкріплення; зосереджена на індивідуальних змінах. | Модель Коттера підкреслює важливість лідерства та спрямована на полегшення організаційних змін. |
| Етапи | <ol style="list-style-type: none"> 1. Усвідомлення необхідності змін. 2. Бажання брати участь і підтримувати зміни. 3. Усвідомлення можливостей до змін. 4. Застосовування необхідних навичок та поведінки. 5. Підкріплення та підтримка змін. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Створення відчуття невідкладності. 2. Створення керівної коаліції. 3. Розробка стратегії змін. 4. Залучення зацікавлених сторін. 5. Усунення перешкод для забезпечення дії. 6. Святування швидких перемог, щоб наростити імпульс. 7. Підтримка прискорення. 8. Закріплення змін через культуру. |
| Підхід | Послідовний, зосереджений на тому, щоб люди були готові до змін. | Більш ітеративний, із кроками, що накладаються один на одного та часто |

| Модель | Модель ADKAR | 8-крокова модель Коттера |
|--------------|--|--|
| | | вимагають одночасних дій. |
| Гнучкість | Забезпечує структурований підхід, але може бути адаптована до різних ситуацій. | Пропонує гнучкість, але вимагає сильного керівництва для адаптації до конкретних організаційних умов. |
| Застосування | Широко використовується в різних галузях промисловості, особливо для невеликих змін або окремих переходів. | Зазвичай застосовується під час масштабних організаційних перетворень або ініціатив, які потребують значних культурних змін. |

Джерело: складено автором на основі матеріалів [1, 2]

Слід мати на увазі, що жодна з досліджуваних моделей управління змінами не є найкращою та здатною адаптуватися до конкретного підприємства, оскільки всі вони враховують умови організації бізнесу, досліджують зовнішнє та внутрішнє середовище та мало уваги приділяють ефективності соціальної складової в управлінні, особливості поведінки працівника тощо. Натомість система управління змінами в основному пов'язана з виявленням коливань економічної кон'юнктури споживчого ринку, зміною потреб і переваг споживачів, впливом держави на торговельні процеси та розробкою ефективних заходів щодо адаптування суб'єктів господарювання до існуючих умов для запобігання стагнації. Однак сьогодні вже не потрібна аксіома, щоб довести, що ключовим елементом ефективності будь-якого бізнесу є персонал [3].

Кларк і Мантон (1997) зазначають: «Багато компаній, як правило, зосереджуються на процесі змін, а не на ключових факторах успіху, що стоять за ними». З метою виявлення ключових елементів управління змінами в шведському університеті Ліннея було проведено комплексний огляд літератури, згідно з яким було виділено головні фактори менеджменту змін, де найбільша вага надається саме першим трьом:

- працівники;
- лідерство;

- культура;
- навчання та розвиток;
- нагорода та визнання;
- політика;
- інформаційна система [4].

Відповідно до дослідження можна сформулювати 7 гіпотез (відповідно до кількості факторів), згідно з якими заходи щодо змін можуть мати позитивний внесок у ефективне управління змінами на сучасних підприємствах. На основі цих гіпотез пропонується модель, що пов'язує ці визначені моменти (рис.1).

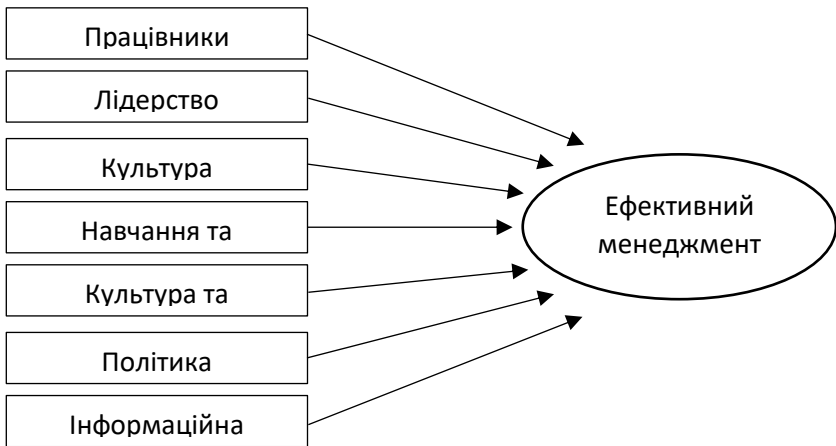


Рис.1. Модель ефективного менеджменту змін

Джерело: складено автором на основі матеріалів [4]

Наразі актуальним питанням також є вплив нових технологій на управління змінами на підприємствах, адже це змінює традиційні підходи та відкриває нові можливості, що призводить до опору серед співробітників, яким комфортно працювати з існуючими системами. Страх перед невідомим та збільшення робочого навантаження може перешкодити прийняттю нових інструментів. До того ж, впровадження та освоєння нового вимагає певних наборів навичок, яких зараз бракує багатьом працівникам. Ця прогалина може уповільнити процес інтеграції та призвести до неефективності у використанні нових інструментів, незважаючи на щирі бажання компанії прискорити цифровізацію [5].

Однак незалежно від впровадження нових технологій, процесів реструктуризації чи реформування організаційної культури, зміни в будь-якому випадку порушують усталені норми, рутину та очікування, викликаючи різний ступінь опору з боку працівників і зацікавлених сторін. Співробітники можуть висловлювати скептицизм, страх або побоювання щодо майбутніх змін, сприймаючи їх як загрозу їхній безпеці роботи, автономії чи статус-кво. Та ж компанія, що розробила модель управління змінами ADKAR, стверджує, що один із способів запобігти опору – це почати належним чином керувати змінами з самого початку. Деякі приклади цього включають: залучення спонсорів, оснащення менеджерів і забезпечення належного навчання для груп впливу. Prosci, зосереджуючись на людській стороні змін, також рекомендує передбачати формування осередків опору серед конкретних осіб, обов'язково спілкуватись та прислухатись до своїх робітників, а також давати їм час для адаптації [2].

Оскільки організації проходять через складні трансформації, вкрай важливо не лише впроваджувати ефективні практики управління змінами, але й досліджувати нові напрями інновацій та вдосконалення.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зазначити, що ефективне управління змінами має першорядне значення в сучасному динамічному бізнес-середовищі, де організації повинні керувати безліччю внутрішніх і зовнішніх факторів для подальшого функціонування. Сприймаючи зміни як можливість для зростання та інновацій, підприємства можуть стратегічно впроваджувати методології, подібні до запропонованих Коттером і Prosci, щоб забезпечити плавні переходи та мінімізувати опір. Однак дуже важливо визнати, що успішне управління змінами виходить за рамки автоматизованих процесів; це залежить і від таких факторів, як залученість співробітників, лідерських можливостей керівництва та організаційної культури. Оскільки ми продовжуємо спостерігати за впливом нових технологій і розвитком ринкової динаміки, потреба в адаптивних і стійких практиках управління змінами залишається першочерговою. Рухаючись вперед, для організацій важливо не лише впроваджувати ефективні стратегії, але й досліджувати нові напрями для інновацій та вдосконалення, забезпечуючи стійкий успіх серед сьогоденної невизначеності.

Список використаних джерел

1. The 8-Step Process for Leading Change. *Kotter International Inc.* URL: <https://www.kotterinc.com/methodology/8-steps/> (дата звернення: 13.04.2024).
2. Change Management Training. *Prosci Portal.*

URL: https://www.proscisingapore.sg/?__hstc=92097115.a882606a9dde0168f4eadb8054349bfc.1713153689941.1713153689941.1713153689941.1&__hssc=92097115.2.1713153689941&__hsfp=3325218346
(дата звернення: 13.04.2024).

3. Formation of Strategic Change Management System at an Enterprise / Henryk Dzwigol et al. *Academy of Strategic Management Journal*. 2019. Vol. 18, no. 1.

URL: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-strategic-change-management-system-at-an-enterprise-8912.html> (дата звернення: 13.04.2024).

4. Stamatis Karnouskos. *Effective Change Management in Modern Enterprises*. Kalmar: Linnaeus University, 2015 (дата звернення: 13.04.2024).

URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:903428/FULLTEXT01.pdf>>

5. Dmytro Riabenko, Eugene Vakulchuk. How to Integrate New Technology with Change Management. *Infopulse*. URL: <https://www.infopulse.com/blog/embrace-technology-change-management> (дата звернення: 13.04.2024).

УДК: 336.7

Матвієнко К. О.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Нетудихата К. Л.,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Розвиток благодійних фондів є важливою складовою сучасного суспільства, де глибокі зміни та виклики вимагають пошуку нових стратегій і підходів. Збільшення обсягів соціальних потреб та нерівності, поширення нових проблем та криз, викликає потребу у вдосконаленні стратегій діяльності благодійних фондів. Дана тема є актуальною та загальнолюдською, оскільки благодійність визнається

ефективним інструментом для розв'язання соціальних проблем та покращення якості життя.

Благодійні фонди відіграють важливу роль у будь-якому розвиненому суспільстві. Створення благодійної організації може відбуватися у формі благодійного товариства, благодійної установи чи благодійного фонду, враховуючи специфіку, яка визначена законодавством України [5]. Шляхом співпраці з волонтерами та різними громадськими організаціями, вони створюють можливості для збору фінансової або іншої матеріальної підтримки для тих, хто її потребує [4]. Практично кажучи, благодійні фонди виступають посередниками між благодійниками та особами або організаціями, які потребують допомоги.

Повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України значно вплинуло на розвиток даної сфери. Щодня з'являється все більше суб'єктів господарювання, таких як фонди та громадські та волонтерські організації. За наявними даними, з 24 лютого 2022 року було створено 8 272 благодійні організації, а також відкрито 4 824 громадські організації (за даними на 24 липня 2023 року) [1].

Діяльність благодійних організацій активно підтримує розвиток українського суспільства та сприяє приближенню до європейських цінностей взаємодопомоги та солідарності. Сучасні українці виявляють активність у співпраці з благодійними фондами, здійснюючи фінансові внески або беручи участь у волонтерських ініціативах. Це свідчить про їхню високу громадянську активність та глибоке прагнення до суттєвих змін у країні.

Основними характеристиками діяльності благодійних організацій є їхні високі стандарти професіоналізму та надійності. Важливо, щоб добровільні внески використовувались максимально ефективно та корисно, з метою збереження довіри спільноти. Для оцінки діяльності цих організацій існують чіткі критерії. Одним з ключових аспектів в роботі організацій є процес збирання фінансових ресурсів, що може відбуватися різними способами. Це включає отримання пожертв від підприємств та фізичних осіб, організацію різноманітних благодійних заходів, таких як концерти, ярмарки та виставки, співпрацю з бізнесом, а також інші методи залучення коштів [2, 6].

Отримані фінанси в подальшому використовуються для реалізації різноманітних соціальних програм і проєктів, таких як:

- надання матеріальної допомоги Збройним Силам України, включаючи придбання спорядження, транспортних засобів, дронів, техніки та медичних засобів для підвищення ефективності та оборонної здатності армії;

- допомога регіонам, що постраждали від воєнних подій, природних катастроф та інших надзвичайних ситуацій включає відновлення пошкодженої інфраструктури, надання продуктів та засобів гігієни, а також психологічну підтримку населення, яке потрапило у складні обставини;
- забезпечення медичної допомоги дітям, які потребують лікування чи особливого догляду, включає поставки необхідного обладнання, фінансування лікування та проведення складних операцій, а також реалізацію програм реабілітації;
- підтримка обдарованих учнів чи студентів включає проведення майстер-класів та тематичних тренінгів, а також виділення спеціалізованих грантів для їхнього навчання;
- організація різноманітних культурних, освітніх чи спортивних заходів для молоді та дітей включає в себе проведення виставок та концертів, театральних вистав, спортивних змагань, а також організацію студій та творчих занять;
- вирішення проблем у сфері екології включає проведення заходів з висаджування дерев, очищення водойм та інших природних ресурсів, а також поширення ідеї здорового способу життя та турботи про навколишнє середовище;
- підтримка людей з обмеженими можливостями передбачає створення робочих місць, забезпечення доступу до освіти, впровадження програм реабілітації та покращення інтеграції цих груп людей в суспільство;
- підтримка стартапів, молодих винахідників, розробників та підприємців, а також розвиток ідей та проектів, спрямованих на підвищення потенціалу держави, включає в себе надання грантів, консультацій та інших послуг для реалізації проектів та їхнього впровадження на ринку;
- забезпечення базових потреб бездомних включає в себе створення та утримання притулків, розподіл їжі, надання доступу до медичних послуг, психологічну підтримку та впровадження соціальних програм;
- захист тварин та догляд за ними включає в себе врятування та лікування, створення спеціалізованих притулків та проведення заходів для запобігання безпритульним тваринам;
- сприяння соціальній інтеграції та реабілітації людей, які опинилися в складних життєвих ситуаціях, включає підтримку жертв насильства, допомогу дітям-сиротам та реалізацію програм для їхньої інтеграції в суспільство [3].

Таким чином, на практиці, благодійні фонди надають підтримку тим, хто опинився у складному становищі, і створюють можливості для кожного впливати на загальний процес поліпшення добробуту суспільства.

Слід зазначити, що станом на 24.07.2023 в Україні функціонує 27 087 благодійних організацій, які не перебувають у стані припинення. Розміщення цих фондів нерівномірне, оскільки 13% від загальної кількості працює в Києві, а в той самий час на території Автономної Республіки Крим не функціонує жодної організації. Серед зареєстрованих благодійних організацій під час сучасної російсько-української війни переважає м. Київ (1435) та Київська область (315). Наступними за кількістю є Львівська (288), Харківська (280) та Дніпропетровська (227) області [1].

Обіг коштів в організаціях, що займаються такою діяльністю, має важливе значення, оскільки це дозволяє порівнювати публічні дані від благодійних фондів з реальним фінансовим станом справ і виявляти можливі випадки недобросовісного чи нецільового використання пожертвуваних коштів при ретельному аналізі.

У багатьох випадках волонтери здійснюють збір коштів особисто, як фізичні особи, не проходячи офіційну реєстрацію своєї діяльності. Проте в такому випадку важко перевірити, як використовуються надані кошти та чи діють ці особи чесно. Зареєстровані благодійні організації є більш надійними та піддатливими контролю.

Таким чином, діяльність благодійних фондів в Україні відзначається значущим внеском у різноманітні сфери суспільства. Фонди виконують важливу роль у забезпеченні допомоги тим, хто знаходиться в складних життєвих обставинах, сприяють розвитку соціальних програм та ініціатив. Важливими аспектами їх діяльності є фінансова прозорість, ефективне використання ресурсів та соціальний вплив, що сприяє поліпшенню якості життя громадян та розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Благодійні фонди в Україні // Блог «УС.Market». 03.08.2023. URL: <https://blog.youcontrol.market/blagodiini-fondi-ukrayini-analiz-diialnosti/> (дата звернення: 18.04.2024)

2. Благодійна організація та громадське об'єднання в Україні // DLF ATTORNEYS-AT-LAW. 2023. 5 с. URL: <https://dlf.ua/ua/blagodijna-organizatsiya-ta-gromadske-ob-vednannya-v-ukrayini/>

3. Гудзь А. О. Класифікація форм і видів благодійної діяльності в Україні // Південноукраїнський правничий часопис: Проблеми трудового права та права соціального забезпечення. 2019. С. 61-64.

4. Мокрик М. Особливості створення українських благодійних організацій // Всеукраїнське професійне юридичне видання «Юридична газета Online». 25.12.2023. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/osoblivosti-stvorennya-ukrayinskih-blagodiynih-organizacij.html> (дата звернення: 18.04.2024)

5. Про благодійну діяльність та благодійні організації: Закон України № 5073 від 05.07.2012 (ост. ред. від 08. 11. 2023). URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T125073?an=1> (дата звернення: 18.04.2024)

6. Як створити благодійну організацію в Україні під час війни // Електронний журнал «Українська правда». Розділ: Економічна правда. 21.11.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/11/21/694043/> (дата звернення: 18.04.2024)

УДК 658.5

Нетудухата К. Л.,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Рудакова Д. О.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОЇ ПЛАТФОРМИ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Цифрова трансформація традиційних бізнес-моделей управління вітчизняними суб'єктами економіки є пріоритетним напрямом їхнього науково-технологічного розвитку, прискоренням інноваційного та економічного зростання, підвищенням статусу конкурентоспроможності на національному та міжнародних ринках [2]. У зв'язку з цим високу актуальність набуває питання якості створення цифрової платформи, вибору та ефективності впровадження сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення в організаційно-управлінську структуру підприємств.

Дослідження проблем та перспектив цифровізації системи управління інноваціями відображено у роботах Дубеля М., Кохана В., Павлішиної Н., Січкаренко К., Харіна А. та інших. Попри велику

кількість робіт у цій галузі, процес цифровізації у більшості з них має описовий характер, і питання моделювання структури цифрової платформи та ідентифікації основних етапів її впровадження все ще залишається актуальним та важливим.

Загалом можна констатувати, що процеси цифровізації планомірно реалізуються на вітчизняних підприємствах. Однак, основна маса керівників воліє робити цифрову трансформацію бізнес-процесів, а роботі з інноваціями приділяється вкрай недостатня увага [4]. Однією з ключових проблем, що вплинули на ситуацію, що склалася, є низький рівень розвитку цифрової культури, що створює додаткові бар'єри на шляху реформування інноваційного менеджменту.

