

Громадська організація  
«Центр економічних досліджень та розвитку»

Збірник тез наукових робіт учасників  
Всеукраїнської науково-практичної конференції

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК  
МЕНЕДЖМЕНТУ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ  
НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

13 лютого 2021 року

Одеса  
2021

УДК 330.34:657(063)  
Ф 59

**Матеріали друкуються в авторській редакції.**

Редакція не завжди поділяє думку та погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

**Фінансово-економічний розвиток менеджменту, обліку та аудиту на сучасному етапі:** збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 13 лютого 2021 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – О.: ЦЕДР, 2021. – 96 с.

**Финансово-экономическое развитие менеджмента, учета и аудита на современном этапе:** сборник тезисов научных работ участников Всеукраинской научно-практической конференции (г. Одесса, 13 февраля 2021 г.) / ООО «Центр экономических исследований и развития». – О.: ЦЭИР, 2021. – 96 с.

УДК 330.34:657(063)  
Ф 59

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

**Вербило К. О.**

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ .....5

**Зварич І. Т., Зварич О. І.**

ВИКОРИСТАННЯ «ДЕРЕВА ЦІЛЕЙ»

В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ .....9

**Патинська-Попета М. М.**

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

СПРОМОЖНОСТІ ГРОМАД.....13

**Чугрій Г. А.**

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ НАСІННИЦТВА

В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ .....18

**Ясинська Д. В.**

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В ПЕРІОД КРИЗИ .....22

### НАПРЯМ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Васюта В. Б., Добрицька В. А.**

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

НА ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....26

**Козлова А. О.**

ВПЛИВ КРИЗОВОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

НА ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ (ВВП) КРАЇН.....31

**Кукушкіна О. К.**

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....34

**Марченко В. Ю.**

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ .....38

**Павлюк А. П.**

ЕФЕКТИВНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

НА ПІДПРИЄМСТВІ .....42

**Покотило Т. В., Басалаєва Д. В.**

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....47

**Сергієнко А. О., Македон Г. М.**

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

НА РИНКУ М'ЯКИХ ІГРАШОК.....51

**Фаталов В. В., Мохамед Саад Хуссейн Ібрахім**

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ

НА СТРУКТУРУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ .....55

### **НАПРЯМ 3. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

**Іванова А. С., Овчаренко В. І.**

ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ В ПРОГРАМАХ ПРОСУВАННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ..... 60

**Хаджикова О. П.**

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ  
МІСТОБУДІВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ..... 64

### **НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Колонтай С. М., Чернявська В. А.**

ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ ..... 67

**Ніколайчук Т. О.**

«RESERVED BUSINESS» ЯК ІНСТРУМЕНТ  
ЕКОНОМІЧНО-ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЗАПОВІДНОЇ ГАЛУЗІ..... 72

**Тонюк М. О.**

МЕХАНІЗМ ВПРОВАДЖЕННЯ  
ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ  
ДЛЯ СТВОРЕННЯ НЕОБХІДНОГО МІКРОКЛІМАТУ В ТЕПЛИЦЯХ..... 77

### **НАПРЯМ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

**Маршавін Ю. М., Кицак Т. Г.**

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКУ ПРАЦІ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ  
І НЕВИВЧЕНІ УРОКИ МИНУЛОГО ..... 81

### **НАПРЯМ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

**Найденко О. Є.**

МИТНІ РЕЖИМИ: КЛАСИФІКАЦІЯ  
ТА ПОДАТКОВІ НАСЛІДКИ ЗАСТОСУВАННЯ ..... 86

### **НАПРЯМ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

**Дивак В. В.**

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ MS EXCEL OFFICE 365 ..... 92

# НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

**Вербило К. О.**  
студентка ОС «Магістр»

*Поліський національний університет  
м. Житомир, Україна*

## СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

У сучасних умовах банківська система є одним із важливих факторів розвитку ринкової економіки, в основі якої лежать НБУ та комерційні банки. Благополуччя клієнта кожного банку залежить від надійності банківської системи. В останні роки відбулося значне зменшення кількості банків. Тому необхідно проаналізувати сучасний стан банківської системи та фактори, що впливають на її розвиток.

Метою дослідження є обґрунтування основних напрямів реформування банківської системи України на основі вивчення її сучасного стану та ідентифікації основних проблем розвитку.

Необхідною умовою ефективного функціонування економіки будь-якої країни є ефективний розвиток банківського сектору. Банки – це інститути фінансового ринку, що забезпечують процеси накопичення та перерозподілу вільних фінансових ресурсів, забезпечуючи рух коштів між усіма суб'єктами господарювання та підтримуючи процеси відтворення економіки [2].

Стрес-тестування, проведене в 2019 році, показало, що кілька банків залишаються в системі, включаючи два державні, зі значними проблемами. Вони можуть вимагати значних сум капіталу за несприятливого макроекономічного сценарію. Їх фінансова стабільність низька, фінансові установи вразливі до можливих криз. Державні банки залишаються у центрі уваги НБУ, оскільки вони важливі для банківської системи.

Банківська система України протягом 2017–2019 рр. зазнала суттєвих змін. Зміни зумовлені, насамперед, фінансовою кризою, яка показала нездатність банківської системи подолати несприятливі явища в економіці. Підвищення курсів іноземних валют призвело до недовіри людей до банків: вони намагаються якомога швидше зняти свої депозити та уникнути можливості брати позики. Більшість громадян готові зберігати свої заощадження вдома, а не розміщувати їх на депозитних та поточних рахунках комерційних банків [4].

Кількість діючих банків має тенденцію до зменшення і в 2020 р. становить 75 банків, з них 35 з іноземним капіталом. Найважливішою причиною таких суттєвих змін у банківській діяльності сектору, а саме у зменшенні кількості банківських установ, є непрозорість великої кількості видів діяльності банків та їх членство в олігархічних кланах.

Ризики для капіталу у разі гіпотетичної кризи обумовлені такими факторами: недостатньо консервативна оцінка платоспроможності клієнтів, короткий термін погашення кредитів, значна валютна складова в балансах банків та недостатня операційна ефективність. Щоб мінімізувати негативні наслідки цих ризиків, фінансові установи повинні підтримувати показники достатності капіталу на рівні, визначеному результатами оцінки стійкості. Забезпечення встановленого рівня стандартів та поступове запровадження нових вимог до капіталу посилить стійкість банків до можливих криз.

Сценарій стрес-тесту визначає найбільш актуальні ризики, які майже гарантовано будуть реалізовані в несприятливих умовах. На сьогодні такими факторами ризику є недостатньо консервативна оцінка платоспроможності позичальників, короткострокове фінансування, суттєва валютна складова у банківських балансах та низька операційна ефективність. В результаті моделювання наслідків несприятливого сценарію для 18 банків виникає потреба в капіталі на загальну суму 73,8 млрд. грн. Цього 2020 року основна увага була приділена оцінкам стійкості позики домогосподарствам через їх стрімке зростання за останні роки. Якість цього портфеля

сильно залежить від макроекономічних умов. Під час попередніх криз частка споживчих позик, які стали дефолтами, досягла 21%. Ці параметри використовуються в несприятливому сценарії стрес-тесту. Як результат, результати оцінки стабільності для роздрібних банків були гіршими, ніж минулого року [1].