Інтеграція, координація та взаємодія елементів системи управління інноваційною діяльністю на основі цифрових платформ та інформаційних фреймів забезпечують досягнення високого синергетичного ефекту та є драйверами у розвитку вітчизняних підприємств [1, 3]. У цих тезах висвітлюється питання стратегічної перебудови підприємств з метою впровадження нових цифрових технологій управління інноваціями, які б сприяли підвищенню ефективності інноваційного менеджменту та досягненню цілей інноваційного розвитку.

Цифрова платформа управління інноваціями – це онлайн-інфраструктура інноваційної діяльності, що базується на сукупності програмних засобів, цифрових та технологічних рішень, які забезпечують ефективний обмін інформаційно-інноваційними потоками між користувачами, якісне управління масивними гетерогенними даними, їх інтелектуальну аналітичну та оперативну аналітику.

Впровадження на підприємстві цифрової платформи управління інноваціями є процесом кардинальної зміни як системи управління інноваційною діяльністю в цілому, так і окремих її елементів та інноваційних процесів для раціоналізації використання наявних ресурсів та радикального підвищення продуктивності праці.

У процесі моделювання цифрової платформи важливо розуміти, що спільні користувачі повинні мати можливість ефективної інформаційно-комунікаційної взаємодії з питань використання інформації, що генерується та акумулюється не лише у внутрішньому середовищі, а й у зовнішньому.

Особи, відповідальні за розміщення актуалізованої інформації в єдиному цифровому середовищі підприємства, вносять дані у певну форму, після чого система розподіляє їх за відповідними кадрами, де

вони зашифровуються та зберігаються до подальшого оновлення (застарілі відомості автоматично архівуються).

Залежно від рівня доступу до інформаційних кадрів користувачі можуть спільно використовувати розміщені дані та здійснювати онлайн-комунікації з питань ефективної реалізації та вдосконалення виконання інноваційних процесів.

Формування аналітичних звітів дає можливість керівництву підприємства приймати раціональні управлінські рішення на основі побудованих трендів інноваційного розвитку та обґрунтованих прогнозів зміни фінансових показників. Діагностика та моніторинг ефективності управління інноваційною діяльністю та оперативний доступ до актуальної інформації забезпечують реалізацію гнучкої стратегії розвитку підприємств у сформованих умовах функціонування.

Впровадження в IT-архітектуру підприємства цифрової платформи має здійснюватися не спонтанно та хаотично, а за сформованим заздалегідь планом. Це забезпечує розуміння послідовності необхідних для реалізації дій щодо поєднання елементів системи інноваційних процесів (підпроцесів) з новими цифровими технологіями шляхом глибокого опрацювання функціонально-технологічних процедур, що реалізуються, та усунення поточних проблем в управлінні інноваціями, аргументації вибору нових цифрових технологій, детальної підготовки та впровадження змін на підприємстві.

Зазначимо ключові функціональні характеристики сучасних цифрових технологій управління інноваційною діяльністю:

- об'єднання даних, отриманих під час реалізації інноваційних процесів;
- розподіл розрізнених даних за відповідними елементами цифрової системи керування інноваціями;
- копіювання даних з одного сервера на інші з метою регулювання продуктивності системи управління;
- форматування значного за масштабами набору даних в єдиний формат, зручний для сприйняття конкретними користувачами;
- інтелектуальна аналітика даних та вироблення обґрунтованих управлінських рішень;
- розробка сценаріїв розвитку інноваційної діяльності підприємства;
- безпечне зберігання даних;
- виключення помилок, обумовлених проявом людського фактора;
- забезпечення стійкості файлової системи до пошкоджень;
- спільне використання даних у режимі онлайн двома та більше користувачами
- актуалізація інформації в режимі реального часу.

Модель цифрової трансформації системи управління інноваційною діяльністю підприємства може включати такі блоки:

1. Аналіз поточної системи управління інноваційною діяльністю.
2. Аналіз можливостей цифрової трансформації системи керування інноваційною діяльністю.
3. Підготовка до цифрової трансформації системи керування інноваційною діяльністю.
4. Використання нових цифрових технологій управління інноваційною діяльністю.

Реалізація моделі цифрової платформи управління інноваційною діяльністю підприємств створює передумови:

- формування збалансованої системи керування інноваціями;
- запобігати виникненню ризиків та управління ними;
- забезпечення високої стійкості підприємства до впливу зовнішніх загроз;
- підвищення ефективності та результативності досягнення стратегічних цілей;
- оптимізації, раціоналізації використання інформаційних, фінансових, технічних, матеріальних, наукових, кадрових ресурсів;
- прискорення науково-технологічного розвитку підприємства.

Таким чином, цифрова трансформація системи управління інноваційною діяльністю – процес тривалий та складний, що потребує певної готовності підприємства до майбутніх змін. Ключовим моментом цифровізації є цифрові компетенції, які повинні мати керівники та фахівці, відповідальні за її здійснення та подальше використання в управлінській діяльності впроваджених інформаційних технологій.

Паралельно з підготовкою трудових ресурсів до цифрових перетворень системи управління інноваціями необхідно також вносити зміни до локальних нормативно-правових документів підприємства, які регламентують як процеси впровадження цифрових технологій в ІТ-архітектуру, так і реалізацію інноваційних процесів на їх основі (установчі документи, положення про підрозділи, посадові інструкції, внутрішні регламенти виконання робіт тощо).

Список використаних джерел

1. Дубель М. Особливості розвитку цифрових платформ та їх вплив на світову економіку. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2021. №7. С. 17-26. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.2>

2. Кохан , В. (2021). Цифрова платформа як інструмент цифрової економіки. Право та інновації, 2021. №33. С. 29-34. [https://doi.org/10.37772/2518-1718-2021-1\(33\)-4](https://doi.org/10.37772/2518-1718-2021-1(33)-4)

3. Павлішина Н. М., Харін А. В. Інновації в епоху цифровізації. Вісник ХНТУ, 2023. №1(84). С. 179-187.

4. Січкаренко К. О. Цифрові платформи: підходи до класифікації та визначення ролі в економічному розвитку. Причорноморські економічні студії, 2018. № 35. С. 28-32.

УДК: 338.43

Нетудихата К. Л.,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Соболева Є. А.,

здобувачка вищої освіти факультету економічних наук
спеціальності 073 «Менеджмент»
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Управління конкурентоспроможністю підприємства у сфері торгівлі – це не лише важлива, але й невід’ємна складова успішної стратегії в умовах сучасного ринкового середовища. Сьогодні, коли технології швидко змінюються, клієнтські вподобання еволюціонують, а конкуренція стає все більшою, важливість ефективного управління конкурентоспроможністю набуває ще більшого значення.

Торгівля, як і будь-яка інша сфера діяльності, піддається впливу різноманітних зовнішніх факторів, таких як економічні та політичні зміни, зміни в споживчих уподобаннях та технологічні інновації. У цьому контексті, збереження й підвищення конкурентоспроможності стає ключовим завданням для будь-якого підприємства, що діє в галузі торгівлі. Тому, Подальше дослідження цієї теми стає необхідним кроком для розвитку ефективних стратегій управління та збереження конкурентної переваги на ринку.

Серед дослідників, які займалися темою управління конкурентоспроможністю підприємства, слід відзначити як іноземних, так і вітчизняних науковців, таких як: М. Портер, М. Галелюк, Р.

Мансуров, Р. Фатхудінов, Г. Бондаренко, Т. Безрукова, О. Кузьміна, Л. Балабанова, Н. Гарнавська, О. Янковий, Г. Скударь та інші.

Конкурентоспроможність – це багатогранна категорія, що характеризує здатність підприємства витримувати конкуренцію на ринку та задовольняти потреби споживачів краще, ніж конкуренти. У табл. 1 можна побачити основні складові поняття «конкурентоспроможність» та їх приклади.

Таблиця 1

Складові конкурентоспроможності

| Складові конкурентоспроможності | Приклади складових |
|--|---|
| Економічна | Рентабельність |
| | Дохідність |
| | Оборотність капіталу |
| Маркетингова | Частка ринку |
| | Упізнаваність бренду |
| | Лояльність клієнтів |
| Інноваційна | Здатність до впровадження нових товарів та послуг |
| | Використання нових технологій |
| Організаційна | Ефективність управління |
| | Якість обслуговування |
| | Мотивація персоналу |

Джерело: складено авторами на основі [1, с. 76]

Особливості конкурентоспроможності в торгівельній галузі полягають в наступному. По-перше, високий рівень конкуренції: на ринку представлено багато підприємств з подібними товарами та послугами. Крім того, динамічність ринку через постійно мінливі потреби споживачів, а також появу нових технологій та конкурентів. Також присутня важливість цінового фактору, так як ціна часто є одним з вирішальних факторів при виборі товару. І останнє – це необхідність надання якісного обслуговування: високий рівень сервісу може стати конкурентною перевагою [2, с. 143-145].

Для успішного функціонування підприємства важливо зрозуміти та визначити значення конкурентоспроможності:

– забезпечує стійке положення на ринку (конкурентоспроможні підприємства мають більше шансів вижити та розвиватися в умовах жорсткої конкуренції);

- збільшує прибуток (завдяки більшій частці ринку та лояльності клієнтів);
- підвищує імідж та репутацію (конкурентоспроможні підприємства здобувають довіру та повагу з боку споживачів, партнерів та інвесторів);
- сприяє розвитку та інноваціям (щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємства змушені постійно вдосконалюватися та впроваджувати нові товари, послуги та технології).

Отже, конкурентоспроможність – це ключовий фактор успішного функціонування підприємства торгівельної галузі. Підвищення конкурентоспроможності дозволяє підприємству збільшити прибуток, покращити свої позиції на ринку та забезпечити стійке розвиток.

Існує ряд факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства торгівельної галузі, які відображені на рис. 1.

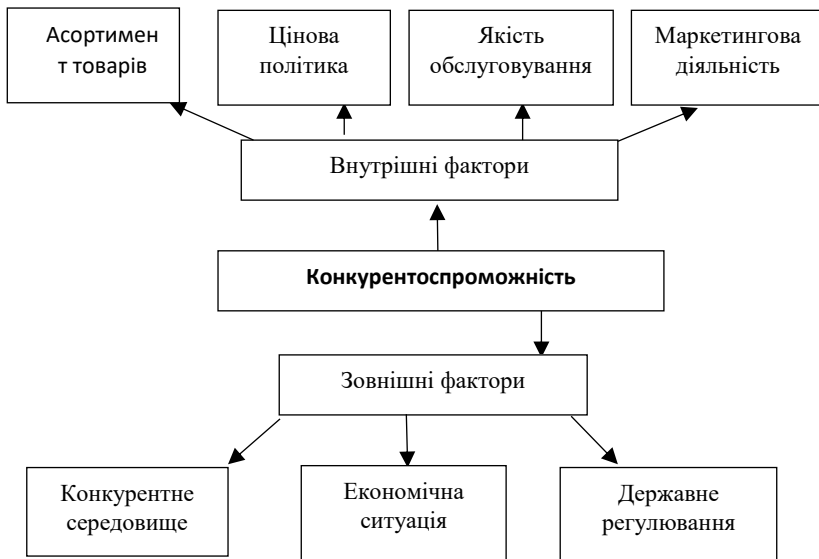


Рис. 1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства торгівельної галузі

Джерело: складено авторами на основі [3].

Вплив цих факторів на управління конкурентоспроможністю різний. Внутрішні фактори підприємство може контролювати та змінювати.

Зовнішні фактори підприємство не може контролювати, але може враховувати при розробці своєї стратегії. Отже, конкурентоспроможність підприємства залежить від комплексу внутрішніх та зовнішніх факторів. Для успішного функціонування на ринку підприємству необхідно постійно аналізувати вплив цих факторів та розробляти заходи щодо підвищення своєї конкурентоспроможності.

Управління конкурентоспроможністю підприємства у торговельній галузі вимагає комплексного підходу та врахування різних стратегій і методів. Ключовим моментом є розробка конкурентної стратегії: диференціація, фокусування або лідерство за витратами. Інноваційний менеджмент, управління якістю та маркетингова діяльність також відіграють важливу роль. Компанія має пропонувати унікальну цінність, зосереджуватися на конкретній ніші або мінімізувати витрати, одночасно просуваючи свою продукцію та підтримуючи лояльність клієнтів. Ціноутворення має враховувати витрати, сприйняття споживачів та конкурентів. Управління персоналом є критичним фактором, вимагаючи залучення та розвитку талановитих працівників. Комплексний підхід забезпечує адаптацію компанії до мінливого ринку та підтримує її довгострокову конкурентоспроможність.

Таким чином, управління конкурентоспроможністю підприємства у торговельній галузі вимагає поєднання різних стратегій та методів, які доповнюють один одного та створюють стійку конкурентну перевагу. Компанія має постійно адаптуватися до змін ринку, потреб споживачів та дій конкурентів, щоб залишатися успішною та конкурентоспроможною.

Оцінка ефективності управління конкурентоспроможністю є критичним процесом для забезпечення довгострокового успіху підприємства. У табл. 2 відображено кілька кроків для оцінки ефективності.

Таблиця 2

Оцінка ефективності управління конкурентоспроможністю

| Елементи оцінки | Опис |
|------------------------|--|
| Система показників | Встановлення ключових показників ефективності (КPI), таких як ринкова частка, задоволеність клієнтів, ефективність процесів, інноваційність. |
| | Створення системи моніторингу та збору даних для аналізу. |
| Моніторинг та контроль | Постійний моніторинг діяльності конкурентів, аналіз їхніх стратегій, сильних і слабких сторін. |
| | Слідкування за тенденціями, змінами попиту та інноваціями. |

| | |
|-------------------|---|
| Внесення коректив | Аналіз розриву між поточними та цільовими показниками, ідентифікація причин відхилень. |
| | Внесення коректив до стратегії, пропозиції цінності, ціноутворення, маркетингу, операцій для покращення конкурентоспроможності. |

Джерело: складено авторами на основі [4, 5].

Система показників для оцінки конкурентоспроможності дозволяє відстежувати ключові аспекти бізнесу та порівнювати їх з цільовими значеннями. Моніторинг конкурентного середовища забезпечує інформацію про дії конкурентів та тенденції ринку. На основі аналізу розриву вносяться корективи до стратегії та методів управління, що забезпечує адаптацію до змін та підтримку конкурентоспроможності. Отже, ефективна оцінка управління конкурентоспроможністю вимагає комплексного підходу. Це дозволяє підприємству залишатися актуальним, реагувати на зміни та підтримувати свою позицію на ринку.

Щоб підвищити конкурентоспроможність підприємств торгівельної галузі, важливо зосередитися на кількох ключових стратегіях (табл. 3).

Таблиця 3

Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівельної галузі

| Рекомендація | Очікуваний результат |
|---|--|
| Впровадження інновацій | Покращення ефективності бізнес-процесів |
| Підвищення якості товарів та послуг | Задоволення очікувань споживачів |
| Розвиток маркетингової діяльності | Ефективне просування продукції |
| Забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів | Покращення репутації компанії на ринку, підвищення лояльності клієнтів |
| Мотивація та розвиток персоналу | Підвищення продуктивності працівників |
| Постійний аналіз конкурентів та вдосконалення стратегії | Адаптація до змін ринку, ідентифікація нових тенденцій |

Джерело: складено авторами самостійно

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства торгівельної галузі полягає у здатності задовольняти потреби споживачів краще, ніж конкуренти. Вона включає такі складові як асортимент, цінову

політику, якість та маркетинг. Конкурентоспроможність відіграє ключову роль у успішному функціонуванні підприємства, забезпечуючи його стійкість та зростання на ринку. Внутрішні фактори, такі як асортимент, ціни, якість обслуговування та маркетинг, можуть бути безпосередньо контрольовані підприємством. Зовнішні фактори, включаючи конкурентне середовище, економіку та державне регулювання, також мають значний вплив, і підприємство має адаптуватися до них.

Розробка конкурентної стратегії є основою для подальших дій. Інновації, управління якістю, маркетинг, ціноутворення та управління персоналом - все це методи, які разом підвищують конкурентоспроможність. Оцінка ефективності управління конкурентоспроможністю здійснюється через систему показників, моніторинг конкурентів та внесення коректив до стратегії. Це дозволяє підприємству залишатися на правильному курсі та реагувати на зміни.

Підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі вимагає впровадження інновацій, покращення якості, посилення маркетингової діяльності та забезпечення відмінного сервісу. Мотивація персоналу та постійний аналіз конкурентного середовища також є ключовими факторами успіху.

Список використаних джерел

1. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: НУА, 2018. 320 с. URL: <https://nua.kharkov.ua/wp-content/uploads/2020/08/Navposkoncur.pdf>. Дата звернення: 10.04.2024 р.;
2. Зламанюк Т. В. Особливості управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Економічний вісник Донбасу. 2011. № 2 (24). URL: http://www.evd-journal.org/download/2011/2011-2/Ek_visnyk_2_2011-143-145.pdf. Дата звернення: 10.04.2024 р.;
3. Кошельок Г.В., Царьов О.С. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. 2019. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/213.pdf>. Дата звернення: 10.04.2024 р.;
4. Балахонова О.В. Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпекоорієнтованого розвитку. Колектив. моногр.; за ред. М.М. Меркулова. Ізмаїл-Одеса: Фенікс, 2020. 196 с.
5. Баришполь Н. С., Бондаренко С. М. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5610>. Дата звернення: 10.04.2024 р.

Палехова В. А.,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗАГАЛЬНОСВІТОВІ ТЕМПИ ІНФЛЯЦІЇ: ЧИ Є ПІДСТАВИ ДЛЯ ЗМІНИ ТРЕНДУ?

Стан національної економіки за умовою її відкритості відчутно залежить від макроекономічної ситуації, яка склалася в країнах, що є її основними торговельними партнерами, та загальної картини сучасного етапу розвитку світової економіки. НБУ починає щомісячний макроекономічний та монетарний огляд з детального аналізу зовнішнього середовища. Повоєнне відновлення української економіки значною мірою буде залежати від стану, тренду розвитку та нагальних проблем розвинених економік. Наразі актуальною для них залишається стійкість інфляції, переважання її темпів над цільовими показниками центробанків, що стримує прагнення останніх розпочати врешті-решт сезон поступового скорочення облікових ставок.

Серед економістів дещо переважає оптимістична точка зору щодо довгострокової інфляції, згідно з якою її темпи мають знизитися після спалаху ковідної та воєнної інфляції 2021–2023 рр. Але чи можливе повернення до епохи так званої *lowflation* (термін, що був введений у 2014 р. фахівцями МВФ [1]), тобто часів, коли достатньо низькі темпи інфляції викликали навіть побоювання дефляції, періоду від'ємних ставок відсотку, вимушеного поширення політики кількісного пом'якшення (рис. 1).

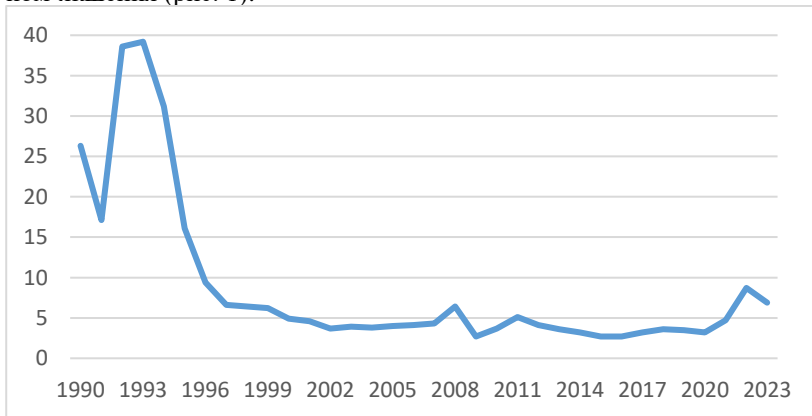


Рис.1. Середньосвітовий темп інфляції (1990–2023 рр.), %
Джерело: МВФ

Для відповіді на це питання варто пригадати основні причини зниження загальносвітових темпів інфляції, яке почалося з другої половини 1990-х рр. і тривало до пандемійного шоку. Серед них зазвичай наводять такі:

- жорстка фіскальна політика, яку успішно проводили багато країн і яка допомогла помітно скоротити дефіцити бюджету;

- інституційні перетворення, що мали на меті закріпити незалежність центральних банків (а разом з цим й їхню здатність проводити самостійну антиінфляційну політику, запровадити інфляційне таргетування);

- глобалізація, яка посилила конкуренцію на світових ринках, відповідно послабила можливості монополій завищувати ціни; посприяла перенесенню багатьох підприємств у країни з низькими витратами виробництва; посилила міжнародну міграцію робочої сили, що мала наслідком тиск на ставки зарплатні у бік зменшення;

- глобалізація посприяла також формуванню надлишку заощаджень у світі (у країнах, що розвиваються, їхня частка навіть вища через слабкість систем соціального захисту та меншу схильність до споживання), що разом із підвищенням продуктивності праці завдяки новим технологіям, виходом на конкурентні ринки трудових ресурсів із постсоціалістичних країн викликали зниження як номінальних, так і реальних позичкових ставок;

- глобалізація й технологічні досягнення призвели до розвитку електронної комерції, що дозволяє покупцям легко порівнювати ціни в інтернет-магазинах і відчутно впливає на ціноутворення товарів і послуг у традиційній торгівлі;

- старіння населення, яке несе з собою скорочення витратків та зростання заощаджень (деякі дослідження доводили обернений зв'язок між середнім віком і рівнем цін).

Чи змінилися принципово наведені ознаки світової економіки, що спричинили утримання протягом 25 років сталих низьких темпів інфляції? На жаль, так.

Найочевиднішими є зміни в процесах глобалізації, чий позитивний вплив згадувався найчастіше і справедливо вважався основною причиною глобального уповільнення темпів інфляції (відома робота К. Рогоффа мала назву: «Глобалізація та глобальна дезінфляція» [2]).

Сучасна хвиля деглобалізації (або слоубалізації), витоки якої криються в численних розривах ланцюжків постачань через пандемію, у торговельній війні США і Китаю, нарощенні геополітичної напруженості з початком російсько-української війни, загостренням ситуації на Близькому Сході. Натомість країни стали віддавати перевагу

стратегії «френдшорінг», вибудовуючи ланцюжки з політичними та ідеологічними союзниками. Як і проведення політики протекціонізму, введення санкцій, це неминуче призводить до зростання загального рівня цін.

Намагання дотримуватися фіскальних обмежень змінилося на вимушене збільшення державних видатків спочатку через пандемію, пізніше через війну. У 2023 р. витрати на оборону в світі зросли на 6,8%, склавши понад 2,4 трлн дол. – найбільше річне зростання від 2009 р. [3]. Це природно призводить до невинного зростання світового державного боргу та посилює інфляційний тиск.

Швидке старіння населення породжує все більше бюджетних проблем. Окрім того, з'явилися нові статті чималих видатків – передусім, таких, що спрямовані на досягнення кліматичних цілей, нульового рівня викидів вуглекислого газу.

Тож доводиться констатувати наявність серйозних підстав для збереження середньосвітових темпів інфляції на рівні, помітно вищому, ніж за часів *lowflation*. За цих умов центробанки будуть змушені проводити жорсткішу монетарну політику, яка неминуче збільшить ймовірність економічних спадів, посилить невизначеність економічного розвитку. Відповідно вищими будуть і ставки позичкового відсотку, що відчутно ускладнить проведення боргової політики.

Список використаних джерел

1. Moghadam R., Teja R., Berkmen P. (2014). Euro Area – “Deflation” Versus “Lowflation”. IMFBlog. Insights and Analysis on Economics and Finance. March 4. URL: <https://blogs.imf.org/2014/03/04/euro-area-deflation-versus-lowflation/>
2. Rogoff K. S. (2003). Globalization and global disinflation. Economic Review, Federal Reserve Bank of Kansas City, vol. 88(Q IV), pp. 45–78.
3. Global military spending surges amid war, rising tensions and insecurity. SIPRI. 22 April 2024. URL: <https://www.sipri.org/media/press-release/2024/global-military-spending-surges-amid-war-rising-tensions-and-insecurity>

Прядко І. В.,
старший викладач
кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ

Організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності промислового сектору в регіоні представляє собою процес системного взаємозв'язку усіх його складових і має здійснювати функцію контролю під час реалізації. Таку функцію виконує моніторинг розвитку інноваційної діяльності в регіоні. Окрім цього, такий моніторинг координує роботу органів регіональної влади, дозволяє виявити проблеми в процесі управління та оптимізує функціонування механізму регулювання інноваційної діяльності.

Для порівняння результатів реалізації інноваційної політики в різних регіонах країни необхідно, щоб моніторинг розвитку інноваційної діяльності здійснювався за єдиною системою показників. Сьогодні зазначена система показників для проведення такого моніторингу відсутня.

Для кількісної оцінки розвитку інноваційної діяльності в регіонах пропонується використання зведеного індексу, який складається з трьох блоків індикаторів.

Використання запропонованої системи вагових коефіцієнтів має своє обґрунтування. Вважаємо, що інновація – це інструмент отримання позитивних екстерналій суспільством від впровадження новинок у будь-якій сфері, який приносить прибуток підприємцю і задовольняє потреби споживача. Тобто найважливішим в процесі розвитку інновації є результат від її впровадження. Тому блоку «Результати інноваційної діяльності» привласнюється найвищі ваги – 40%. Блоки «Потенціал регіону у створенні інновацій» та «Інноваційна діяльність фірми» мають приблизно однакову важливість в реалізації процесу розвитку інноваційної діяльності і тому мають рівний ваговий коефіцієнт 30%.

При розрахунку зведеного індексу розвитку інновацій на регіональному рівні відбувалось нормування вихідних даних за допомогою методу лінійного масштабування. Перевагою цього методу є можливість відобразити значення кожного показника в інтервалі $[0;1]$, зберігаючи при цьому всі пропорції між окремими значеннями. Це дозволяє зберегти всі структурні характеристики досліджуваного показника.

При методі лінійного масштабування для кращого виявлення тенденції розвитку інноваційної діяльності використовувались дані за звітний рік та два попередні роки.

Значення індексу розвитку інноваційної діяльності в регіоні групуються на чотири групи:

[0 – 0,25] – низький рівень розвитку інноваційної діяльності в регіоні;

[0,25 – 0,5] – помірний рівень розвитку інноваційної діяльності в регіоні;

[0,5 – 0,75] – середній рівень розвитку інноваційної діяльності в регіоні;

[0,75 – 1] – високий рівень розвитку інноваційної діяльності в регіоні.

В силу своїх математичних властивостей значення індексів, що характеризують окремі блоки індексу розвитку інновацій в регіоні, також можна проранжувати за запропонованою схемою. Це надає можливість охарактеризувати ефективність ведення інноваційної діяльності через дослідження співвідношення ресурсів для ведення інноваційної діяльності та отриманих від цього виду діяльності результатів.

Таким чином, запропонована методика проведення моніторингу розвитку інноваційної діяльності в регіоні не тільки дозволяє оцінити зусилля влади в реалізації інноваційної політики, а й дозволяє надати оцінку та порівнювати між собою відповідні блоки зведеного індексу розвитку інноваційної діяльності різних регіонів.

Список використаних джерел

1. Поручник А. Регіональна інноваційна система як основа підвищення міжнародного конкурентного статусу національних регіонів [Електронний ресурс] / А. Поручник, І. Брикова. – Режим доступу:

http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2006_2_Poruch_Bryk_ukr.pdf.

2. Porter M. U.S. Competitiveness 2001: Strength, Vulnerabilities and Long-Term Priorities / M. Porter, Opstal D.: Council of Competitiveness, 2001. – 86 р. – Режим доступу:

<http://www.isc.hbs.edu/Competitiveness2001.pdf>.

3. Федулова Л. Організаційні механізми формування результативної регіональної інноваційної системи [Електронний ресурс]. Л. Федулова. – Режим доступу:

http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/SpPrior_13/22.pdf.

Підсекція: Геодезія, землеустрій, кадастр: сучасні тенденції розвитку

УДК 332.2

Борисевич К. Ю.,
директор ТЗОВ «Український експертний центр
землеустрою та оцінки», м. Миколаїв, Україна

**ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В
УКРАЇНСЬКОМУ ПРОСТОРІ**

Земельний перехід у системі управління земельними ресурсами має свої особливості, а його кінцевою метою є встановлення земельних відносин, які в принципі відповідають земельним відносинам європейських цивілізованих країн. Адже, окрім економічних ефектів, інтеграція у глобальний європейський простір є необхідною умовою міцного закріплення України у світовому економічному комплексі [1]. Ринкові відносини на селі сьогодні вже досягли розвинутих форм, а сама земля визнана товаром. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення», скасовано мораторій на продаж сільськогосподарської землі.

З 2024 року землі сільськогосподарського призначення зможуть купувати і юридичні особи з обмеженням до 10 тисяч гектарів. Відтепер розрахунок за покупку ділянок земельних ділянок відбувається тільки в безготівковій формі [1]. До того ж, з 1 січня 2030 року ціна продажу земельних ділянок сільськогосподарського призначення не може бути меншою їх нормативної грошової оцінки.

Нині в українському просторі складові процесу налагодження збалансованих взаємовідносин є не лише економічно значущими, але й гостро соціально-політичними. Однак перебіг подій щодо вільного переміщення землі все ще залежить від суспільних розбіжностей у цьому питанні [2].

Частина суспільства переконана, що без господарів (приватних власників) землю не можна ефективно використовувати. Проте ми вважаємо, що відкриття ринку землі в країні сприятиме надходженню іноземних інвестицій в український бізнес і підвищить конкурентоспроможність економіки на внутрішньому та зовнішньому ринках, досягнувши позитивного соціально-економічного впливу на економічне зростання.

Крім того, легалізація ринку землі в реальних умовах України допоможе громадянам України отримати можливість вільно розпоряджатися своєю землею та розширити можливості самостійно приймати рішення щодо її використання, дозволить самостійно приймати рішення щодо оренди, власності чи продажу земельних ділянок. земельного рішення.

Вважаємо, що визнання права власності на землю в ринковому механізмі може підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва, а також сприяє задоволенню потреб населення у проведенні операції з ринку землі. Вільне розпорядження землею дозволить ринку встановлювати високі ціни на землю, що не тільки сприятиме розвитку комерції на землі, а й сприятиме децентралізації важливої частини української економіки. Визнання прав власності на землю за ринкових умов сприятиме залученню ресурсів у місцеві громади та стимулюватиме підприємництво.

Однак зазначимо, що конкуренція сьогодні відбувається не за землю, а за її прибуткове використання. Землевласники, які не в змозі забезпечити середній рентний дохід від коштів, інвестованих у купівлю землі, змушені або мають можливість продати свої земельні володіння, які в кінцевому підсумку дістаються найбільш ефективним землекористувачам.

Таким чином, створено умови для реалізації принципу ринкової економіки, який стверджує, що найкраще працює те, що вільно купується і продається.

Хоча сьогодні для інвесторів, які розвивають сільськогосподарське виробництво, можливість орендувати землю, а не купувати її, значно економить початкові інвестиції, роблячи галузь інвестиційно привабливішою.

Крім того, оренда землі дозволяє орендареві швидше адаптуватися до коливань ринкової ситуації, змінюючи розмір земельної ділянки, якою він користується. У сучасних умовах заслуговує на увагу створення ріелторського бізнесу, тобто професійних операцій з нерухомістю.

На будь-якому ринку велика частина бізнесу – це перепродаж і посередництво. На земельному ринку присутність торговців землею, які купують землю для біржової торгівлі, вигідна, в першу чергу, продавцям землі, оскільки це підвищує попит на землю. По-друге, це необхідно для покупців землі, оскільки ріелторські компанії пропонують широкий вибір земельних ділянок, а також різноманітні послуги, пов'язані з кредитуванням та юридичним супроводом купівлі землі.

Слід зазначити, що за сучасних умов закордонний досвід показав [3], що постійна зміна власності шляхом продажу земельних ділянок не

становить навіть одного відсотка земельного фонду. Проте сам ринок землі визначає характер земельних відносин у всьому спектрі землекористування. При оцінці майна, оренді та іпотечних операціях використовуються фактичні ціни на ринку землі.

Ринкова ціна землі за умов оформлення права власності на землю враховує не лише фактичну продуктивність землі, а й потенційну (потенційну) продуктивність землі.

Тому через загальну високу природну родючість української землі її ціна не повинна бути нижчою за відповідні показники в розвинених країнах. Нормативно-правове встановлення мінімальної ринкової ціни має фундаментальне значення для поточної правової та економічної ситуації. Купівля землі сьогодні є надійним напрямком інвестування з відносно низьким ризиком. Теорія земельної ренти доводить [3], що окупність одиничних інвестицій у землю не на рівні середньої норми прибутку, а на рівні депозитного відсотка. Джерелом цього доходу є земельна рента, яка формується під дією закону вартості.

Підсумовуючи, варто зазначити, що коли ціни на виробничі ресурси та продукцію сільськогосподарського виробництва стрімко наближаються до світових, долю вітчизняного сільськогосподарського виробництва визначає конкретний рівень витрат. Він має бути конкурентоспроможним у світовій системі стандартів якості та ціни. Для досягнення цієї мети необхідна ринкова трансформація сільського господарства, особливо формування та ефективне функціонування ринку землі.

Список використаних джерел

1. Дем'яненко Л. Ринок землі запроцював: деталі, прогнози та коментарі.

URL:http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=5295:rinokzemlizapratsyuvavdetaliprognozitakomentari&catid=8&Itemid=350 (дата звернення: 17.04.2024).

2. Вільний ринок землі від «А» до «Я» - енциклопедія реформи. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/635-vilniy-rinok-zemli-vid-a-do-ya---entsiklopediya-reformi> (дата звернення: 17.04.2024).

3. Ринок землі: вартість гектара в країнах Європи та північної Америки. URL:

<https://www.slovoidilo.ua/2019/11/13/infografika/ekonomika/rynok-zemli-vartist-hektara-krayinax-yevropy-ta-pivnichnoyi-ameryky> (дата звернення: 17.04.2024).

Горгоц А. О.,
головний спеціаліст відділу землеустрою
Управління земельних ресурсів Миколаївської міської ради,
м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ВЕДЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО КАДАСТРУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ

Без технічного прогресу та сучасних технологій складно увявити цілодобовий моніторинг за станом земельних ділянок. Використання методів дистанційного зондування Землі (ДЗЗ) та технологій геоінформаційної системи (ГІС) у сфері землеустрою є найбільш ефективними інструментами пізнання й опису географічного середовища, що постійно змінюється.