З 1 січня 2022 року НБУ вимагатиме від банків покриття операційних ризиків капіталом. Відповідне рішення буде затверджено найближчим часом, тому банки матимуть достатньо часу для підготовки.

У червні 2019 року НБУ затвердив Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України. За його словами, банки повинні розробити та затвердити до квітня 2020 року стратегії управління проблемними активами та зменшити частку проблемних кредитів у балансах. Успіх у цій галузі в основному визначатиметься динамікою очищення балансів державних банків – на них зараз припадає 73% непрацюючих позик. Лише в Приватбанку їх 43% позики, майже всі вони є позиками, що надаються бізнесу колишніх власників.

Частка коштів населення, бізнесу та бюджету за рік зросла на 5,2, а на кінець жовтня становила 85,3% пасивів банків. Натомість частка запозичень нерезидентів в іноземній валюті зменшилася на 3,7 дюйма. – до 10,4%. Зовнішня заборгованість банків незначна – близько 5 мільярдів доларів, з них 70% – залучення державних банків від міжнародних фінансових установ або через розміщення єврооблігацій [3].

За 9 місяців 2019 року чистий прибуток банківського сектору зріс у 4,4 рази в порівнянні з минулим роком, до 48,4 млрд. грн.

З 76 діючих банків прибуткові з початку року становили 66. 85%, збитків сформував Укрсоцбанк, який було об'єднано з Альфа-Банком у листопаді. Решта збиткових банків становили лише 1,6% чистих позик активів сектору, що не створює системного ризику.

Банківська система України знаходиться на етапі реформування та активних змін. На сьогодні в банківській системі України існує низка проблем, що знижують рейтинг банків та довіру населення. Для вирішення цих проблем, підвищення

рейтингу банківських установ та довіри населення необхідно вжити таких заходів:

- активізувати роботу з непрацюючими кредитами;
- консервативно оцінювати кредитний ризик для споживчих позик;
- зменшити доларизацію балансів;
- активно залучати і утримувати більш стійкі довгострокові ресурси;
- дотримуватися програм реструктуризації за результатами стрес-тестування;
- підтримувати стандарти кредитування та контролювати рівень концентрації корпоративних позичальників.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Іршак О.С., Лещук І.Я. Сучасний стан кредитної діяльності банків та її вплив на розвиток реального сектору економіки. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 34. С. 145–149.
2. Марценюк О.В., Шмігельська В.В. Аналіз сучасного стану ринку банківських послуг в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. С. 6.
3. Основні показники діяльності банків України: дані Національного банку України. URL: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=36807&cat\\_id=36798](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798).
4. Руда О.Л. Сучасний стан банківської системи України та її конкурентоспроможність. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. С. 9.



**Зварич І. Т.**  
доктор політичних наук, професор

**Зварич О. І.**  
доктор економічних наук, доцент

*Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника  
м. Івано-Франківськ, Україна*

## **ВИКОРИСТАННЯ «ДЕРЕВА ЦІЛЕЙ» В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ**

Питання доцільності управління на будь-якому його рівні, а державного особливо, є одним із найактуальніших і найважливіших для управлінських теорії та практики. Але, його методологія розроблена все ще недостатньо, що доволі істотно актуалізує наукові дослідження у цьому напрямку.

Переходом до справжньої, а не словесної демократії передбачається насамперед повна зміна механізмів діяльності у державному управлінні та надання такій підсистемі об'єктивно обумовленого, обґрунтованого і раціо-нального характеру. У цьому процесі можна виділити такі основні системоутворюючі елементи: по-перше, це *суспільні джерела* виникнення та фіксації цілей державного менеджменту. Вони мають народжуватись внизу, тобто йти передовсім від потреб та інтересів людей, які проживають на території регіону. Тому внутрішній стан суспільства у регіонах і хвилюючі його проблеми є справжнім та актуальним джерелом формування цілей державного управління територією; по-друге, *суб'єктивний зріз* доцільності та спричинені цим відносність і відкритість сформульованих цілей державного управління; по-третє, *ієрархія цілей державного менеджменту*, яка має істотний соціологічний зміст. При цьому в сучасних умовах головним для суспільства, а тому і для державного управління, є створення, підтримка та поступове покращення умов для вільної, творчої життєдіяльності громадян, налагодження раціональних і ефективних взаємостосунків між ними та суспільством і державою, а, отже – ієрархія цілей державного менеджменту, починаючи із

регіону, що формується за принципом пріоритету потреб та інтересів розвитку суспільства. За джерелами їхнього виникнення і змісту, які знижуються до менш складної та одночасно похідної та логічної послідовності, коли попередньою детермінується наступна, цілі державного управління в цілому і менеджменту регіоном у тому числі складають таку упорядковану структуру [1–4]:

– *суспільно-політичні*, якими охоплюється комплексний, цілісний, збалансований якісний соціально-економічний розвиток сучасного суспільства;

– *соціальні*, що відображають вплив основних суспільно-політичних цілей на соціальну структуру суспільства і взаємовідносини її різних складових елементів та стан і досягнутий рівень соціально-побутового життя громадян;

– *духовні*, пов'язані із відповідним сприйняттям духовних (культурних) цінностей, якими, як правило, послуговується суспільство, із введенням його духовного потенціалу у систему суспільно-політичних і соціальних цілей;

– *економічні*, які характеризують та утверджують відповідну систему економічних відносин, забезпечуючи цим самим матеріальні підвалини реалізації ключових суспільно-політичних та інших важливих для регіону цілей;

– *виробничі*, що полягають у створенні та підтримці активності керованих об'єктів, які відповідають цим цілям і активно сприяють їх здійсненню;

– *організаційні*, скеровані на безумовне розв'язання ключових організаційних проблем суб'єктів та об'єктів державного управління, тобто на побудову відповідних функціональних і організаційно-управлінських структур;

– *активно-праксеологічні*, що передбачають розподіл та регулювання діяльності за конкретними структурами і службовими та робочими місцями;

– *інформаційні*, які спрямовуються на забезпечення усіх наперед намічених цілей необхідною і водночас достовірною та адекватною інформацією;

– роз'яснювальні, що потребують відпрацювання знань і мотивів та стимулів, чим сприяють здійсненню комплексу цілей державного менеджменту.