Окрім чіткого розуміння роботи методів моніторингу, вкрай важливими є аналітичні навички та знання кадастрових файлів обміну під час та після його редагування.

Отже, метою дослідження є аналіз вивчення особливостей земельного кадастру та обґрунтування його подальших перспектив.

Залежно від взаємодії між системою реєстрації прав на землю та веденням земельного кадастру виділяються різні моделі організації кадастрових систем [1]:

1. Модель, де земельний реєстр прав є невід'ємною частиною судочинства. Реєстр прав та кадастр є самостійними реєстрами, що ведуться різними органами. Однак ці реєстри об'єднуються в одну загальну базу нерухомості. Схожий механізм існує у центральноевропейських країнах (Австрія, Греція, Німеччина, Словенія, Хорватія, Швейцарія), скандинавських країнах (Данія, Фінляндія, Швеція) та країнах із «наполеонівською» кадастровою системою (Іспанія, Польща).

2. Модель, де реєстр прав веде позавідомчий орган. Цю систему використовують у більшості країн англосаксонської кадастрової системи та в окремих країнах німецької багатопільової кадастрової системи, зокрема в Англії, Ірландії, Канаді, Нідерландах, США, Шотландії. Україна також застосовує аналогічний принцип, де реєстрацію права власності на земельну ділянку здійснює один державний орган, а облік покладено на інший. Українська модель передбачає, що орган адміністрування системи Державного земельного

кадастру, а саме Центр державного земельного кадастру, несе відповідальність за функції обліку земель.

3. Модель, де реєстр прав перебуває у віданні державного органу з ведення кадастру. У цій системі формування та організацію реєстру прав і кадастру здійснюють різні відомства, але підпорядковані єдиному державному органу. Реєстри тісно взаємодіють із кадастром нерухомості, оскільки вони входять до його складу. Такий підхід є характерним для країн із «наполеонівською» кадастровою системою (Бельгія, Франція, Італія) та деяких країн східноєвропейського регіону (Чехія, Литва, Угорщина, Словаччина). Зазвичай організаційні питання, пов'язані з плануванням та контролем обліку нерухомих об'єктів та кадастрового картографування, реалізуються в межах одного органу державної влади. Це свідчить про те, що вирішення стратегічного планування покладено на державні органи.

Аналізуючи досвід функціонування кадастру (європейський, світовий та український), вважаємо за доцільне сформулювати дефініцію кадастру як державної інформаційно-реєстраційної системи геопросторового положення кадастрових об'єктів, їх кількісних та якісних параметрів і правового статусу. Це визначення встановлює кадастр.

Враховуючи вищезазначене, сформулюємо ключові напрями розвитку кадастрової системи України, яка виступає як державна інформаційно-реєстраційна система кадастрових об'єктів (нерухомість, процеси, явища та інше):

1. Удосконалення організаційних заходів з державної реєстрації кадастрових об'єктів та їхніх прав у єдиній державній установі.
2. Узгодження системи державних реєстрів з інформацією щодо кадастрових об'єктів.
3. Розроблення нових технологічних схем та моделей взаємодії між різними складовими кадастру та окремими видами кадастрів.
4. Розроблення державних стандартів для кадастрової документації та їх поєднання з існуючими відомчими стандартами та нормативами для статистичної та іншої звітності.

Кадастрова наука повинна спрямовуватися на:

1. Науково обгрунтоване територіальне кадастрове зонування як в межах населених пунктів, так і за їхніми межами;
2. Розроблення класифікаторів для земель різних категорій, їх цільового використання та обмежень стосовно використання кадастрових об'єктів;
3. Розроблення методів та технологій для удосконалення організаційно-правових норм функціонування кадастрової системи;

4. Удосконалення системи реєстрації кадастрових об'єктів та їхніх прав;

5. Моделювання та прогнозування перспектив розвитку кадастрових систем;

6. Модернізація та широка інтеграція зв'язків між різними видами кадастрів та іншими.

Необхідними компонентами національної кадастрової системи повинні бути юридичний, технічний та економічний аспекти, подібні до практики Франції та Іспанії. Юридична частина кадастру має розкривати інформацію про власників та користувачів землі з моменту ведення записів до сучасності (історичний аспект реєстрації прав власності виявляється у земельно-кадастровій системі Канади). Технічна складова включає дані про фізичний, хімічний склад ґрунту, географічне розташування ділянки, її форму та розмір, а економічна – про способи використання цієї землі (для господарських потреб, забудови, залісення та інше). Отже, поняття «кадастр» слід ідентифікувати як систему реєстрації земельних ділянок та інших видів нерухомості з усіма характеристиками, необхідними для соціально-економічного розвитку територій, поліпшення інвестиційного клімату та інших аспектів, а також з правовими наслідками щодо реєстрації.

Таке визначення кадастру буде відповідати європейському підходу. Однією з ключових функцій кадастру у європейських країнах є реєстрація прав власності та користування, що має вирішальне значення для забезпечення державної гарантії недоторканості права власності на зареєстровані об'єкти в Державному реєстрі. Сучасні кадастрові системи характеризуються централізованими та децентралізованими організаційними моделями [1].

Децентралізовану модель можна проілюструвати на прикладі кадастрової системи Німеччини, яка поділена на 16 адміністративних одиниць – земель. У кожній землі діє власна кадастрова служба, яка підпорядкована відповідному міністерству чи службі в залежності від рівня управління (федеральний, місцевий).

Однак світовий досвід свідчить, що найбільші переваги має централізована модель організації кадастрових систем. Для підвищення ефективності її функціонування рекомендується створити локальні робочі групи, які прийматимуть об'єктивні рішення на місцевому рівні, і вдосконалити механізм опрацювання, збирання та передавання інформації, розширивши функціональні можливості web-порталів кадастрових служб.

Підвищення ефективності та розширення функціональності кадастрових систем стає можливим, якщо об'єднати кадастровий шар із

інфраструктурою просторових даних. Значущу роль у формуванні та управлінні кадастровими системами відіграють правові, технічні та організаційні зв'язки з процесом топографічного картографування.

Список використаних джерел

1. Rosicki R. Międzynarodowe i europejskie koncepcje zrównoważonego rozwoju. Przegląd Naukowy – Metodyczny. 2010. № 4. P. 44–56. URL:

<https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/739/1/Mi%C4%99dzynarodowe%20i%20europejskie%20koncepcje%20zr%C3%B3wnowa%C5%BCone%20rozwoju.pdf> (дата звернення: 17.04.2024).

УДК 502.4: 330.341

Коваль В. А.,

викладач кафедри управління земельними ресурсами,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

АНАЛІЗ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЯК ОСНОВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИРОДИ УКРАЇНИ

Природа – це сукупність усього живого та неживого на Землі, пов'язана тісними взаємозв'язками. Природа здатна підтримувати себе, якщо цих зв'язків не порушувати. Саме природа створює для нас, як виду, умови для існування (питна вода, чисте повітря, всі джерела продуктів харчування походять із природи). Тому кожен з нас є залежним і водночас відповідальним за збереження будь-якого природного ресурсу.

Уже зараз кількість природних ресурсів та рівень їх збереження є одним із важливих індикаторів рівня життя окремої людини та всього людства. Звісно, економічний потенціал і рівень важливі, та будь-який ресурс (вода, ґрунти, чисте повітря) є умовно відновлювальним. Однак його відновлюваність у разі інтенсивного використання – це економічні витрати. Зберігаючи природу, ми отримуємо всі ці блага безкоштовно. Після створення заповідної території вся земля в межах будь-якої категорії підпадає під особливий охоронний режим. Режим прописується в проекті створення й поширюється на всі земельні ділянки в межах території природно-заповідного фонду, незалежно від типу власності й цільового використання.

В Україні природно-заповідні території класифікуються за різними категоріями відповідно до Закону України «Про природно-заповідний фонд». Основні категорії природно-заповідних територій включають природні заповідники – це території, на яких охороняються природні комплекси та об’єкти, включаючи ландшафти, флору, фауну та генетичний фонд. Діяльність у природних заповідниках обмежена, і тут заборонені деякі види людської діяльності, що можуть впливати на природу.

Участь громадськості в формуванні природно-заповідних територій має важливе значення для забезпечення ефективної охорони природи та врахування різноманітних інтересів громадськості. Це відображає принципи екологічної демократії та створює здоровий механізм взаємодії між державою, науковою спільнотою та громадськістю. Охорона біорізноманіття на природно-заповідних територіях є важливою складовою їхнього управління. Це включає в себе ряд заходів та стратегій для забезпечення сталого використання та збереження природних ресурсів.

Ключові аспекти охорони біорізноманіття на природно-заповідних територіях:

- управління та моніторинг: цей процес дозволяє вчасно виявляти зміни в природних середовищах та ефективно реагувати на них;
- біологічне різноманіття: включає в себе різноманітні стратегії та заходи, спрямовані на підтримання стійких популяцій видів та забезпечення збереження їхніх природних середовищ;
- охорона екосистем: захист екосистемних послуг є важливою складовою сталого розвитку та збереження природи. Екосистемні послуги – це різноманітні користі, які людина отримує від природи, такі як очищення повітря та води, запліднення ґрунту, регулювання клімату, забезпечення харчових ресурсів та багато інших;
- управління територіями: включає в себе розробку стратегій для збереження природи при інтенсивному використанні туризмом та рекреацією.
- регулювання туризму та рекреації: розробка стратегій для збереження природи при інтенсивному використанні туризмом та рекреацією. Регулювання туризму та рекреації є важливим завданням для забезпечення сталого розвитку та збереження природи;
- планування та зонування: розробка детальних планів, які визначають розвиток туристичної інфраструктури та її вплив на природу;
- управління інфраструктурою: вибір місця для туристичних об’єктів, щоб мінімізувати негативний вплив на природу;

- ефективна взаємодія з громадськістю:
 - екологічна освіта: проведення навчальних та інформаційних заходів для громадськості щодо важливості біорізноманіття та його охорони;
 - етика та відповідальність: виховання етичного ставлення до природи та відповідальності за свої дії;
 - інформаційні технології: вивчення екології за допомогою віртуальних інструментів та інтерактивних ресурсів;
 - педагогіка сталого розвитку: формування ціннісних орієнтацій, спрямованих на збереження природи та сталий розвиток;
- юридичні та нормативні заходи: цей процес забезпечує правовий режим для охорони природи, регулює діяльність громадян, підприємств та органів влади з питань природоохоронних практик;
- міжнаціональна та міжсекторальна співпраця: співпраця між заповідниками та організаціями з охорони природи важлива для забезпечення ефективного управління та збереження біорізноманіття. Обмін досвідом та ресурсами дозволяє зменшити дублювання зусиль, впроваджувати найкращі практики та розширювати можливості для збереження природних ресурсів.

Концептуальною основою розвитку природно-заповідних територій має стати новітня геополітика держави – природоохоронна. У цьому зв'язку необхідно поставити завдання у найближчі роки збільшити кількість природно-заповідних територій та об'єктів. Об'єкти природно-заповідного фонду мають стати осередками розвитку навколишніх територій та основою для соціально-економічного розвитку населених пунктів, розташованих неподалік. Мають бути напрацьовані нові підходи з органами місцевої влади, мають бути знайдені компромісні рішення, які б у першу чергу сприяли збереженню природних ресурсів і мали підтримку серед громад.

Таким чином, Україна має достатньо передумов для того, щоб зробити збереження та відновлення екосистем природно-заповідного фонду одним із пріоритетів державної політики в середньостроковій перспективі. Потрібна лише наявність політичної волі у керівництва держави.

Список використаних джерел

1. Бевзенко В. М. «Природно-заповідний фонд України як об'єкт державного управління». 2002. Вип. 19. - С. 278-286
2. Чичкалюк Т.О. Європейський досвід розвитку і використання природно-рекреаційних територій. *Наукові праці: науково-методичний журнал*. Вип. 267. Т.279.

3. М. Харачко «Маркетинг природно-заповідних територій». 2014. № 21(2). С. 56-60.

4. Іваненко Є. І. Аналіз розміщення природно-заповідного фонду України: підхід, стан, проблеми. *Український географічний журнал*. 2013. № 3.

УДК 332.3:338.3](4+477)

Лазарєва О. В.,
д-р екон. наук, професор, професор
кафедри управління земельними ресурсами,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ВЕДЕННЯ ЗЕМЛЕВПОРЯДНОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Розвиток землевпорядного виробництва, зважаючи на інтенсифікаційні процеси в системі землеустрою, зумовлюють необхідність пошуку його особливостей в умовах сьогодення.

Крім того, зважаючи на те, що ефективне управління виробництвом є важливим резервом економічного розвитку, питання, пов'язанні із землевпорядним виробництвом потребують ефективного використання земельних ресурсів. Всі завдання, які сьогодні стоять перед землеустроєм, певною мірою залежать і від правильної постановки, і від безпомилкового розв'язання питань, що пов'язані з організацією і плануванням землевпорядних робіт.

Нині у науковій літературі певною мірою вже окреслено проблеми землевпорядного виробництва та сформовані його особливості.

Так, Кузін Н. В. [1, с. 127] розкрила проблеми землевпорядного виробництва, а також можливі шляхи їхнього розв'язання в період формування ринкових земельних відносин. Шацкова Л. П. [2] обґрунтувала важливість здійснення основних груп землевпорядних робіт (проектних та вишувальних), а також зробила висновок, що землевпорядна діяльність охоплює різноманітні дії щодо розроблення та реалізації необхідних чи доцільних змін у системі використання земель. Грещук Г. І. [3] удосконалила теоретичний підхід до формування системи землевпорядного забезпечення сталого використання земель сільськогосподарського призначення. Третяк А. М. [4] розкрив особливості ведення землевпорядного виробництва, а

також організації території сільськогосподарських підприємств в умовах ринку.

Попри багатоаспектність досліджень щодо розвитку системи землевпорядного забезпечення землекористування та наукових поглядів, пов'язаних із питаннями управління землевпорядним виробництвом, потребують вивчення питання, пов'язані із обґрунтуванням особливостей землевпорядного виробництва, що дозволить висвітлити пріоритети його ведення і в Україні. Тож метою дослідження є проєктування пріоритетів землевпорядного виробництва в Україні, враховуючи умови сьогодення.

Слід зазначити, що на сьогодні вже відновленні окремі елементи функціонування Державного земельного кадастру [6], а також відновлено прийом документів із реєстрації прав на земельні ділянки.

На нашу думку, основними особливостями ведення землевпорядного виробництва в українських реаліях на сьогодні є:

- подальше застосування інноваційних технологій, а саме робота з програмою CREDO DAT, що передбачає виконання автоматизованої обробки геодезичних вимірювань, їх аналізу з супутників, дозволяє проєктувати дані і обробляти камеральні та геодезичні виміри складної форми; використання автоматизованого програмного комплексу AutoCadMap для роботи з векторними зображеннями; застосування прикладного пакету Geonics для створення цифрових карт, проєктування, розв'язування інженерних задач: створення цифрових карт місцевості та обробка аеро та космічних знімків за допомогою програми Digital;

- використання технологій формування цифрових просторових, статистичних та адміністративних даних для ведення землевпорядного виробництва, що забезпечить більш ефективне на основі оперативного аналізу прийняття ефективних управлінських рішень;

- відновлення застосування прогресивних технологій, які дозволитимуть планувати процес використання земельних ресурсів, а також проєктувати оптимальне співвідношення угідь, посилюючи інноваційну спрямованість землевпорядного виробництва;

- проведення подальшого удосконалення технологій ведення землевпорядних робіт з обов'язковим складанням схем землеустрою, розроблення техніко-економічних обґрунтувань використання та охорони земель відповідних адміністративно-територіальних утворень;

- необхідність організації регульованого проведення землевпорядних робіт, що дозволить своєчасно проводити важливі роботи з комплексного управління розвитком землекористування територій;

– необхідність посилення управління якістю послуг у сфері землевпорядного виробництва, що сприятиме їх відповідності вимогам законодавства, передбачення обов'язкового забезпечення точності землевпорядних робіт;

– обов'язкове здійснення контролю якості виконання землевпорядних робіт на всіх етапах її розробки, включаючи самоконтроль, поточний контроль, контроль «другою рукою» та приймальний контроль, що сприятиме на всіх етапах розробки землевпорядної документації запобігти недолікам, а також забезпечить їх усунення у майбутньому;

– забезпечення економічної ефективності заходів з наукової організації праці у землевпорядних організаціях, що ініціюватиме підвищення продуктивності праці, зниження собівартості проектно-кошторисної документації і підвищення рентабельності проектних організацій із землеустрою;

– ведення землевпорядного виробництва на засадах, що ґрунтуються передбачення виконання робіт, що пов'язані з охороною та раціональним використанням земель, землевпорядним забезпеченням системи управління земельними ресурсами, розвитком земельного кадастру, оцінкою земель;

– забезпечення необхідності розробки стандартизованих вимог до складання найбільш поширених видів землевпорядної документації;

– впровадження кращих європейських практик сприятиме пошуку, а також впровадженню науково-обґрунтованих оперативних рішень у галузі землевпорядного виробництва, забезпечить більш широку можливість для апробації їх у вітчизняних простір, сприятиме їх реалізації в українських реаліях.

Дотримання зазначених особливостей сприятиме оптимальній організації землевпорядного виробництва в сучасних умовах на території України.