По-четверте, формування самого «дерева» державного управління регіоном. Його центром, «стволом» є *стратегічні цілі*, пов'язані із якістю суспільства, його збереженням або ж перетворенням. Одночасно *стратегічні цілі* зазвичай переходять в *оперативні*, фіксуючи крупні блоки дій із досягнення стратегічних, а оперативні – у *тактичні*, які щодобово визначають конкретні заходи із оволодіння першими і другими цілями [5]. У результаті *цілі державного управління регіоном, що окреслюються у визначеному «дереві», покликані відповідати таким визначальним вимогам до них та бути:*

1) об'єктивно обумовленими і належно обґрунтованими, виходячи насамперед із об'єктивних закономірностей та тенденцій суспільного розвитку і діяльності громадян, чітко відповідаючи об'єктивній логіці функціонування того чи іншого процесу або ж явища, враховуючи їхні форми та механізми;

2) соціально мотивованими, зумовлюватись нагальними потребами, запитами і обґрунтованими інтересами населення, відповідаючи їм, викликаючи розуміння та підтримку цілей і прагнення невідкладно втілити їх у життя;

3) забезпеченими у ресурсному інтелектуально та у матеріальному відношеннях, ґрунтуючись винятково на реальному, а не на уявному, наявному, а не на передбачуваному або ж можливому регіональному потенціалі, та враховувати конкретні умови і визначальні чинники суспільної життєдіяльності;

4) бути системно організованими, включати у визначеній послідовності цілі стратегічного спрямування – оперативні та тактичні, загальні та окремі, головні та забезпечувальні, кінцеві та проміжні, віддалені та близькі та інші.

У сучасній організаційній системі ефективного державного управління територіями особливе місце займає система місцевого самоврядування як специфічна підсистема із притаманними лише йому об'єктами менеджменту, своїми компетенцією, процедурами і

формами організації, матеріально-фінансовим забезпеченням, технологією діяльності персоналу та іншими не менш важливими елементами. Тільки вона як тісно пов'язана безпосередньо із населенням є носієм і джерелом влади знизу, зокрема, щодо вищестоящих рівнів, а зверху – з органами державної влади території та України в цілому. Передовсім цим забезпечується системність державного управління. Водночас, якщо організаційною структурою державного менеджменту регіоном вважати не лише уся сукупність органів виконавчої влади, що вже традиційно займаються тільки ним, а і систему організаційних зв'язків, які відповідно впливають на управління, то не можна не визнати, що вона включає у нього (вводить у процеси менеджменту) різні прояви, сторони та залежності практично усіх органів державної влади і місцевого самоврядування у регіонах, які тією чи іншою мірою є співучасниками досить складного процесу формування та реалізації усіх основних державно-управлінських рішень.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Байцим В.Ф. Механізм формування стратегічних цілей програм (проектів) розвитку регіонів та територій. *Наук. вісник Волинського держ. ун-ту імені Лесі Українки*. № 12. Луцьк : ВДУ, 2007. С. 157–166.

2. Дмитришин Л.І., Зварич О.І. Методичні аспекти формування концепції економічного розвитку регіону. *Між. наук. конф. «Corporate governance: strategies, processes, technology»*, 20 жовтня 2017 року, м. Каунас (Литва). Baltija Publishing, 2017. С. 148–150.

3. Єпіфанов А.О., Мінченко М.В., Додашев Б.А. Управління регіоном: навч. посібн. За заг. ред. д-ра екон. наук А.О. Єпіфанова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. 361 с.

4. Зварич І.Т., Зварич О.І., Хома В.Б. Управління соціально-економічним розвитком регіону: навч.-метод. посібн. для студ. і магістр. усіх економ. спец. Івано-Франківськ : «ПП Супрун В. П.», 2019. 476 с. Рис. 24. Табл. 40. Бібліогр. 73 наймен.

5. Зварич І.Т., Кузьмин В.М., Федорук З.І. Організація управління процесом реалізації стратегії розвитку розвитку регіону. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Стратегічне планування регіонального розвитку (Зб. наук. праць)*. Вип. 5 (XLIX). НАН України. Інститут регіональних досліджень. Редкол.: відп. ред. акад. НАН України М.І. Долішній. Львів, 2004. С. 21–29.

**Патинська-Попета М. М.**  
аспірантка кафедри міжнародних  
економічних відносин та європейської інтеграції  
*Поліський національний університет*  
*м. Житомир, Україна*

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ГРОМАД**

В умовах реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС виникла нагальна потреба розробки нових підходів до управління фінансовим потенціалом сталого розвитку об'єднаних територіальних громад (ОТГ) для забезпечення економічного піднесення, екологічної безпеки та задоволення соціальних потреб.

Становлення ОТГ на сучасному етапі децентралізації та глобалізації суспільних процесів здійснюється з орієнтацією на стратегічний розвиток громад. Водночас недосконала система фінансового управління та відсутність стратегічного бачення розвитку громад призводить до неефективного управління наявними ресурсами та непрозорої діяльності органів місцевого самоврядування (ОМС). Відтак практиці стратегічного управління територіальним розвитком як ефективного механізму забезпечення спроможності громад належить вагоме місце в системі державного управління.

На сьогодні наявні методичні розробки побудови інноваційних систем стратегічного менеджменту, що ґрунтуються на кращих зразках європейської практики. Яскравим прикладом є досвід стратегічного планування розвитку громад країн Вишеградської четвірки. Зокрема, Чеська Республіка має позитивні зміни в регіональному розвитку завдяки виваженим методичним інструментам та реалізації стратегій локального розвитку, що спонукають до системного впровадження стратегічного менеджменту в діяльність місцевої влади, підсилення самоврядування, синергії громади та побудови громадянського суспільства [2, с. 55]. У процесі розробки стратегії розвитку громад Чехії широко

залучається громадськість. Для Республіки Польща стратегії стали запорукою фінансових інвестицій з ЄС, адже обов'язковою умовою для надання фінансування фондами ЄС є наявність стратегічного плану та відповідність проєктів пріоритетним напрямом обраної стратегії [2, с. 53]. Однак *основне завдання стратегії полягає не в тому, щоб знайти кошти чи гранти на втілення заходів, а можливість указати шляхи розвитку громади.*

За підтримки програм «U-Lead з Європою», «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність: DOBRE») та ін. в Україні проводяться заходи з метою надання всім причетним до процесу формування стратегій необхідних знань і навичок із питань загальної теорії та практики стратегічного планування на місцевому рівні, актуальності його запровадження на сучасному етапі розвитку України.

Стратегічний план сталого розвитку ОТГ має бути прийнятий та затверджений у кожній громаді України. Однак, як свідчать результати досліджень Р. Костюкевича, у більшості сільських громад і дотепер немає якісних стратегій розвитку. Громади не завжди усвідомлюють місце розроблених стратегій розвитку в системі стратегічного планування та зміни в системі управління громадою, які потрібно впровадити, щоб ці стратегії стали органічною складовою в механізмах прийняття рішень [4]. Об'єктивні причини такої ситуації, з одного боку, пов'язані з кадровим потенціалом новостворених ОМС, зокрема з нестачею компетентних фахівців з питань фінансового менеджменту, з відсутністю практики стратегічного управління.

Водночас недосконалою є нормативно-правова база щодо стратегічного управління розвитком громад. У Законах України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [8; 6] про стратегії місцевих громад не йдеться. У Законі України «Про засади державної регіональної політики» (ст. 16, п. 2) зазначено, що «міські, селищні, сільські ради можуть розробляти та затверджувати з урахуванням Державної стратегії регіонального розвитку України стратегії розвитку міст, селищ та сіл» [7], тобто зазначено лише про

механізм розроблення регіональних стратегій. Проте, як справедливо зауважує Р. Костюкевич, процеси управління в Україні зможуть дати очікуваний ефект лише у випадку формування ефективної системи стратегічного управління на рівні об'єднаних територіальних громад [4].

У «Методичних рекомендаціях щодо формування і реалізації прогностичних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади» подано таке тлумачення стратегії розвитку ОТГ: це документ, що визначає на довгостроковий період (7 років) стратегічні та оперативні цілі, індикатори (показники) їх досягнення, пріоритети та завдання для сталого економічного і соціального розвитку об'єднаної територіальної громади [5]. Однак у законодавчому акті не розкрито правового статусу стратегії з позиції органів місцевого самоврядування.

Під стратегічним управлінням у самоврядуванні російські вчені Д. Львов, А. Гранберг, А. Єгоршин розуміють процес ухвалення та реалізації рішень про майбутні напрями діяльності громади. Стратегічне планування розглядається як процес розробки стратегічного плану шляхом формулювання цілей і критеріїв управління, аналізу ключових проблем, середовища виявлення стратегічних ідей і конкурентних переваг, вибору базових сценаріїв і стратегій розвитку, а також прогнозування соціально-економічного розвитку [1, с. 41].

Стратегічне планування сталого розвитку ОТГ України здійснюють на основі таких фінансових ресурсів:

- коштів ДФРР на проекти розвитку;
- коштів міжнародної технічної допомоги (МТД);
- державної субвенції на розвиток інфраструктури ОТГ;
- власних доходів бюджету.

Для забезпечення сталого розвитку науковці виділяють два інструменти стратегічного планування та управління – це стратегія розвитку і програма, які є органічним доповненням один одного [4]. Стратегія розвитку громади базується на результатах аналітичного дослідження соціально-економічного розвитку громади, резуль-

татах діяльності робочої групи, тому дає змогу об'єктивно оцінити соціально-економічний та ресурсний потенціали території, сформувані її інвестиційну привабливість.

Для органів місцевого самоврядування стратегія надає можливості провадити системні зміни в громаді, які за відсутності стратегічного бачення і розуміння його мешканцями призводили б до опору. Стратегія захищає громаду і є запобіжником від прийняття місцевою владою рішень, що будуть іти в розріз стратегічним цілям [4]. Тому на всіх етапах стратегічного планування (від діагностування умов розвитку громади та SWOT-аналізу до впровадження та моніторингу стратегій) важливо залучати місцевих мешканців до процесу розробки стратегії та реалізації передбачених завдань. Позитивні результати можливі за умови забезпечення ефективного діалогу на рівні влада – громадськість – бізнес.

Сталий розвиток територій неможливо забезпечити без розуміння мешканцями територіальних громад шляхів розвитку у стратегічній перспективі та вміння керівництва громад перетворювати стратегічні плани в конкретні проєкти, що розробляються і реалізуються за сучасними стандартами проєктного менеджменту [3, с. 74]. Розробка та впровадження стратегій розвитку громад супроводжується укладанням проєктів, завдяки яким ОМС вирішують проблеми громади. Так, Стратегія розвитку Баранівської ОТГ Житомирської області складається з низки конкретних проєктів, спрямованих на досягнення операційних цілей, визначених стратегічними пріоритетами.

Для успішної реалізації таких стратегій необхідне грамотне, професійне стратегічне управління, яке можливе за умов наявності аналітичних здібностей, стратегічних та проєктних компетентностей саме в управлінців – службовців органів місцевого самоврядування, і підкріплюється відповідним методико-технологічним, організаційно-інституційним та ресурсним забезпеченням [9, с. 56]. *Саме розвиток людського потенціалу забезпечить спроможність громади.* Перспективи подальших наукових досліджень



вбачаються в розробці моделі управління фінансовим потенціалом сталого розвитку ОТГ на партисипативних засадах.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Гершанок А.А., Демин Г.А., Ощепков А.М. Развитие методологии стратегического управления территориальными образованиями. *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2018. Том 8. № 3А. С. 39–49.

2. Європейські стратегії для місцевих громад України та Молдови : досвід Вишеградської четвірки : методичний посібник / Р. Шарлея, А.В. Кавунець, О.М. Безпалько, М. Москалу, А.І. Ланова. Київ, 2018. 76 с.

3. Костюкевич Р.М., Мандзюк О.М. Проектне управління в системі стратегічного планування об'єднаних територіальних громад. *Управління розвитком складних систем*. 2016. № 26. С. 74–82.

4. Костюкевич Р. Чому європейський досвід стратегування важко приживається у сільських громадах? URL: <https://www.prostir.ua/?library=chomu-jevropejskuj-dosvid-stratehuvannya-pryzhyvajetsya-u-silskyh-hromadah>.

5. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади: Затверджено наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України 30.03.2016 №75. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0075858-16>.

6. Про добровільне об'єднання територіальних громад : Закон України від 5.03.2015 р. №157 VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

7. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 05.02.2015 р. №156-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text>.

8. Про місцеве самоврядування : Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.

9. Чикаренко І.А., Чикаренко О.О., Ушакова А.С. Досвід стратегічного управління розвитком об'єднаних територіальних громад. *Аспекти публічного управління*. 2018. Т. 6. № 10. С. 54–61.

**Чугрій Г. А.**

завідувач відділу технологій виробництва  
сільськогосподарської продукції

*Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція  
Національної академії аграрних наук України  
м. Покровськ, Україна*

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ НАСІННИЦТВА В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Законодавство України у сфері насінництва базується на Конституції України та Цивільному кодексі України, і складається з законів України «Про насіння і садивний матеріал», «Про охорону прав на сорти рослин», інших законів та нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них [1–3].

Для щорічної сівби в Донецькій області в межах 545 тис. га зернових культур необхідно мати від 90,0 до 115,0 тис. тонн насіння нових високопродуктивних сортів і гібридів. За розрахунками це – 42,5 тис. тонн насіння ярих і 72,5 тис. тонн насіння озимих зернових, в тому числі понад 0,2 тис тонн добазового, 43,7 тис. тонн базового і 71,1 тис. тонн сертифікованого насіння [4].

За даними Донецької державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України у 2020 році було вироблено та реалізовано насіння зернових культур у кількості 335,9 тонн (табл. 1, табл. 2).

Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція функціонує як центр з науково-методичного забезпечення інноваційного розвитку агропромислового виробництва Донецької області. Одним із найголовніших напрямків роботи ДДСДС НААН є селекція та насінництво пшениці озимої, ячменю ярого та еспарцету. Саме насінневий матеріал власної селекції є найбільш затребуваним в регіоні серед агровиробників, а генетичний потенціал сортів донецької селекції стабільно забезпечує високі показники валового виробництва зерна як в окремих господарствах, так і регіону в цілому.