Список використаних джерел

1. Кузін Н. В. Актуальні проблеми землевпорядного виробництва. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2012. № 1-2. С. 127-129. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zemleustriy_2012_1-2_24 (дата звернення 16.04.2024)

2. Шацкова Л. П., Пшенична Т. А., Лазєєв М. Є. Види землевпорядних робіт та аналіз їх ефективності. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал. Випуск 38. 2019. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/38_2019_ukr/66.pdf (дата звернення 16.04.2024)

3. Грещук Г. І. Організаційно-економічне та правове забезпечення розвитку землевпорядного механізму сталого сільськогосподарського землекористування: монографія. Київ : ДКС-Центр, 2018. 308 с.

4. Третяк А. М., Третяк В. М. Землеустрій в Україні: впорядкування землеволодінь і землекористувань та організація території сільськогосподарських підприємств. монографія. Херсон: Грінв Д.С. 2016. 192 с.

УДК 378.016-057.875:[332.3+528]

Мась А. Ю.,
почесний землевпорядник України,
ст. викладач кафедри управління земельними ресурсами,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КОМАНДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯМ ФАХІВ ЗЕМЛЕВПОРЯДНОГО ПРОФІЛЮ

В умовах сьогодення можливості для впровадження у практику командної роботи є надзвичайно широкими, особливо враховуючи змішаний формат навчання. Крім того, командний підхід орієнтований на модернізацію освітніх програм, за якими навчаються майбутні потенційні фахівці-практики, із більш поглибленим застосуванням практичних компонент у навчанні.

Що стосується вивчення особливостей командної роботи для фахівців спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій», то наразі відсутні системні дослідження, які б розкривали її пріоритети, а також переваги, враховуючи вплив стейкхолдерів на організацію освітнього процесу. Зустрічаються лише фрагментарні дослідження [1, с. 17-18]. Так, наголошується на використанні інноваційних технологій під час навчання здобувачів вищої освіти освітньої програми «Геодезія і землеустрій», що мають базуватися на активізації діяльності здобувачів та підвищенні ефективності якості освітнього процесу.

Спробуємо в рамках дослідження обґрунтувати на засадах практико-орієнтованого підходу основні ключові особливості, що мають місце і процесі підготовки фахівців-землевпорядників.

Передусім практично-орієнтоване або ж проєктне навчання має передбачати командну роботу студентів, а також їх роботу над

проектами, які безпосередньо пов'язані з реальними розробками, що потрібні фахівцям землевпорядного виробництва.

Під час проходження практик, як і виробничої, так і передкваліфікаційної, крім закріплення набутих знань та вмінь на практиці, важливим є безпосереднє спілкування зі стейкхолдерами, що дозволить набути навички безпосереднього виконання робіт у сфері технічних випробувань та досліджень, діяльності у сфері інжинірингу тощо.

На практиці студенти мають змогу набути практичних навичок, що дозволяє адаптувати їх до майбутньої професійної діяльності за фахом. Крім того, студенти отримують практичні навички під час вишукувальних робіт для проєктування об'єктів землевпорядного призначення, здійснюють обробку та оформлення матеріалів виконаних польових геодезичних робіт, виконують прив'язку до опорної геодезичної мережі, формують XML-файли тощо.

Важливим є і зустрічі проєктної групи спеціальності та стейкхолдерів, які вже мають досвід роботи з випускниками, оскільки для удосконалення якості професійної підготовки фахівців нині потрібні принципово нові підходи до формування компетентного персоналу та врахування інтересів усіх зацікавлених сторін.

До того цінним є те, що потенційні стейкхолдери спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій» наголошують на необхідності поєднання теоретичних знань із практичними навичками, вносять пропозиції проведення гостьових лекцій із провідними геодезистами-практиками тощо.

Заслужують на увагу і постійні зустрічі студентів, в тому числі із закордонними практиками, що дають змогу сприяти отриманню професійних навичок та компетенцій майбутніми фахівцями спеціальності.

Цікавим є і зустрічі в онлайн-форматі із практикуючими інженерами-геодезистами та інженерами землевпорядниками, які також сприяють закріпленню фахових компетенцій студентів спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій», знайомлять майбутніх випускників з особливостями професії, сприяють розвитку вміння застосовувати набуті теоретичні знання у практичній професійній діяльності.

Цікавим є практика започаткування підходу проведення бінарних лекцій, які дають змогу, заслухавши матеріал, що викладається декількома лекторами, глибше зрозуміти фахові компетентності та програмні результати навчання. Крім того, форма викладу матеріалу декількома лекторами сприяє не лише веденню дискусії, а й дозволяє залучати до обговорення матеріалу аудиторією, є основою для

неформального обговорення питань, дозволяє поєднувати теоретичну подачу матеріалу із рекомендаціями науковців-практиків.

Зазначимо, що командна робота в рамках практично-орієнтованого навчання можлива і за умови впровадження в практику різноманітних веб-інструментів, таких як ClassDojo, Календар Google, Microsoft Teams тощо.

Хоча, як засвідчує практика, спілкування між учасниками освітнього процесу під час дистанційного навчання зазвичай відбувається через Viber, Skype, Zoom, Google Meet, електронну пошту, телефонний зв'язок, а основними ресурсами для розміщення навчальних матеріалів є Google-сайти, блоги, Google Classroom.

Командна робота фахівців землевпорядників має застосовуватись і під час проведення оцінки, обліку та аналізу використання земель задля отримання точної та достовірної інформації, щоб мати змогу вчасно враховувати поточні зміни, що відбуваються у землекористуванні, та на основі цього конструювати подальші практико-орієнтовані рішення.

Запровадження у практику запропонованих підходів до ведення командної роботи в поєднанні із залученням фахівців-практиків сприятиме запровадженню у землевпорядне виробництво досягнень науки і техніки, забезпечуючи при цьому досягнення її найвищої продуктивності та підвищення рентабельності проектних та землевпорядних організацій.

Проведене дослідження показало, що командна робота має бути сфокусована на запровадженні у практику таких принципів як узгодженість цілей учасників команди, взаємодоповнюваність рішень та конструктивних пропозицій учасників команди, взаємна відповідальність у процесі виконання практико-орієнтованих робіт, інтенсивне співробітництво з суміжними галузями та групами фахівців.

Визначено, що основними особливостями командної роботи із залученням фахівців землевпорядного профілю для студентів спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій» під час навчання є спільна робота студентів і практикуючих землевпорядників, безпосереднє спілкування зі стейкхолдерами, здобуття практичних навичок виконання польових геодезичних та землевпорядних робіт, регулярні зустрічі із проектними групами спеціальності та стейкхолдерами, зустрічі студентів із закордонними практиками, зустрічі із практикуючими інженерами-геодезистами та інженерами-землевпорядниками, проведення бінарних лекцій, впровадження в практику різноманітних веб інструментів.

Список використаних джерел

1. Оніпко В., Шевчук С., Чувпило В. Застосування особистісно зорієнтованої технології у процесі підготовки майбутніх фахівців спеціальності Геодезія та землеустрій. Матеріали 54-ї науково-методичної конференції викладачів і аспірантів «Вища освіта в контексті глобальних викликів», м. Полтава: ПДАУ, 2023. С. 17-18. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ca30ce9b-527a-4490-903e-42d6d148176c/content> (дата звернення 14.04.2024).

УДК 332.54

Перович І. Л.,
д-р техн. наук, професор,
професор кафедри економічної експертизи та землевпорядкування,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна

ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ АНАЛОГІВ НЕРУХОМОСТІ

Проблема оцінки нерухомості завжди була однією з найважливіших. Вирішення проблеми визначення реальної, справедливої ціни нерухомості становить найбільшу практичну складність і становить важливе значення для економіки нашої держави.

Виділяють кілька основних факторів або груп факторів, які зумовлюють вартість нерухомості. Залежно від ринкових чи неринкових методів оцінки їх пріоритетність буде змінюватись, але перелік буде сталим. До цих факторів належать: ***просторові, ринкові, правові, кількісні, якісні та економіко-технологічні.***

Одним із найбільш поширених методичних підходів до оцінки нерухомості є порівняльний (зіставлення цін аналогічних продаж).

Підхід до оцінки вартості нерухомості, що ґрунтується на зіставленні цін аналогічних продаж, який зазвичай називають порівняльним підходом з погляду порівняння ринкових даних, базується на прямому порівнянні оцінюваного об'єкту з іншими об'єктами нерухомості, які були продані або включені в реєстр на продаж.

За цим підходом вартість нерухомості визначається на рівні ціни продажу аналогічних продаж за формулою:

оцінки, стає можливим без порівняння цін об'єктів аналогів визначити вартість L_0 оцінюваного об'єкта

$$a_0 x_1 + b_0 x_2 + \dots + g_0 x_k = L_0 \quad (4).$$

Таким чином, задача вирішена. Запропонований підхід, на відміну від порівняльного, безпосередньо не пов'язує порівняння факторів впливу з відповідними аналогами, а ґрунтується на використанні нормованих коефіцієнтів та знайдених на основі статистичного опрацювання самих значень індикаторів впливу.

Список використаних джерел

1. Гненний О. М. Оцінка нерухомості на базі регресійних моделей. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012, № 1. 84–89 с.
2. Драпиковський О. І., Іванова І. Б., Крумеліс Ю. В. Оцінка нерухомості. К.: ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2015. 424 с.
3. Перович Л. М., Губар Ю. П. Оцінка нерухомості. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2016. 536 с.

УДК 332.54

Перович Л. Л.,
канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри геодезії і землеустрою,
Івано-Франківський національний технічний
університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна
Лешко І. М.,
здобувач вищої освіти,
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

ІНВЕСТУВАННЯ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Одним із основних аспектів забезпечення економічного розвитку України в умовах війни у є залучення додаткового інвестиційного капіталу.

Повномасштабна війна стала новим фактором впливу на рівень ділової активності та інвестиційного середовища в Україні.

Прямі іноземні інвестиції - найбільш бажана форма капіталовкладень для економік, що розвиваються, тому що вона дозволяє реалізовувати великі проєкти, крім того в країну надходять нові технології, нові практики корпоративного управління, тощо.

Інвестиції в значних об'ємах не можуть відбуватися без фінансових інструментів та механізмів страхування, які б знижували ризики інвестування. У цьому контексті спостерігається певний прогрес, як серед урядових програм, так і серед програм міжнародних фінансових інституцій, таких як Європейський банк реконструкції та розвитку і Міжнародна агенція з гарантування інвестицій (MIGA).

Так, сьогодні держава пропонує потенційним інвесторам відносно багато інвестиційних проєктів, а саме[1] :

- в оборонно-промисловому комплексі уряд вбачає можливості для вкладення 34 млрд гривень в більш ніж 300 проєктів;
- 19 млрд. гривень можна вкласти в понад 30 проєктів у галузі фармацевтики;
- в енергетиці – більше 50 проєктів на 177 млрд. гривень інвестиційного потенціалу;
- в розробку природних ресурсів держава пропонує вкладатися на 5,6 млрд. грн;
- в логістику та розбудову інфраструктури можна вкластися на 123 млрд. грн;
- більше 2 тисяч інноваційних технологічних стартапів потребують інвестування близько 11 млрд гривень.

В Україні спостерігається перспектива помірнього зростання обсягу національного ринку інвестицій у 2024 році. Бізнес активізував інвестиції в агропереробну галузь, машинобудування, деревообробку. Через потенційно значні податкові надходження і попит на внутрішньому та зовнішньому ринках інвестиційний потенціал мають нафтопереробка та видобуток газу.

Відбулись значні вкладення коштів компаніями Nestle і Bayer у виробництво в Україні. В розширення виробництва інвестувала й компанія Carlsberg Ukraine. Міжнародні компанії –BAE Systems, Baykar та Rheinmetall розглядають інвестиції в оборонну промисловість України [2].

Проте, щоб забезпечити стабільний розвиток інвестиційної привабливості, Україна має реформувати свою економіку та покращувати бізнес-середовище. Для цього необхідно, в першу чергу, закінчення війни, а далі, для створення сприятливих умов щодо забезпечення зростання рівня інвестиційної привабливості економіки необхідні наступні економічні перетворення:

- страхування неекономічних (безпекових) ризиків, які будуть актуальними і після завершення війни;
- сприятлива податкова політика та сприяння інвестиційному кредитуванню;

- стратегування процесів відновлення та визначення перспективних для інвестування сфер та ринків;
- боротьба з корупцією;
- інформаційне забезпечення щодо інвестиційних можливостей, наявних ресурсів тощо.

Тож, підбиваючи підсумки, варто зазначити, що надскладні 2022 та 2023 роки та багато зусиль з боку бізнесу, держави та суспільства підтверджують стійкість України та її рішучість подолати цей складний період. Україна заклала і продовжує закладати фундамент для покращення довіри інвесторів у 2024 році.

Список використаних джерел

1. Міністерство економіки України. Перелік державних інвестиційних проектів. <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=8a4f4045-a754-4845-a870-99834f16d33f&title=PerelikDerzhavnikhInvestitsiynikhProektiv?ihfkldeixufbjzpo>.
2. Міністерство фінансів України. <https://mof.gov.ua/uk/mizhnarodne-spivrobotnictvo>

УДК 332.54

Перович Л. Л.,
канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри геодезії і землеустрою
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна
Чорнокоза Ю. Б.,
здобувач вищої освіти
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

РОЗВИТОК РИНКУ ЗЕМЛІ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ В УКРАЇНІ

Земельна реформа в Україні – одна з найбільш тривалих у світі (процес було розпочато ще в 1991 році). Така довготривалість пов’язана з тим, що за цей час було запропоновано декілька моделей відкриття ринку землі. Законодавці розглянули всю варіативність моделей ринку

землі, починаючи від найбільш ліберальних і закінчуючи повним мораторієм.

Так, 31 березня 2020 року Верховна Рада ухвалила Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення» (введення в Україні ринку землі) [1].

Саме з моменту прийняття цього закону бере свій початок земельна реформа з відкриттям ринку землі.

Земельна реформа є одним із наймасштабніших економічних перетворень в Україні з часів проголошення її незалежності.

З січня 2024 року розпочався новий етап земельної реформи, який відкрив ринок для українських юридичних осіб, і сприятиме залученню додаткових фінансових ресурсів до агросектору. Найважливішою зміною другого етапу земельної реформи є допуск юридичних осіб до купівлі земельних ділянок сільськогосподарського призначення, а також збільшено максимальний розмір землі, яку можна мати у власності, до 10 тисяч гектарів на одну юридичну або фізичну особу.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну негативно вплинуло на ринок сільськогосподарських земель в Україні. У 2023 році ринок земель почав відновлюватись. За аналітичними даними Київської школи економіки обіг земель у 2023 році зріс на 58% до 172,9 тис. га у порівнянні з 2022 роком. У 4 кв. 2023 р. кількість та площа транзакцій із сільгоспземлями була найвищою протягом 2023 року: 23,8 тис. угод сукупною площею 53,9 тис. га. [2].

Стан ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні та його привабливості як способу інвестування для юридичних осіб, особливо у контексті другого етапу земельної реформи, визначається такими особливостями:

- ринок землі поступово набирає обертів після певного спаду в обороті земель у попередні роки. Наприклад, у грудні 2023 року загальна площа обороту земель становила близько 25 000 гектарів, що вказує на відновлення ринку до довоєнних показників;

- середня вартість 1 гектара відчужених земельних ділянок станом на грудень 2023 року досягла приблизно 40 000 грн. Найвищі ціни зафіксовані в Івано-Франківській (до 2000 \$/га), Львівській (1450 \$/га) та Тернопільській областях (1400 \$/га);

- за даними до 2023 року, середньозважена ціна землі зросла на 10,4% і досягла приблизно 1064 \$/га. Це збільшення підвищило капіталізацію ринку землі на значну суму, що становить близько 1/10 від загальних доходів бюджету країни у 2023 році[3].

Через військові дії попит на землі змістився в більш безпечні регіони. Інвестори враховують фактор безпеки, зокрема, віддаленість від кордону з РФ та Білоруссю і зони активних бойових дій.

З відкриттям ринку для юридичних осіб очікується подальше зростання цін на землю. Юридичні особи, які планують розвивати тривалі інвестиційні проекти, можуть розглядати придбання землі як привабливий спосіб інвестування. Подальший розвиток ринку землі в Україні може стати ключовим фактором економічного відновлення країни та глобальної продовольчої безпеки.

Список використаних джерел

1. Закон України №552-IX від 31.03.2020 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text>
2. Київська школа економіки. Аналітичний огляд за 4 в.2023р. Земельний ринок в Україні <https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/01/Land-Market-in-Ukraine-Q423.pdf>
3. Держгеокадастр <https://land.gov.ua/>

УДК 332.54

Перович Л. М.,
д-р техн. наук, професор,
завідувач кафедри управління земельними ресурсами
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОРСЬКОГО КАДАСТРУ В УКРАЇНІ

Правова основа побудови морського кадастру України повинна спиратись на існуючу законодавчу та нормативно-правову базу держави та відповідні міжнародні правові документи.