Таблиця 1

**Оперативна інформація про хід реалізації насіння озимих культур по ДДСДС НААН за 2020 рік**

Культура	Сорт	РР 2, тон			С/еліта, тон			Еліта, тон			Всього, тон		
		вироблено	реалізовано	%	вироблено	реалізовано	%	вироблено	реалізовано	%	вироблено	реалізовано	%
Пшениця озима	Перемога	14,0	11,2	80,0	30,4	28,6	94,1				44,4	39,8	89,6
	Богиня	17,5	17,5	100,0	26,8	26,8	100,0	14,0	10,0	71,4	58,3	54,3	93,1
	Юзовська	5,5	5,5	100,0	14,0	12,6	90,0				19,5	18,1	92,8
	Ігроста	6,0	6,0	100,0							6,0	6,0	100,0
	Диво донецьке	1,5	1,5	100,0							1,5	1,5	100,0
	Олексіївка	12,0	11,7	97,5	29,5	29,5	100,0				41,5	41,2	99,3
	Донецька 48	14,0	0,0	0,0	35,3	20,5	58,1				49,3	20,5	41,6
<b>Всього:</b>		<b>70,5</b>	<b>53,4</b>	<b>75,7</b>	<b>136,0</b>	<b>118,0</b>	<b>86,8</b>	<b>14,0</b>	<b>10,0</b>	<b>71,4</b>	<b>220,5</b>	<b>181,4</b>	<b>82,3</b>

Таблиця 2

**Оперативна інформація про хід очікуваної реалізації насіння ярих культур під урожай 2021 року, по ДДСДС НААН**

Культура	Сорт, гібрид (в розрізі сортів та гібридів)	РР 1	РР2		С/еліта		Всього	
		виробництво	виробництво	в т.ч. для реалізації	виробництво	в т.ч. для реалізації	виробництво	в т.ч. для реалізації
Ячмінь ярий	Бравий	0,5	3	1,5	1,5	1,5	5	3
	Донецький 14	0,5	9	7,5	7,7	7,7	17,2	15,2
	Аверс	0,5	13,5	12	24	24	38	36
	Реприз	0,5	3	1,5	-	-	3,5	1,5
	Щедрик	0,5	7,5	6	8,59	8,59	16,59	14,59
	Степовик	0,5	4,41	2,91	7,74	7,74	12,65	10,65
	Східний	0,5	4	2,5	-	-	4,5	2,5
	Сталий	0,5	5,5	4	11,5	11,5	17,5	15,5
Еспарцет	Резонанс	-	-	-	0,5	0,5	0,5	0,5
<b>Всього:</b>		<b>4,0</b>	<b>49,91</b>	<b>37,91</b>	<b>61,53</b>	<b>61,53</b>	<b>115,44</b>	<b>99,44</b>

Згідно таблиць 1 та 2 можна сказати, що ДДСДС реалізує майже 100% виробленого насіння, яке користується попитом не тільки в Донецькій області, але й в інших областях України.

На сьогодні сортовий потенціал Станції представлено 10 сортами пшениці озимої, 10 сортами ячменю ярого та 2 сортами еспарцету. На державному сортовипробуванні перебувають 2 сорти пшениці озимої (Вежа, Алмаз), 3 сорти ячменю ярого (Генерал, Шубін, Незламний), 1 сорт еспарцету (Красень) та передані 2 сорти нетипової та нової для України культури – пшениці туранської (*Triticum turanicum* Jacubz.)

Для подальшого розмноження насінництва основними покупцями насіннєвого матеріалу є фермерські господарства, приватні акціонерні товариства, товаровиробники, які отримали право на поширення сорту від власника майнового права інтелектуальної власності на підставі договору, і стали його правонаступником, або отримали дозвіл (ліцензію) відповідного володільця патенту на використання сорту (гібрида, батьківського компонента).

Вище наведені суб'єкти насінництва, можуть виробляти та реалізовувати насіння сортів (гібридів, батьківських компонентів), за умови їх включення до Реєстру суб'єктів насінництва та розсадництва.

Однак, не зважаючи прийняті закони, на сьогодні система насінництва в Україні поки що залишається проблематичною:

- не обґрунтовано як слід ведення галузі щодо функціонування в агропромисловому секторі приватних структур;
- недостатня база нормативно-правової регламентації;
- повільно впроваджуються прогресивні технології виробництва насіння;
- слабка матеріально-технічна база.

Наші насінневоди до цих пір користуються збиральною та насіннеобробною технікою, виробленою 30–35 років тому, яка не відповідає сучасним вимогам. Застарілі машини і механізми не здатні забезпечувати рекомендовані режими роботи при сівбі, догляді за посівами, збиранні врожаю, очищенні і калібруванні

насіння. Зрозуміло, що без модернізації наявної матеріально-технічної бази, будівництва нових насінневих комплексів неможливо виходити на міжнародний ринок насіння і конкурувати із закордонними насінневими фірмами.

Аналіз сучасного стану вітчизняного насінництва, вивчення та узагальнення досвіду його організації в розвинутих країнах вказує на необхідність проведення корінних змін, спрямованих на посилення організаційного й наукового забезпечення галузі, визначення нових пріоритетів розвитку, перегляду структури суб'єктів насінництва, зміцнення інфраструктури, розроблення і впровадження ресурсозберігаючих технологій прискореного розмноження, зберігання і допосівної обробки насіння, удосконалення нормативних вимог до насінневої продукції.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Закон України «Про охорону прав на сорти рослин». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3116-12#Text>.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо приведення законодавства України у сфері насінництва та розсадництва у відповідність з європейськими та міжнародними нормами і стандартами». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/864-19#Text>.

3. Закон України «Про насіння і садивний матеріал». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-15#Text>.

4. Головне управління статистики в Донецькій області. URL: <http://donetskstat.gov.ua/diyalnist/2020.php>.

**Ясинська Д. В.**

аспірантка

*Дніпропетровський державний  
аграрно-економічний університет  
м. Дніпро, Україна*

## **ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В ПЕРІОД КРИЗИ**

Глибинною основою економічної теорії є кризи: технологічна, освітня, екологічна; скорочення виробництва, що загострюють кризові потрясіння в соціально-політичній сфері, в культурі, релігії та ідеології. Оскільки, сучасні рушійні покоління та покоління, які будуть такими найближчі роки є поколінням ризику – і феномен кризи та, як наслідок, антикризовий менеджмент, також доцільно досліджувати крізь призму фактору ризику, тобто, ризик-менеджмент.

Оскільки, будь-яка криза має індивідуальні властивості, що притаманні лише їй, даний феномен може здатись унікальним. Насправді, якщо вивчити та дослідити саму сутність кризового явища, дослідити причину його виникнення та простежити послідовність подій – можна виявити багато загальних елементів, що також притаманні іншим кризам, які супроводжували людство певними циклами протягом всього існування соціуму. Отже, будь-яка криза – не нова. Будь-яка криза – вже траплялась в соціальній, економічній, політичній, або інших сферах. Тому, доцільно, дане явище назвати, свого роду, модифікованим, ніж унікальним. Феномен даної кризи вже траплявся, для виходу з нього вже розроблено безліч алгоритмів і все, що потрібно, застосувати дані алгоритми для індивідуально визначеного феномену кризи, який конкретно досліджується, можливо, додавши інноваційні механізми – там, де це доцільно, з урахуванням вищезазначеної модифікації.

Для того, щоб «зрозуміти» кризу – необхідно провести діагностику. Визначимось із самим поняттям діагностики. Діагноз – у перекладі з грецької означає розпізнавання, визначення.

Діагностика – визначення стану об'єкта, предмета, явища чи процесу шляхом реалізації комплексу дослідницьких процедур, вияв в них слабких місць. В свою чергу, діагностика кризи – процес вивчення певних показників та властивостей, що характеризують як функціонування та розвиток самої системи, так і зовнішнє середовище. Завдання діагностики полягають у визначенні заходів, спрямованих на покращення діяльності всіх складових систем та засобів їх реалізації. Завдання діагностики тісно переплетені з іншими завданнями – прогнозом та аналізом походження кризи.

Зазвичай виділяють три напрямки виходу підприємства з кризової ситуації

- налагодження стійких зв'язків із ринком щодо як ресурсного забезпечення, так і реалізації продукції;

- створення матеріальної основи для підвищення конкурентоздатності підприємства (удосконалення технологій, організації управління);

- розвиток соціальної сфери на основі збільшення доходів і прибутку.

Загальні правила методології і технології прогнозування криз:

Визначення цілі передбачення криз (передбачає два підходи):

- намагання запобігти кризі, відтягнути її початок;

- намагання своєчасно передбачити кризу, розпізнати її сутність, активно сприяти усуненню відживших елементів системи, скорочуючи тим самим термін та негативні наслідки кризи.

1. Визначення сутності та структури кризи.

2. Прогноз зовнішніх чинників взаємодії криз.

3. Вибір і ранжування шляхів виходу з кризи.

4. Аналіз ходи та наслідків криз.

Гостроту криз можна й потрібно знижувати, якщо враховувати їхні особливості, вчасно розпізнавати їхнє наближення. А це, природно, досягається лише за допомогою управління кризами. Будь-яке управління організацією повинно бути антикризовим, тобто побудованим на врахуванні ймовірності і небезпеки кризових ситуацій. Тому в самому загальному вигляді під антикризовим менеджментом варто розуміти таке управління

організацією, яке здатне запобігати або пом'якшувати кризові ситуації в її виробничо-господарській діяльності, а також утримувати функціонування в режимі виживання в період кризи і виводити її з кризового стану з мінімальними втратами.

Ключовими аспектами антикризового управління є:

- прогнозування криз;
- фінансово-економічне регулювання кризових процесів;
- правове регулювання кризового розвитку;
- конфліктологія (визначення й оцінка джерел і причин кризи);
- менеджмент у кризових ситуаціях або в умовах погрози кризи, тобто ризику.

Існує безліч причин криз. Їх необхідно знати керівництву організацій для своєчасного розпізнавання, а також для врахування в антикризовому управлінні. Проте, не виключені випадки, коли фірма свідомо вибирає стратегію ризикованого розвитку і передбачає можливість або неминучість кризи, але готується до неї, розробляючи заходи щодо ослаблення її гостроти. У цьому випадку підприємство може виграти в стратегічному плані, трохи загубивши в кризових ситуаціях.

Існує і кризове управління, що навмисно викликає кризу, прогножуючи її наслідки і керує тенденціями кризового розвитку. Адже криза може бути такою, що очищує, може бути засобом модернізації і реконструкції, відновлення стилю і методів управління персоналом тощо. Бувають випадки, коли тільки свідоме ініціювання кризи може допомогти зруйнувати зашкарублі тенденції і застарілі форми діяльності. Іноді криза є поштовхом до інновацій. Тому для антикризового управління дуже важливим є своєчасне вирішення проблем. Іншими словами, треба вчасно прийняти рішення і правильно розрахувати час його виконання. Адже, в кризових ситуаціях не розв'язані вчасно або довго розв'язувані проблеми тільки погіршують становище підприємства.



## **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Кодекс України з процедур банкрутства: прийнятий 18 жовтня 2019 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2019. – № 19 – Ст. 74.
3. Комплексне забезпечення фінансово – економічної безпеки К 63 [текст]: Навч. посіб. / Г.Є. Павлова, І.П. Приходько, Н.І. Демчук, Л.І. Катан. – Дніпро: Акцент ПП, 2018. – 560 с.

## **НАПРЯМ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**Васюта В. Б.**

доцент кафедри економіки,  
підприємництва та маркетингу

**Добрицька В. А.**

студентка

*Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
м. Полтава, Україна*

### **ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні умови насиченості світових ринків високоякісною продукцією вимагають від підприємств та організацій постійно покращувати свої товари та послуги. Такі умови диктують від управління підприємств, організацій досить виважених та обґрунтованих управлінських рішень, які були б адекватні змінам, що диктуються зовнішнім та внутрішнім середовищами. Уміння оцінити свій потенціал, рівень рентабельності вироблених товарів чи наданих послуг та ступінь впливу різних факторів дозволяють прийняти вірні управлінські рішення. А для того, щоб створити такі виняткові можливості, необхідно забезпечити постійне зростання вартості підприємства.

Оцінювання бізнесу і компанії є одним із важливих завдань корпоративного управління. Воно дає змогу визначити конкурентоспроможність і успішність компанії на ринку та є індикатором розвитку компанії [1].

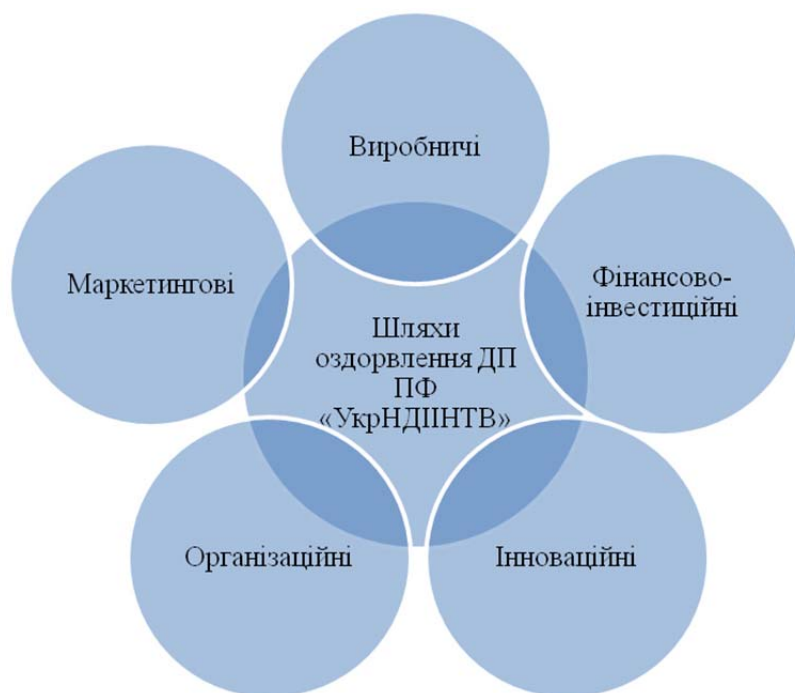
Метою даного дослідження є визначення впливу маркетингового управління на вартість ДП ПФ «УкрНДІПНТВ».