Важливими факторами розвитку системи морського кадастру вважається виконання Конвенції ООН з морського права (UNCLOS, 1997). Конвенція визначає права та обов'язки націй щодо використання ними світових океанів і морів, встановлюючи керівні принципи для бізнесу, навколишнього середовища та управління морськими природними ресурсами. Конвенція запровадила низку положень, серед яких встановлення морських районів та їх відповідних меж,

судноплавства, транзитних режимів, виключних економічних зон, юрисдикції на континентальному шельфі, глибоководного видобутку корисних копалин, режиму захисту морського середовища, наукові дослідження та вирішення спорів. Впровадження UNCLOS вплинуло на еволюцію концепції морського кадастру.

Європейський Союз приєднався до UNCLOS 1 квітня 1998 року. Концепція інтегрованої морської політики (ІМП) Європейського Союзу стала офіційно очевидною в європейській політиці в 2006 році (ЄК, 2006). Європейська комісія представила 10 жовтня 2007 року своє бачення інтегрованої морської політики для Європейського Союзу у відомому дослідженні Блакитна книга (ЄК, 2007). Блакитна книга заклала основу для структури управління та міжгалузевих інструментів, необхідних для інтегрованої морської політики ЄС.

Відповідно до статті 58 Земельного кодексу України (ЗКУ, 2002) землі зайняті морями та прибережними захисними смугами вздовж морів належать до категорії земель водного фонду. Вздовж річок, морів і навколо озер, водосховищ та інших водойм з метою охорони поверхневих водних об'єктів від забруднення і засмічення та збереження їх водності встановлюються прибережні захисні смуги. Відомості про межі прибережних захисних смуг, пляжних зон вносяться до Державного земельного кадастру як і відомості про обмеження у використанні земель.

Іншим важливим законодавчим документом, який регламентує правовий статус земель водних об'єктів держави є **Водний кодекс України (ВКУ, 1995)**. Статтею 5 ВКУ визначено, що внутрішні морські води, територіальне море, а також акваторії морських портів відносяться до водних об'єктів загальнодержавного значення. У ВКУ визначено правила користування землями водного фонду, що практично є повторенням статей ЗКУ. Статтею 67 встановлені особливості користування водними об'єктами для потреб морського і внутрішнього водного транспорту, пляжними зонами тощо.

В Азово-Чорноморському басейні України розвідані значні запаси вуглеводнів, що обумовлює використання при розвідці та розробці цих родовищ основного законодавчого документу **Кодексу України про надра (КУН, 1994)**.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2021 р. № 1240-р схвалено **Морську природоохоронну стратегію України**. Основними цілями даної стратегії є, зокрема, запровадження моніторингу сірководневої зони Чорного моря; встановлення і винесення в натуру меж водоохоронних зон і прибережних захисних смуг морів, морських заток і лиманів та забезпечення упорядкування

прибережної захисної смуги морів; створення системи інтегрованого управління природокористуванням у межах водоохоронної зони морів, прибережній смузі морів, територіальних морських водах України; вдосконалення нормативно-правової бази для впровадження державної політики у сфері охорони та відтворення довкілля Азовського та Чорного морів.

Закон України Про виключну (морську) економічну зону України (ЗУ, 1995) визначає, що морські райони, зовні прилеглі до територіального моря України, включаючи райони навколо островів, що їй належать, становлять виключну (морську) економічну зону України. У даній зоні Україна має суверенні права щодо розвідки, розробки, управління і збереження природних ресурсів як живих, так і неживих у водах, що покривають морське дно.

Закон України Про прилеглу зону України (ЗУ, 2019) встановлює статус та визначає правовий режим прилеглої зони України, а також порядок реалізації Україною в цій зоні своїх прав як прибережної держави відповідно до Конвенції ООН з морського права. Прилегла зона України – морський пояс, який прилягає до територіального моря України, зовнішня межа якого перебуває на відстані не більше двадцяти чотирьох морських миль, відлічених від вихідних ліній, від яких відмірюється ширина територіального моря України.

Морська доктрина України визначає стратегію та основні напрями подальшого розвитку України як морської держави. Вона чітко розмежовує повноваження з питань морської діяльності органів виконавчої влади; визначає пріоритети забезпечення безпеки мореплавства; встановлює правові механізми захисту права власності українського народу на природні ресурси континентального шельфу та виключної (морської) економічної зони України; узгоджує засади державної морської політики з інтересами соціально-економічного розвитку приморських регіонів; передбачає раціональне використання туристично-рекреаційного потенціалу приморських регіонів та розроблення комплексних планів їх розвитку; регламентує розроблення комплексної програми розвитку морського наукового і науково-технічного потенціалу.

Особлива увага приділена розвитку морегосподарської діяльності у приморських регіонах. В першу чергу, це вирішення питань пов'язаних з морським просторовим плануванням та інтегрованою системою прибережного управління, пов'язаною з використанням, відновленням і охороною берегової зони Чорного та Азовського морів; створення мережі морських об'єктів природно-заповідного фонду та акваторій із регульованою господарською діяльністю та розроблення регіональних

інвестиційних карт приморських регіонів за напрямками “морська індустрія” - “рекреаційно-туристична сфера”.

В Україні існують правові, інституційні та технічні передумови створення морської кадастрової системи. Однак, на законодавчому рівні необхідно утвердити функціонування такої системи кадастру та розробити ряд підзаконних актів. В цьому аспекті, створення морської кадастрової системи дозволить надати геопросторову інформацію щодо забруднених (замінованих) територій моря і прибережних захисних смуг що в свою чергу сприятиме ефективному плануванню використання природно-ресурсного потенціалу морських та прибережних територій.

Список використаних джерел

1. Земельний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 3-4, ст. 27)
2. Водний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 24, ст. 189)
3. Кодекс України про надра (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 36, ст. 340)
4. Закон України Про виключну (морську) економічну зону України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 21, ст. 152)
5. Морська доктрина України на період до 2035 року ЗАТВЕРДЖЕНО постановою Кабінету Міністрів України від 7 жовтня 2009 р. № 1307 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 18 грудня 2018 р. № 1108)
6. Закон України Про прилеглу зону України (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 3, ст.20)
7. Морська природоохоронна стратегія України. Схвалено. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2021 р. № 1240-р
8. European Commission (2006), Green Paper on A Future Maritime Policy for the Union: a European Vision of the Oceans and Seas, COM (2006) 275. Available at http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com_2006_0275_en_part2.pdf
9. European Economic and Social Committee, (2007), Opinion of the European Economic and Social Committee on the Communication from the Commission “Towards a future Maritime Policy for the Union: A European Vision for the oceans and seas”, 2007/C168/11, Official Journal of the European Union, 20.7.2007
10. United Nations 1997, ‘United Nations Convention on the Law of the Sea’, Publication No. E97.V10, United Nations, New York

Рижок З. Р.,

канд. екон. наук, доцент, доцент
кафедри геодезії і геоінформатики

Львівський національний університет природокористування,
м. Дубляни, Україна

Ступень О. І.,

канд. екон. наук, доцент, доцент
кафедри землеустрою

Львівський національний університет природокористування,
м. Дубляни, Україна

Ступень Р. М.,

д-р екон. наук, професор, в.о. завідувача
кафедри геодезії і геоінформатики

Львівський національний університет природокористування,
м. Дубляни, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Сьогодні система землекористування в нашій країні характеризується такими тенденціями, як спад сільськогосподарського виробництва, погіршення екологічного стану навколишнього середовища, зниження ефективності використання земель та відсутність належних умов для розвитку різних форм господарювання на ній. Сучасний стан економіки в аграрному секторі свідчить про необхідність обґрунтування ефективного впливу на забезпечення сталого та збалансованого сільськогосподарського виробництва. Такий вплив дає змогу не лише досягнути узгодженого соціально-економічного розвитку землекористування в умовах трансформації, а й підвищити якість життя населення, ефективність використання виробничих ресурсів на основі науково обґрунтованих пріоритетів, що у свою чергу забезпечить позитивний розвиток продуктивних сил у сільськогосподарському виробництві.

Термін «землекористування» розуміють, як систему використання земель, що регламентується для різних категорій земельного фонду. Зазначене визначення відноситься до правових функцій, положення і норми якого встановлюються екологічним і земельним законодавством. Також його використовують для визначення території, земельного масиву, сукупності ділянок, наданих у власність, або в користування. Найчастіше це визначення застосовують для характеристики земель

конкретного власника, або користувача землі, категорій земель, розміру та площі земельної ділянки.

Землекористування – це сукупність заходів, що здійснюються у суспільстві в процесі вивчення, розподілу, використання та охорони земель, як основного національного багатства, з метою розміщення продуктивних сил, розвитку народного господарства, забезпечення сприятливих умов життєдіяльності людини.

У рамках ефективного ведення сільськогосподарського виробництва важливе місце належить сталому розвитку землекористування, що, своєю чергою, базується на впровадженні науково обґрунтованої системи збалансованості сільськогосподарського землекористування.

Згідно Закону України «Про землеустрій», стале землекористування – це використання земель, що забезпечує оптимальні параметри екологічних і соціально-економічних функцій територій. Стале землекористування щодо земель сільськогосподарського призначення спрямоване на досягнення ринкової збалансованості попиту і пропозиції на сільськогосподарську продукцію, сировину, готові товари для задоволення потреби країни в продовольстві, забезпеченні нормальної життєдіяльності населення за рахунок національного виробництва та виконання міжнародних домовленостей щодо експортних угод. Стійке землекористування має забезпечувати господарювання ринкових суб'єктів, що передбачає протистояння негативному впливу економічних, екологічних та соціальних факторів.

Відповідно до концепції сталого розвитку, основними принципами сталого землекористування є:

- гармонійне співіснування людини і природи;
- забезпечення права майбутніх поколінь на рівні можливості подальшого розвитку та забезпеченості природними ресурсами;
- здійснення заходів щодо екологізації аграрного виробництва;
- захист довкілля та відповідальність держави за погіршення екологічного стану та забруднення довкілля;
- забезпечення умов сталого розвитку та економічного зростання країни.

Удосконалення системи управління розвитку сільськогосподарського землекористування дасть можливість:

- підвищити еколого-економічну та соціальну спрямованість сільськогосподарського землекористування;
- забезпечити стабільність землекористування сільськогосподарських підприємств;

- забезпечити ефективні земельні відносини між власниками земельних часток (паїв) та сільськогосподарськими підприємствами в процесі орендних відносин;
- здійснити раціоналізацію існуючого землекористування в межах територій об'єднаних громад та створити інвестиційно-привабливе і збалансоване землекористування;
- збільшити надходження від платежів за землю в бюджети територіальних громад;
- запровадити економічний обіг земельних ділянок та прав на них власників земельних часток (паїв);
- створити умови для отримання агропідприємствами іпотечного кредиту;
- підвищити ефективність оренди землі в сільському господарстві;
- сприяти соціально-економічному розвитку територіальних громад і регіонів;
- поліпшити екологічну ситуацію в сільській місцевості; збільшити рівень інвестицій.

Пріоритетними напрямками розвитку сталого землекористування в Україні повинні стати:

- ✓ запровадження збалансованого використання земельних ресурсів суб'єктами аграрного бізнесу за умови його екологізації;
- ✓ підвищення відповідальності власників аграрного бізнесу за погіршення стану земельних ресурсів;
- ✓ освоєння перспективних еколого-безпечних технологій використання земельних ресурсів;
- ✓ поширення заходів щодо відтворення родючості ґрунтів;
- ✓ обмеження використання деградованих та малопродуктивних земель сільськогосподарського призначення;
- ✓ підвищення ефективності державного управління земельними ресурсами та посилення державного контролю за дотриманням принципів раціонального землекористування та забезпечення охорони ґрунтів;
- ✓ розробка нормативно-правової бази, що має сприяти сталому землекористуванню;
- ✓ розробка критеріїв оцінки сталості землекористування;
- ✓ дотримання норм міжнародного законодавства та застосування міжнародного досвіду щодо сталого розвитку територій.

ПЕРСПЕКТИВИ ПРОГРАМ, СПРЯМОВАНИХ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Земельні ресурси – явище багатогранне, яке необхідно розглядати з різних позицій. Найважливішим питанням є формування підходу до його управління та методологічної бази з урахуванням сучасних підходів та світового досвіду моделей управління земельними ресурсами.

Земля є основною складовою виробничого потенціалу сільськогосподарського виробничого простору, що визначає рентабельність сільськогосподарського виробництва та здійснення різного роду інновацій. З цієї причини сільгоспвиробники часто прагнуть збільшити площу господарства. На рішення такого типу впливає багато факторів, у тому числі наявність землі в конкретному місці, її якість і ціна.

Регулювання земельних відносин в конкурентному середовищі, необхідно здійснювати за допомогою програм, що спрямовані на підвищення продуктивності та цінності земельних ресурсів, створення оптимальних умов для зростання соціального, інвестиційного та виробничого потенціалу та позиціонування землі як рушійної сили економічного розвитку. Метою таких програм є заохочення сталого та ефективного використання земельних ресурсів в економічній діяльності.

Головними завданнями, які вирішуються при дотриманні сформованих програм, є:

– сприяння розвитку власності на землю в Україні, шляхом надання громадянам права приватизації земельних ділянок для різних видів використання, за винятком тих, які заборонені законодавством. Кінцева мета – забезпечити кожному громадянину належні документи на право приватної власності на землю та покращити земельні відносини. Приватизація земельних ділянок впливає економіку та сільське господарство країни, адже надаючи окремим особам і підприємствам право володіти та управляти землею, це створює для них стимули інвестувати в сільське господарство, що призводить до підвищення продуктивності та економічного зростання країни.

– покращення земельних відносин та створення економічних стимулів для відповідального використання земель несільсько-господарського призначення. Крім того, оновлення картографічних матеріалів Державного земельного кадастру України, що забезпечує достовірність, актуальність та відображення сучасного стану земельних ресурсів країни. Це особливо важливо у світі, що швидко змінюється, де право власності та використання землі часто змінюється, і де наявність точної та актуальної інформації про земельні ресурси має важливе значення для ефективного землеустрою та планування.

Процес оновлення картографічних матеріалів Державного земельного кадастру України може передбачати використання різноманітних технологій, таких як аерофотозйомка, супутникова зйомка, геоінформаційні системи (ГІС). Ці технології можна використовувати для створення детальних і точних карт та інших графічних зображень власності та використання землі, а також для підтримки точності інформації з часом.

Загалом оновлення картографічних матеріалів Державного земельного кадастру України є важливим аспектом ведення точної та актуальної бази даних про право власності та користування землею в країні, а також має важливе значення для ефективного землеустрою, планування та прийняття рішень.

– розвиток ринку землі: на стан ринку землі в Україні під час війни вплинула низка факторів, у тому числі триваючий конфлікт, економічна нестабільність та відсутність чіткої державної політики. Конфлікт на сході України порушив нормальну бізнес-операцію та створив нестабільну обстановку, що ускладнює доступ потенційних інвесторів на ринок. У той же час українська економіка переживає труднощі з високою інфляцією, девальвацією національної валюти та обмеженим доступом до іноземних інвестицій та фінансування. Ці економічні виклики ускладнили уряду встановлення чіткої та стабільної політики щодо ринку землі, що обмежило його розвиток.

Однак, незважаючи на ці виклики, відбулися деякі позитивні зрушення. Наприклад, спостерігається зростання попиту на сільськогосподарську землю, оскільки країна прагне збільшити своє самозабезпечення виробництвом продуктів харчування. Крім того, уряд вжив заходів для модернізації ринку землі, включаючи створення нової системи земельного кадастру та запровадження нових правил для операцій із землею. Це й організація конкурсів та аукціонів з продажу земельних ділянок, та з продажу права оренди земельних ділянок, а також розроблення проєктів землеустрою щодо відведення земельних ділянок в оренду на земельних торгах. Програма передбачає роботу з

інформування громадськості про функціонування ринку землі через засоби масової інформації та інформування громадян про їхні права та обов'язки, а також порядок захисту прав на землю, вона спрямована на вдосконалення моніторингу земель, ведення державного земельного кадастру та оцінки земель. Ці зусилля можуть допомогти підвищити прозорість та ефективність ринку землі та закласти основу для майбутнього зростання та розвитку.

– підтримування актуального стану нормативної грошової оцінки (далі - НГО) земель населених пунктів є основним джерелом забезпечення сталих бюджетних надходжень від плати за землю. В Україні запроваджено нову систему монетизації землекористування, згідно з якою громадяни тепер зобов'язані сплачувати пільги на користування землею шляхом сплати земельного податку або орендної плати. Сума належності розраховується за даними державного земельного кадастру з урахуванням грошова оцінки землі, яка використовується не лише для визначення земельного податку, а й для розрахунку втрат у сільськогосподарському та лісгосподарському виробництві, а також для сприяння раціональному та сталому використанню та охороні земель.

З 10 листопада 2021 року набула чинності нова уніфікована Методика нормативної грошової оцінки земельних ділянок, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 03.11.2021 р. № 1147 [1]. Методика встановлює методологічні засади проведення нормативної грошової оцінки земельних ділянок усіх категорій незалежно від їх місця розташування (в межах населеного пункту, або поза ними).