Головною діяльністю ПФ ДП «УкрНДІНТВ» є діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах. Основними замовниками послуг ПФ ДП «УкрНДІНТВ» є підприємства.

Управління вартістю ДП ПФ «УкрНДІНТВ» в коротко-строковій та в довгостроковій перспективах дозволить максимально задовольнити інтереси власників, визначити оптимальні стратегічні шляхи розвитку підприємства і розробити систему управлінських заходів, які будуть сприяти досягненню поставленої мети – збільшення вартості ДП ПФ «УкрНДІНТВ».

На основі досліджень економічних та фінансових показників ДП ПФ «УкрНДІНТВ», визначення його вартості та виявлення вагомих факторів впливу на неї необхідно окреслити шляхи оздоровлення підприємства та підвищення його вартості.

На рис. 1 представимо стратегічні шляхи збільшення вартості ДП ПФ «УкрНДІНТВ».



**Рис.1. Стратегічні шляхи збільшення вартості ДП ПФ «УкрНДІНТВ»**

Стратегічні шляхи збільшення вартості ДП ПФ «УкрНДІНТВ» можливо розділити на більш конкретні дії:

– виробничі (збільшення обсягів реалізації послуг досліджуваного підприємства, мінімізація витрат, зростання прибутковості та рентабельності);

– організаційні (створення організаційної структури, адаптованої до умов зовнішнього середовища, підбір кваліфікаційних управлінських кадрів, формування вартісного мислення працівників);

– фінансово-інвестиційні (оптимізація структури капіталу, зростання ліквідності та платоспроможності підприємства);

– інноваційні (впровадження нових сучасних технологій надання послуг та управління цим процесом);

– маркетингові (ринкові) (утримання основної частини ринку, надання додаткових послуг, створення мережі представництв, прихильність споживачів, світова популярність) тощо.

На ДП ПФ «УкрНДІНТВ» були виявлені проблеми з показниками ліквідності, платоспроможності та автономії, що суттєво впливають на вартість підприємства. Тому виробничий напрямок оздоровлення ДП ПФ «УкрНДІНТВ» є першочерговим.

Основними заходами виробничого та фінансового оздоровлення ДП ПФ «УкрНДІНТВ» є:

– розширення спектру надання послуг (підприємство надає послуги лише за КВЕД 71.12; проаналізувати можливість надання послуг з розроблення проектів систем кондиціонування, охолодження, інженерних розробок щодо контролю санітарного стану та забруднення навколишнього середовища, боротьби із шумом; промислового дизайну; аерофотозймок);

– збільшення статутного капіталу підприємства (вплине на автономію підприємства, а отже і показники ліквідності; вплине на величину середньозваженої вартості капіталу);

– збільшення розміру грошових активів (рефінансування дебіторської заборгованості шляхом скорочення термінів надання комерційного кредиту);

– застосування системи знижок для замовлення більшої кількості послуг;

– участь у різних рекламних компаніях;

– презентація своїх інженерних проектів.

На ДП ПФ «УкрНДІНТВ» найбільшими складовими поточних зобов'язань є кредиторська заборгованість за товари, послуги, з розрахунками з оплати праці та одержаними авансами, що негативно впливають на вартість підприємства.

Тому основними заходами організаційного напрямку є такі:

- проаналізувати доцільність та обґрунтованість витрат;
- дослідити доцільність існуючої організаційної структури підприємства (можливо ліквідація підрозділів або суміщення посад; впровадження матеріальних та нематеріальних заходів стимулювання праці);
- оптимізація розрахунково-платіжної дисципліни на підприємстві.

Не менш важливим є вплив маркетингового управління підприємством на його вартість. Запропоновано модель управління маркетинговою діяльністю ДП ПФ «УкрНДІНТВ», що надасть можливість зберегти частину ринку підприємства та реалізацію максимальної кількості послуг з мінімізацією витрат (рис. 2).



**Рис. 2. Модель управління маркетинговою діяльністю ДП ПФ «УкрНДІНТВ»**

Функціональне забезпечення маркетингової діяльності, а саме функціонування маркетингової інформаційної системи, створення служби маркетингу, маркетинговий контроль, визначення стратегії і планування маркетингу бере початок з дослідження ринку (поведінку споживачів, маркетингових можливостей підприємства, аналізу конкурентів, сегментації ринку та позиціонування товару, послуг). Після чого здійснюється розробка комплексу маркетингу підприємства, а саме спектру наданих послуг, їх ціноутворення, методів і каналів її збуту, методів просування послуг на різних ринку [2].

Механізм маркетинговою діяльності підприємства починає діяти з комплексного дослідження ринку, так як воно орієнтоване на задоволення діючих потреб споживачів. Визначившись з позиціонуванням певної послуги на ринку, підприємство розпочинає розроблення комплексу маркетингу, що є одним фундаментальних категорій сучасного маркетингу. Важливе місце в механізмі управління маркетинговою діяльністю відіграє маркетингова стратегія.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Оцінювання майна: навч. посібник / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 311 с.
2. Організація маркетингової діяльності підприємства у сфері будівництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/3367/1/%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C.pdf>.

**Козлова А. О.**  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри туризму і готельного господарства  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова  
м. Харків, Україна*

## **ВПЛИВ КРИЗОВОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ (ВВП) КРАЇН**

На відміну від інших галузей економіки, як традиційно вважаються такими що кардинально впливають на валовий внутрішній продукт (ВВП) країн, а саме – промисловість, добування енергоресурсів, сільське господарство, туристична галузь у більшості країн, не завжди розглядалася такою що кардинально впливає на їх економіку та споживачів. Тобто була недооцінена з точки зору їх вкладу до ВВП країни (окремі держав для яких туризм є базою для економіки).

Дійсно, туристично-привабливі країни отримували значний відсоток у ВВП від туризму, але реально оцінити втрати для економіки, пов'язані з практичною зупинкою туристичної діяльності через COVID-19, змогли лише аналізуючи цифри наповнення бюджету та стан ВВП країни.

Так, за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) в результаті цього прогнозується скорочення світового ВВП на 2 триліона доларів США. Взагалі фахівці UNWTO стверджують що скорочення світового туризму у 2020 році складає 72% [1]. Така ситуація стала реальною із-за різкого скорочення поїздок всіма видами транспорту, побоюваннями споживачів і глобальною боротьбою із стримуванням коронавірусної інфекції. Лише за 9 місяців 2020 року, за даними UNWTO, країни світу прийняли на 900 млн. менше туристів у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року [1]. А втрати експортних доходів від міжнародного туризму, за даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, в 10 разів перевищують втрати галузі із-за глобальної економічної кризи 2009 року і становить більше як

935 млрд. доларів США. Фахівці UNWTO очікують скорочення міжнародних туристичних прибутків на 70–75%, що в свою чергу дорівнює стану галузі тринадцятирічної давнини. Взагалі фахівці цієї міжнародної організації вважають що втрати в галузі туризму можуть сягнути 1,1 трлн. доларів США. Таким чином, за їх прогнозами, таке різке падіння може призвести до скорочення світового ВВП на 2 трлн. доларів США [1].