Нова методика пропонує:

1. При визначенні НГО земель використовувати в якості базового показника «норматив капіталізованого рентного доходу», це означає, що норматив капіталізованого рентного доходу буде однаковим для населених пунктів та територій відповідних громад, які віднесено до однієї групи населених пунктів в залежності від порогових показників населення;

2. Об'єктом оцінки визнаються земельні ділянки усіх категорій та форм власності в межах території територіальної громади або її частини. За такого підходу відсутня потреба у складанні технічної документації з НГО окремо для земель населених пунктів;

3. Скасування можливості застосування підвищеного коефіцієнту при визначенні НГО земельної ділянки, відомості щодо якої відсутні відомості в Держгеокадастрі;

4. Запровадження нової методики не потребує обов'язкового затвердження нової НГО земель на тих територіях, де таку оцінку було проведено. Періодичність проведення НГО земель встановлена законом «Про оцінку земель» та проводиться не рідше одного разу на 5-10 років, в залежності від місця розташування земельної ділянки та її цільового призначення. За даними Держгеокадастру, станом на 1.07.2021 в Україні є 29 721 населений пункт, з яких 15 497 потребують оновлення НГО земель.

Програма реалізується шляхом розробки, прийняття і впровадження проєктів землеустрою, що забезпечує реалізацію державної політики щодо використання та охорони земель, здійснення земельної реформи, вдосконалення земельних відносин, наукове обґрунтування розподілу земель за цільовим призначенням з урахуванням державних, громадських та приватних інтересів, формування раціональної системи землеволодіння і землекористування.

Поетапна реалізація комплексної програми, яка включає комплекс організаційних, еколого-економічних, соціально-правових та інших заходів щодо вирішення проблем деградації земель, підвищення ефективності та товарності використання земель. Дотримання планів розвитку сприяє розвитку справедливим земельним відносинам, що в свою чергу передуватиме отриманню стабільних доходів власників і землекористувачів, а також держави в цілому, а також обґрунтування витрат на проведення грошової оцінки.

Раціональне формування території країни сприятиме організації адміністративно-територіального устрою, вирішенню питань соціального захисту населення, розвитку, раціональне землекористування, справедливе оподаткування, контроль за використанням та охороною земель. Програма також спрямована на покращення відносин з бюджетом щодо земельних ділянок стимулювати більш відповідальний та економний підхід до землекористування серед власників земельних ділянок. Крім того, продаж земельних ділянок та одноразовий дохід від такого продажу сприятиме прискоренню економічного зростання міської ради та збільшенню надходжень до міського бюджету.

Реалізація програм створить передумови для вдосконалення державного реєстру земель, забезпечення захисту прав власності на землю, забезпечення доступності земельно-кадастрової інформації для державних органів та органів місцевого самоврядування, усіх суб'єктів земельної діяльності.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Методики нормативної грошової оцінки земельних ділянок: Постанова Кабінету Міністрів від 06.07.2022р. № 1147-2021-п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.04.2024).

УДК 332.6(100-87:477)

Фесенко К. М.,
оцінювач, товариство з обмеженою відповідальністю
«Консалтингова група Аналітик-капітал», м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ НЕРУХОМОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах повномасштабного вторгнення росії на території України знищено дуже багато об'єктів житлового фонду, інфраструктурних та адміністративних споруд, будівель місцевої влади тощо. Тому оцінка майна вийшла на дещо нові засади.

Вивчення проблем оцінки нерухомості займалось досить велика кількість авторів, їх праці широко апробовані на науковій ниві. Зокрема, Гненний О.М. [1, с. 85] вивчає основні факторні чинники, які слід включати до моделей на ринку нерухомості, а також способи їх кількісного оцінювання. Красневич О.А. та Павлов К.В. [2, с. 65] аналізують ринок житлової нерухомості, аналізують структуру ринку, яка охоплює депозитний ринок, ринок оренди та продажу, виділяють такі форми субринків як ринок користувачів, ринок фінансових активів, ринок девелоперської діяльності та ринок землі. Богінська Л.О. [3, с. 108] досліджує взаємовідносини, що формуються на ринку нерухомості, вивчає особливості проведення оцінних операцій.

Їх дослідження викликають значний науковий і практичний інтерес, є у певній мірі підґрунтям для подальших розвідок у даному напрямку.

Проте вимоги сьогодення вимагають постійного перегляду існуючих підходів у сфері землекористування, щоб були спрямовані на формування нових його ідеологічних перспектив здійснення оцінки нерухомості.

Метою нашого дослідження є аналіз основних положень щодо здійснення оцінки нерухомості в умовах воєнного стану.

Нині оцінка майна та нерухомості потрібна не лише для визначення вартості майна, а й для можливого відшкодування збитків, що наразі зумовлено військовою агресією з боку держави-терориста.

Крім того, дані щодо оцінки майна потрібні для врахування дії таких факторів як розташування, сучасний стан, тенденції на ринку нерухомості в цілому, наявна економічна та політична ситуація. Вразило й те, що нині масштаби руйнувань української нерухомості перевищують обсяги нового житла, введеного в експлуатацію за останні сім років [4].

В Україні оціночна діяльність регламентована Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні», діють такі нормативно-правові акти з оцінки майна як Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна», Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів».

Також в нашій країні діє розроблена Всеукраїнською асоціацією фахівців з оцінки Концепція розвитку оціночної діяльності на 2016-2025 роки, в якій узагальнено положення щодо оцінки, визначено її вектори розвитку на майбутнє.

Аналіз законодавства дозволяє зробити висновок, що на території України закріплено такі методичні підходи до оцінки як дохідний (прибутковий), витратний (майновий), порівняльний (ринковий). Їм усім притаманні специфічні методи та інструменти, які мають свої переваги та недоліки. Також ці підходи застосовує у практиці Американська громада оцінщиків (ASA).

Постанова Кабінету Міністрів України № 480 [5], прийнята 19 квітня 2024 року, відновила доступ до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, крім того, встановлені окремі норми та правила щодо вчинення реєстраційних дій. Зокрема, відновлено реєстрацію прав власності, права користування (оренди) на об'єкти нерухомості, реєстрацію обмежень та обтяжень. Хоча варто зазначити, що все це діє лише до тих об'єктів, які розташовані в регіонах, що є активних від бойових дій та не перебувають в окупації. Але даною Постановою встановлено деякі обмеження щодо вчинення реєстраційних дій: зокрема заборонена державна реєстрація права власності (довірчої власності) щодо відчуження нерухомого майна, про встановлення довірчої власності не нерухоме майно, що укладені від імені відчужувача на підставі довіреності. Це особливо стосується, передусім, вимушено переселених осіб, військовослужбовців, що служать у ЗСУ, а також осіб, що перебувають за кордоном.

Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» зі змінами від 12 травня 2022 року № 2247-IX, зокрема частиною другою статті 8 Закону передбачено, що «у разі неможливості залучити до оцінки майна суб'єктів оціночної діяльності – суб'єктів господарювання така оцінка проводиться суб'єктами оціночної діяльності – органами державної влади або органами місцевого самоврядування за погодженням із власником майна. У разі відмови або відсутності власника майна зазначені органи мають право проводити таку оцінку самостійно».

Доцільним на сьогодні є всебічна підтримка підприємницьких процесів, пов'язаних з поточним обслуговуванням, можливим ремонтом, налагодженням інфраструктурних об'єктів, щоб забезпечувало злагожене ведення бізнесових процесів, а також дозволило б підвищити рентабельність виробництва.

Не менш важливим підходом є здійснення постійного моніторингу та аналізу ситуації на ринку нерухомості, щоб сприяло в певній мірі оптимізації процесів, які пов'язані із оптимізацією витрат на техніко-інженерні системи.

Потребує необхідності ухваленні і певної концепції управління інфраструктурою, яка б включала в себе повний життєвий цикл здійснення виробничих процесів у інфраструктурної компанії, управління проектами всередині господарства, заключення договорів на можливу експлуатацію обладнання, ведення орендних операцій тощо.

Зазначені позиції українського законодавства щодо оцінка майна та реєстрації прав на нього у воєнний період вимагають розробки цілісних правових інструментів, створення дієвих механізмів захисту від неправомірних збитків, відшкодування збитків та виплату за порушене внаслідок бойових дій право власності, злагоженої роботи державних інституцій.

Проаналізовано українське законодавство з питань оцінки нерухомості. Висвітлені його особливості у воєнний період. Встановлено, що правові обмеження щодо здійснення операцій з нерухомістю сприятимуть поступовому відновленню та функціонуванню ринку нерухомості під час воєнного стану.

Список використаних джерел

1. Гненний О.М. Оцінка нерухомості на базі регресійних моделей. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. № 1. С. 84-89. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2012_1/084-089.pdf (дата звернення: 16.04.2024).

2. Красевич О.А., Павлов К.В., Ющак А.Н. Теоретичні аспекти дослідження ринку житлової нерухомості України під час воєнної

економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-34> (дата звернення: 16.04.2024).

3. Богінська Л.О. Удосконалення процесу оцінки нерухомості як необхідна умова розвитку ринку нерухомості. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Будівництво*. 2015. Вип. 10. С. 107-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_bud_2015_10_17 (дата звернення: 16.04.2024).

4. Федірко А., Хома Р., Резніченко Д. Будівництво скоротилося, попит обвалився, але ціни не падають. Дослідження ринку нерухомості під час війни від Ernst&Young. URL: <https://forbes.ua/money/budivnistva-ne-zapuskayutsya-popitu-nemae-ale-tsini-ne-padayut-doslidzhennya-rinku-nerukhomosti-pid-chas-viyni-vid-ernst-amp-young-13032023-12337> (дата звернення: 16.04.2024).

5. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо діяльності нотаріусів та функціонування єдиних та державних реєстраторів, держателем яких є Міністерство юстиції, в умовах воєнного стану. Постанова Кабінету Міністрів України № 480 від 19 квітня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/480-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.04.2024).

УДК 528.88:502:35

Чорний С. Г.,

д-р с.-г. наук, професор, професор
кафедри управління земельними ресурсами
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОЦІНКА СТАНУ ЛІСОСМУГ В ЗОНІ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ДИСТАНЦІЙНИМИ МЕТОДАМИ

Вітрова ерозія є одним із головних процесів деградації ґрунтів в Степу України. Вона спричиняється сильними, турбулентними вітрами, які постійно дують в одному напрямку над незахищеною поверхнею ґрунту. Найбільш небезпечним для ґрунтової родючості є екстремальний варіант прояву вітрової ерозії – пилові (або «чорні») бурі, коли дефляцією охоплюються значні площі у сотні квадратних кілометрів.

В степовій зоні України ґрунтозахисна практика найчастіше була реалізована шляхом широкого застосування полезахисних лісових смуг, штучних насаджень лінійного типу, які захищають поверхню

грунту від вітрової ерозії на відстань, яка дорівнює 10 – 12 (або більше) висотам смуги [4]. Окрім протиерозійної функції в зоні дії лісосмуг реалізуються різнобічні екологічні послуги – регулювальні (позитивний вплив на клімат та мікроклімат, накопичення поживних речовин у ґрунті, продукування кисню та депонування вуглецю), біотопічні (збереження біологічного та генетичного різноманіття), виробничі (підвищення врожайності сільськогосподарських культур), інформаційні (формування естетично привабливого ландшафту, використання насаджень для рекреації тощо) [1, 8].

Військові дії в практично безлісій степовій зоні України досить серйозно змінили мережу лісосмуг. Саме в лісосмугах будуються лінії оборони з траншеями, бліндажами, тунелями, для облаштування яких використовується деревина лісосмуг. Лінії оборони в лісосмугах, зрозуміло, піддаються найбільш інтенсивному артилерійському та ракетному вогню та є об'єктом штурмових дій, що приводить до різного ступеня деградації цих насаджень. Тотальне знищення лісосмуг в зоні військових дій (Миколаївська, Херсонська, Запорізька, Донецька та Харківська області) попадає в перелік таких важких екологічних злочинів російських агресорів, як підпали та знищення лісів у Поліссі, на Кінбурнському півострові, затоплення пониззя річки Дніпро в результаті підриву греблі Каховської ГЕС, знищення раритетних угруповань рослинності в заповідниках тощо [5, 7].

Взявши до уваги викладену вище велику роль лісосмуг в захисті ґрунтів від вітрової ерозії та непересічний перелік екологічних послуг в степових агроландшафтах, є необхідність оцінити сучасний стан мереж лісосмуг в зонах бойових дій. Але прямих спостережень в зоні бойових дій зараз зробити неможливо, то необхідно застосовувати дистанційні методи. Технологія дистанційного зондування є найціннішою у важкодоступних та(або) небезпечних зонах конфлікту, де польові спостереження точкові або взагалі відсутні [9].

Для кількісного і якісного аналізу змін рослинності, у тому числі і лісової, за допомогою дистанційних методів використовують так звані індекси рослинності, які засновані на спектральних характеристиках рослин [3]. Один з найбільш широко застосовуваних вегетаційних індексів є нормалізований різницевий вегетаційний індекс (NDVI), який розраховується на основі видимого червоного та ближнього інфрачервоного діапазону

$$NDVI = \frac{NIR-RED}{NIR+RED}, \quad (1)$$

де NIR – кількісне значення відбиття в інфрачервоній частині спектра (760 – 900 нм), Red – кількісне значення відбиття в червоній частині спектра (630 – 690 нм). NDVI дає найточніші результати

щільності рослинного покриву, ступеню його «зеленості» в період найбільш активного розвитку вегетації певного рослинного угруповання.

Дуже інформативними щодо стану рослинності є не разові визначення NDVI, а аналіз багаторічної динаміки значень NDVI. Якщо зміни, які фіксуються впродовж сезону найчастіше вказують на фенологічні процеси, то багаторічні динаміки NDVI, показують на збурення, що пов'язані або зі зміною клімату або з катастрофічними подіями, такими як пожежі, повені, екстремальними метеорологічними явищами (посуха, сильний вітер), або з атаками на рослинність шкідників та хвороб [6].

В дистанційних дослідженнях оцінки ступеня деградації лісосмуг під впливом військової діяльності використовувалися зображення Sentinel-2 різних термінів знімання з використанням браузеру EO Sentinel Hub (<https://www.sentinel-hub.com>), який є вебплатформою для хмарної обробки даних дистанційного зондування. Границі та площі лісосмуг, координати центра ділянок визначався за допомогою ресурсу Google Earth.

За допомогою EO Sentinel Hub ми провели кількісне визначення для кожної лісосмуги середньої величини NDVI, яка розраховується за формулою (1) у 2023 році та у довоєнному 2021 році. До аналізу були відібрані ті супутникові зображення з 15.05 по 31.07 кожного року, які мали хмарність меншу ніж 10 % від загальної площі та атмосферну корекцію. Кількість вимірювань NDVI за цей період кожного року коливалася в межах 6 – 21 разів. Щорічні терміни визначення NDVI з 15 травня по 31 липня були визначені з наступних міркувань. Індекс NDVI є кількісним показником щільності фотосинтетичної активної біомаси, показником його «зеленості», а якщо лісосмуга складається з листяних порід дерев та чагарників, то максимальна полезахисна та екологічна функція лісосмуг повністю почне реалізуватися за максимальної щільності фотосинтетично активної біомаси, яка буде спостерігатися з моменту повного розпускання листя до початку цвітіння та утворення плодів. Аналіз літературних джерел показав, що для головних дерев лісосмуг (дуб, робінія) цей період приблизно припадає на терміни з середини травня до кінця липня.

Класифікація значень NDVI, отриманих за допомогою Sentinel-2, в контексті визначення ступеня щільності рослинних покривів була проведена у сусідньої з театром військових дій Дніпропетровської області України [2]. Вона визначає значення NDVI в 0,21 – 0,40 як «трав'янисту рослинність», 0,41 – 0,60 «розріджену рослинність», 0,61 – 0,70 це «густа рослинність», а 0,70 – 0,80 це «дуже густа рослинність».

Були виділені дві дослідні ділянки безпосередньо на фронті в Донецькій області, в районі міста Вугледар та селища Невельське.

Що стосується дослідної ділянки «Вугледар», то практично по всіх взятих до аналізу лісосмугам значення нормалізованого різницевого вегетаційного індексу у 2023 році був меншим ніж у 2021. Середня різниця складає 0,06, але в деяких випадках така різниця доходить до 0,22. Аналіз карт бойових дій показали, що головні військові дії в цих лісосмугах почалися в травні 2022 році і продовжувалися до початку 2023 року, але найбільш жорстокі бої в районі цих лісових насаджень відбулися в березні-квітні 2023 року. У більшості випадків (17 лісосмуг та їх фрагментів дослідної ділянки «Вугледар») значення NDVI у 2023 році знаходиться в діапазоні 0,70 – 0,80 і це «дуже густа рослинність». В трьох випадках середнє значення NDVI 2023 року знизилось до 0,62 – 0,66, тобто до стану «густа рослинність» і є один випадок, коли NDVI дорівнювала величині в 0,54, тобто за класифікацією [2] це «розріджена рослинність». Тобто, не зважаючи на суттєве зниження середнього параметра NDVI в умовах військових дій, згідно з приведеною вище класифікацією, лісосмуги не втратили багато щільності рослинного покриву. Але головними складовими цієї щільності стали не основні породи дерев лісосмуг (дуб та робінія), а їх залишки та (або) другорядні низькорослі породи (яблуня, клен, терен степовий тощо), чагарники та трав'яний покрив.

Що стосується дослідної ділянки «Нікольське», то згідно ресурсу «Deepstate» (<https://deepstatemap.live>) бої в цьому районі почалися в кінці серпня 2022 року. До березня 2023 року лінія фронту рухалася безпосередньо до селища і стабілізувалася 15 травня. Аналіз середніх значень NDVI, визначених в період з 15 травня по 31 серпня 2021 та 2023 року показав, що, як і на дослідній ділянці «Вугледар», спостерігається зниження величини цього параметра в 2023 році у 26 випадках з 30. Причому у 8 випадках таке зниження, згідно з критерієм Стьюдента, було істотним. При цьому в 2023 році величини NDVI від 0,7 до 0,8 («дуже густа рослинність» згідно [2]) спостерігалось в 17 випадках з 30 вимірювань, 0,6 – 0,7 («густа рослинність») спостерігалось в 9 випадках, 0,5 – 0,6 («розріджена рослинність») у двох випадках.

Як і у прикладі, що розглядався вище (дослідна ділянка «Вугледар»), зниження величини NDVI для поверхонь з лісосмугами у 2023 році у порівнянні з 2021 роком повністю не відображає тотальне знищення лісосмуг в зоні бойових дій, тому що «зеленість» площ, які займали у 2021 році лісосмуги в якійсь мірі підтримується залишками основних та другорядних дерев, а також чагарниками та трав'яним покривом.

Дослідження лісосмуг в зоні бойових дій за допомогою супутникових зображень Sentinel-2 та браузера EO Sentinel Hub показали, що показник NDVI в довоєнному 2021 році та був помітно більшим ніж 2023 році. Ця різниця коливається в межах 0,06 – 0,22. Це опосередковано показує на деградацію лісосмуг в результаті військової діяльності. Водночас, лісосмуги, скоріш за все, повністю не втратили рослинний покрив, ще присутні залишки дерев, чагарники та трав'яний покрив.

Список використаних джерел

1. Петрович О. З. Полезахисні лісосмуги в контексті впровадження концепції екосистемних послуг. Екосистеми, их оптимизация и охрана. 2014, 11. С. 42-49.
2. Омелич І. Ю., Яременко А. А., Непошивайленко Н. О., Горай І. В. Визначення тенденцій розвитку рослинного покриву на підставі розрахунку нормалізованого вегетаційного індексу на прикладі Петриківського району Дніпропетровської області. Український журнал дистанційного зондування Землі. 2019, 23. С. 9-13.
3. Чорний С. Г. Оцінювання стану лісосмуг Донецької області в зоні бойових дій зв допомогою супутникових зображень Sentinel-2. Науковий вісник ХДУ. Серія «Географічні науки». 2023, 19. С. 64-72.
4. Чорний С. Г. Кількісна оцінка вітрової ерозії ґрунту: можливості WEQ. Агрохімія та ґрунтознавство. 2018. Вип. 87. С. 23-28.
5. Fedenko V.S. (2023). Transformation of vegetation under the conditions of the impact of military actions on the natural environment in Ukraine: A review. Ecology and Noospherology, 34(2), 101 – 107.
6. Lasaponara R., Abate N., Fattore C., Aromando A., Cardettini G., Di Fonzo M. On the use of Sentinel-2 NDVI time series and Google Earth Engine to detect land-use/land-cover changes in fire-affected areas. Remote Sens. 2022. 14. 4723.
7. Shevchuk S., Vyshnevskiy V., Bilous O. The use of remote sensing data that is studying the environmental consequences of the Russian invasion of Ukraine. Research Square, 2022. Pp. 1 – 19.
8. Weninger T., Scheper S., Lackóov L, Kitzler B, Gartner K., King N W, Cornelis W., Strauss P., Michel K. Ecosystem services of tree windbreaks in rural landscapes – a systematic review. Environmental Research Letter. 2021, 16. 103002.
9. Witmer F.D.W. Remote sensing of violent conflict: eyes from above. International Journal of Remote Sensing, 2015, 36:9, pp. 2326 – 2352.

ОРІЄНТИРИ ВЕДЕННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ, ЯКІ СПРИЯТИМУТЬ ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні військова агресія росії шкоди загальному економічному розвитку, порушила процеси економічної стабілізації та призвела до скорочення виробництва продуктів харчування, а в деяких випадках і до взагалі неможливості збирання врожаю.

Тож сьогодні вкрай потрібно конкретизувати те, що, на нашу думку, потрібно зробити для відновлення землекористування.

На нашу думку, головними ключовими цілями, спрямованими на відновлення реального економічного простору торгівлі на місцях після війни, є:

- розвиток вітчизняної науки та її інтеграція у світовий економічний простір;
- відновлення економічної діяльності та поступове розширення виробничого потенціалу товарів і послуг для населення;
- реконструкція зруйнованого та пошкодженого майна та об'єктів інфраструктури;
- повернення внутрішньо переміщених осіб в Україну та участь у відбудові української економіки;
- підтримка з боку країн ЄС та міжнародних інституцій, що сприятиме розвитку виробничих ланцюжків, спрямованих на диверсифікацію виробництва;
- реконструкція території на засадах сталого розвитку та з урахуванням Європейського Зеленого курсу, дотримання балансу між інтересами громадськості, бізнесу та довкілля;
- модернізація економіки, чисте промислове виробництво, перехід до стабільних методів ведення сільського господарства з урахуванням досвіду європейських країн;
- розробка стратегій і планів післявоєнної територіальної реконструкції з широкою участю громадськості.

В умовах розвитку нашої держави досвід європейських країн є цінним науково-практичним матеріалом для визначення цільових параметрів відновлення української економічної політики, всієї системи землекористування і в певному сенсі. Ключове місце для відновлення

економіки. За сучасних умов розвитку суспільства у сфері сільськогосподарського виробництва необхідно створювати умови для виробництва високоякісної продукції та формувати якісне середовище проживання на селі.

На сьогоднішній день в українському агропромисловому комплексі суттєво знизилася платоспроможність виробників сільськогосподарської продукції, а також зменшилися їхні оборотні кошти [1, с 7].

В аграрному секторі економіки прибутковими є лише невелика частка сільськогосподарських підприємств [2, С. 135]. Фінансові труднощі на селі призвели до призупинення інвестиційного процесу, руйнування матеріально-технічного потенціалу сільського господарства, уповільнення темпів оновлення машинно-технологічних парків, загалом погіршилась забезпеченість сільськогосподарського виробництва технікою та інженерними кадрами.

Сьогодні сільське господарство, як галузь із повільним оборотом капіталу, потребує вдосконалення кредитної та податкової політики для створення умов для його нормального функціонування. У реаліях сьогодні за цих умов для припинення кризової ситуації, в якій зараз перебуває українське сільське господарство, необхідно обґрунтувати реалізацію стратегічного напрямку земельної політики, зупинити спад і забезпечити зростання виробництва, відновити внутрішню і зовнішній продовольчий ринок, здійснювати соціальний розвиток на селі Економічні перетворення.

Важливо, щоб впровадження земельної реформи було комплексним, щоб діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування була скоординована для позитивних змін в аграрному секторі економіки. Це сприяє підвищенню рівня організації матеріально-технічного постачання сільськогосподарських товаро-виробників, забезпеченню короткострокового та довгострокового кредитування сільського виробництва.

У плані землекористування доцільно вдосконалити систему землеустрою на основі регіонального планування землекористування. Враховуючи існуючі екологічні проблеми у використанні земельних ресурсів та їх важливість для всього суспільства, необхідно ввести певні соціальні, економічні та екологічні обмеження у використанні земель.

Важливим напрямком розвитку агропромислових комплексів є реалізація інтеграції виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції з метою підвищення ефективності виробництва та узгодження інтересів товаровиробників і переробників. Розвиток кооперації між сільськогосподарськими виробниками в різних

галузях сприятиме збільшенню виробництва та ефективності аграрного сектора.

З метою підвищення коефіцієнта використання земель запасу та нерозподілених земель запасу необхідно провести перерозподіл. Рекомендується продовжити роботу зі створення науково-методологічної та нормативно-правової бази міждисциплінарних систем землеустрою, земельного кадастру, реєстрації земель, моніторингу та контролю використання та охорони земель. З огляду на набрання чинності Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення» [3], особливу увагу необхідно приділити створенню ефективної інфраструктури передачі земель сільськогосподарського призначення.

Тому важливими заходами, які можуть сприяти стабілізації сучасної економічної ситуації в сільському господарстві, є: відновлення внутрішнього та зовнішнього продовольчих ринків; здійснення позитивних соціально-економічних змін на селі; покращення організації матеріально-технічного постачання сільськогосподарських товаровиробників; довгострокова кредит; пристосування посівних площ до кон'юнктури ринку; створення умов для збільшення виробництва сільськогосподарської продукції; впровадження системи заходів щодо охорони земель та підвищення родючості ґрунтів із застосуванням систем захисту ґрунтів сільськогосподарського призначення, ресурсозберігаючих та екологічно безпечних прийомів землеробства; системи землеустрою на основі територіального землеустрою, впровадження інтегрованих процесів виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, кооперація сільськогосподарських товаровиробників, створення ефективної інфраструктури обігу земель сільськогосподарського призначення.

Дотримання конкретних перспектив забезпечить економічну та екологічну ефективність землеустрою в конкретних сферах землекористування, сприятиме раціональному використанню земельно-ресурсного потенціалу, а також дозволить сформулювати економіку землеустрою.

Список використаних джерел

1. Ємельянов О. Ю. Оцінювання впливу ефективності використання обігових коштів на фінансовий стан підприємств агропромислового комплексу. *Агросвіт*. 2021. № 21-22. С. 3–9. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/21-22_2021/2.pdf (дата звернення: 17.04.2024)

2. Булкін С. С. Сучасний стан та перспективи діяльності сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2020. № 9. С. 131–136. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/9_2020/20.pdf (дата звернення: 17.04.2024)

3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» № 552-IX. Відомості Верховної Ради України. 2020. № 20. Ст. 142. UR: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text> (дата звернення: 17.04.2024).

ЗМІСТ

Секція ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ПІДСЕКЦІЯ: Обліково-фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання

| | |
|---|----|
| <i>Белінська С. М., Брикульський В. В.</i> Формування собівартості продукції в системі управління підприємством..... | 3 |
| <i>Белінська С. М., Зубенко В. М.</i> Методичні аспекти обліку витрат ІТ-послуг..... | 6 |
| <i>Белінська С. М., Кишенько С. В.</i> Неоднорідність на неврегульованість підходів до обліку та оподаткування індивідуальної адвокатської діяльності | 9 |
| <i>Васильєв А. А., Жело К. В.</i> Масштабування Medtech підприємства в умовах зовнішньої агресії | 12 |
| <i>Белінська С. М., Колеватов А. С.</i> Економічна сутність фінансового результату підприємства | 14 |
| <i>Васильєв А. А., Жигун В. М.</i> Вплив інформаційних технологій на розвиток рекламної діяльності | 18 |
| <i>Васильєв А. А., Черепіна А. О.</i> Підвищення ефективності планування на підприємстві кондитерської галузі | 23 |
| <i>Великий Ю. В.</i> Мотивація персоналу машинобудівного підприємства України | 26 |
| <i>Ганчева О. В., Колеватова А. В.</i> Управління збутовою діяльністю підприємства | 31 |
| <i>Dranus V., Prokopyshyn O.</i> Key trends in the European insurance industry..... | 36 |
| <i>Колеватова А. В.</i> Облікова політика—основа побудови бухгалтерського обліку на підприємстві | 41 |
| <i>Моргун К. В., Ужва А. М.</i> Розвиток цифровізації та її вплив на управління підприємством..... | 44 |

| | |
|---|----|
| <i>Полоз Д. В., Ужва А. М.</i> Особливості бухгалтерського обліку товарів в системі управління підприємств торгівлі | 47 |
| <i>Руденко Н. О.</i> Методи оцінки результатів економічних досліджень .. | 50 |
| <i>Ужва А. М.</i> Контролінг в системі управління підприємством | 55 |
| <i>Черненко К. П.</i> The impact of digital transformation on the economic recovery of Ukraine | 60 |

ПІДСЕКЦІЯ: Розвиток бізнес-середовища в умовах невизначеності

| | |
|---|-----|
| <i>Безсльозна В. Ю., Лункіна Т. І.</i> Особливості кадрового забезпечення діяльності підприємства | 62 |
| <i>Білик Р. Р., Лункіна Т. І.</i> Управління маркетинговою діяльністю підприємства | 67 |
| <i>Борейко А. В., Лункіна Т. І., Новицька А. К.</i> Управління персоналом на підприємстві | 71 |
| <i>Бурлаченко І. А., Лункіна Т. І., Павловський О. Р.</i> Менеджмент підприємства у кризових ситуаціях | 75 |
| <i>Вакер Ю. А., Нетудихата К. Л.</i> Теоретичні аспекти дослідження системи управління підприємством | 78 |
| <i>Верланов Ю. Ю.</i> Вдосконалення якості магістерських програм як джерело соціально-економічного розвитку..... | 84 |
| <i>Гусаков Ю. В., Євчук Л. А.</i> Проблематика функціонування економічних зон спеціального призначення в Україні | 88 |
| <i>Дранус В. В., Зубач К. А.</i> Фактори впливу на продуктивність праці..... | 92 |
| <i>Дранус Л. С., Кравченко В. В.</i> Управління маркетинговою діяльністю підприємства..... | 94 |
| <i>Дранус Л. С., Кухарук К. С.</i> Управління персоналом підприємства ... | 96 |
| <i>Дранус Л. С., Трушкіна Н. В.</i> Менеджмент маркетингу як інструмент покращення ефективності підприємницької діяльності..... | 100 |
| <i>Євчук Л. А.</i> Конкурентоспроможність і стійкість підприємства та фактори їх формування | 102 |
| <i>Ільницький Д. І., Черненко К. П.</i> Ризиковий профіль газотранспортної системи України | 106 |

| | |
|---|-----|
| <i>Зінченко Є. С., Лункіна Т. І., Юнес Є. Ф.</i> Штучне м'ясо: сучасні тенденції | 111 |
| <i>Ishchenko N.</i> Strategic management of the port industry of Ukraine | 115 |
| <i>Кісіляк Я. В., Нетудихата К. Л.</i> Створення бренду як елемент маркетингової діяльності | 118 |
| <i>Ковальов М. Д., Нетудихата К. Л.</i> Застосування штучного інтелекту в системі управління персоналом організацій | 123 |
| <i>Лункіна Т. І.</i> Дизайн-мислення як сучасний інструмент розвитку в освітньому процесі | 127 |
| <i>Лункіна Т. І., Наконечна К. В.</i> Управління змінами на підприємстві | 131 |
| <i>Матвієнко К. О., Нетудихата К. Л.</i> Сучасний стан діяльності благодійних фондів в Україні | 136 |
| <i>Нетудихата К. Л., Рудакова Д. О.</i> Використання цифрової платформи в управлінні інноваційною діяльністю підприємства | 140 |
| <i>Нетудихата К. Л., Соболева Є. А.</i> Управління конкурентоспроможністю підприємства торговельної галузі | 144 |
| <i>Палехова В. А.</i> Загальносвітові темпи інфляції: чи є підстави для зміни тренду? | 150 |
| <i>Прядко І. В.</i> Моніторинг інноваційної діяльності в регіоні | 153 |

ПІДСЕКЦІЯ: Геодезія, землеустрій, кадастр: сучасні тенденції розвитку

| | |
|--|-----|
| <i>Борисевич К. Ю.</i> Тенденції розвитку землекористування в українському просторі | 155 |
| <i>Горгоц А. О.</i> Особливості закордонного досвіду ведення земельного кадастру та перспективи його впровадження в українських реаліях .. | 158 |
| <i>Коваль В. А.</i> Аналіз природно-заповідного фонду як основи збереження природи України | 161 |
| <i>Лазарева О. В.</i> Ведення землевпорядного виробництва в умовах сьогодення | 164 |

| | |
|---|-----|
| <i>Мась А. Ю.</i> Командна робота студентів під час навчання із залученням фахів землевпорядного профілю | 167 |
| <i>Перович І. Л.</i> До питання оцінки аналогів нерухомості | 170 |
| <i>Перович Л. Л., Лешко І. М.</i> Інвестування в економіку України під час війни | 172 |
| <i>Перович Л. Л., Чернокоза Ю. Б.</i> Розвиток ринку землі в реаліях сьогодення в Україні | 174 |
| <i>Перович Л. М.</i> Правові засади функціонування морського кадастру в Україні | 176 |
| <i>Рижок З. Р., Ступень О. І., Ступень Р. М.</i> Теоретичні засади системи сталого розвитку сільськогосподарського землекористування..... | 180 |
| <i>Стерлев Д. В.</i> Перспективи програм, спрямованих на забезпечення сталого землекористування | 183 |
| <i>Фесенко К. М.</i> Особливості оцінки нерухомості в умовах воєнного стану | 187 |
| <i>Чорний С. Г.</i> Оцінка стану лісосмуг в зоні віськових дій дистанційними меодами | 190 |
| <i>Юзва В. В.</i> Орієнтири ведення землекористування,які сприятимуть післявоєнній відбудові економіки | 195 |

ДЛЯ НОТАТОК

Редактор *О. Михайлова*. Комп'ютерна верстка *К. Гросу-Грабарчук*
Друк *С. Волинець*. Фальцювально-палітурні роботи *О. Мішалкіна*

Підп. до друку 04.06.2024.
Формат 60x84^{1/16}. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Ум. друк. арк. 11,2. Обл.-вид. арк. 10,2.
Тираж 10 прим. Зам. 6838.

Видавець та виготовник:
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50–03–32, 8 (0512) 76–55–81, e-mail: rector@chmnu.edu.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.20