Аналіз UNWTO свідчить про зниження числа подорожей до Азіатсько-Тихоокеанського регіону (за 9 місяців 2020 року на 82%), а до країн Близького Сходу на 73% за той же період. Міжнародні прибутки від туризму в Європі та США мають зниження на рівні 68% [1].

За прогнозами фахівців UNWTO, у разі впровадження дієвих заходів з боротьби з пандемією, у другій половині 2021 року можливе часткове відновлення діяльності туристичної галузі та поступове покращення фінансового становища. Але для повернення стану туристичної сфери до рівні 2019 року потрібно від 2-х до 4-х років [1]. Важливо і те, що самотужки, без підтримки держави туристичній галузі подолати ці виклики буде дуже важко. Керівництво більшості туристично привабливих країн це розуміють і вже розробляють плани (програми) відновлення туристичного сектору економіки. Позитивним є те, що інвестиції в галузь туризму, в тому числі з боку держави, на відміну від інших галузей економіки, є швидкоповертаємими.

Зрозуміло що на стан вітчизняних туристичних установ є також катастрофічним. В наш час, ефективність роботи вітчизняних туристичних установ багато в чому обумовлена середовищем його функціонування, впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, наявності дієвих заходів з боку держави у напрямку підтримки та збереження не тільки туристичного потенціалу, а й існування галузі взагалі. Бо саме в цій галузі працює велика кількість дрібних підприємств. Мається на увазі перш за все туристичні агенції, кафе, ресторани, невеликі готелі та хостели, дрібні перевізники, туристичні гіді тощо. Саме це середовище, де працювали цілі



родини, майже зруйновано непередбаченими, форс-мажорними обставинами.

Для початку системної роботи в цьому напрямку дуже важлива роль регуляторів та ліцензіатів туристичної галузі з числа державних структур, фіскальних, антимонопольних та контролюючих органів, які могли б сприяти відновленню вказаних напрямків, в тому числі шляхом виваженої податкової політики тощо.

Державні органи та установи, регіональні органи та органи місцевого самоврядування разом з установами туристичної галузі повинні спільно здійснювати заходи спрямовані на організацію комплексного, системного підходу щодо відновлення та розвитку туризму.

Наслідки та уроки пандемії свідчать про необхідність ревізії старих підходів, заміни старих правил, в тому числі у сфері організації та функціонування туристичної сфери. Чим скоріше та реальніше будуть заподіяні дії у цьому напрямку тим більше шансів не тільки на відновлення туризму, а й отримання доходів, в тому числі збільшення відсотків до ВВП країн. Споживачі туристичного продукту, після пандемії допоможуть відродженню галуззі, бо подорож це не тільки відпочинок, а й позитивний настрій та можливість своєрідної реабілітації після тяжких викликів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Офіційний сайт UNWTO (розділ статистика туризму). URL: <http://www.e-unwto.org>.

**Кукушкіна О. К.**

студентка

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сучасної економіки, що включає високу конкуренцію, мінливість умов навколишнього середовища, підприємствам необхідно докладати зусиль, щоб не лише розвинути, а й взагалі зберегти свої позиції на нестабільному та непередбачуваному ринку. Необхідно вміти прогнозувати зміни, орієнтуватися в трендах і тенденціях світового масштабу, також варто впроваджувати інноваційні технології та вдосконалювати власний продукт для задоволення поточних і перспективних потреб.

Для визначення ефективності роботи будь-якого підприємства та забезпечення його економічного зростання, усі процеси та ресурси компанії повинні підлягати оцінці – бути вимірюваними. При цьому вагоме значення має людський ресурс виробництва, тому що саме працівники – ключова ланка у досягненні успішності виробничої діяльності. Кожне підприємство потребує людського капіталу – співробітників, які володіють тими навичками та особистісними характеристиками, що дають змогу виконувати роботу найбільш ефективно та з максимальною віддачею.

У ході історичного розвитку економіка змінювалася, а разом з нею розвивалися погляди на вимоги до персоналу. Наприклад, на початку ХХ століття співробітник мав виконувати ряд примітивних робочих функцій. Такі дії, часто одноманітні та передбачувані, не вимагали від робітника наявності особливих якісних характеристик. Однак поступово технічний прогрес та стрімкий економічний розвиток призвів до того, що у нинішньому столітті компанія може досягти видатних результатів і бути ефективною лише за умови наявності висококваліфікованих спеціалістів – фахівців, які наділені необхідним потенціалом та докладають зусиль для саморозвитку.

У наш час конкурентоздатність підприємства обумовлюється насамперед компетенціями співробітників. Тому питання оцінки персоналу, вибору оптимальних інструментів для її реалізації, дотримання послідовності етапів оцінки, розуміння потреб даного процесу та цілей задля яких на підприємстві здійснюється оцінювання є таким актуальним у рамках сьогодення.

На наш погляд, для ефективного управління підприємством адміністративно-керівному складу слід приділяти достатню увагу виявленню та вивченню компетенцій працівників. Підхід з урахуванням зворотного зв'язку від персоналу через його оцінку дозволяє забезпечити відповідність стратегічних цілей компаній та кадрових компетенцій, що знову підтверджує актуальність проблеми правильного оцінювання персоналу. Крім того, ми обумовлюємо важливість дослідження даного питання недостатньою роздробленістю методологічних, теоретичних і практичних напрацювань в області оцінювання кадрів на підприємстві.

Існує багато поглядів на поняття оцінки персоналу, однак ми зупинимося на одному з найбільш містких, на нашу думку, визначень даного терміну. Оцінювання персоналу на підприємстві являє собою процес перевірки відповідності вимог до посади і характеристик співробітників (їх здібностей, навичок і мотивів). Тобто цілеспрямовано та ретельно порівнюються такі характеристики працівника, як ділові якості, професійно-кваліфікаційний рівень, результати праці у відповідності з вимогами тощо [1, с. 1].

Мета кадрового оцінювання включає в себе адміністративні, інформаційні та мотиваційні цілі [2, с. 9]. Хочемо наголосити, що крім чіткого розуміння цілей та постанови задач варто враховувати важливість регулярного моніторингу показників та прозорості системи оцінок для персоналу.

Однією з головних умов отримання достовірних результатів є правильність організації здійснення процедури оцінки. Послідовність етапів здійснення оцінки кадрів на підприємстві складається з таких кроків: визначення цілі, суб'єктів та об'єктів господарювання, встановлення критеріїв оцінки, вибір методів, проведення підготовчих заходів і процедури оцінки, аналіз

результатів та їх обговорення з персоналом, прийняття необхідних коригуючих рішень і контроль за ходом їх виконання.

Для оцінки персоналу можна використовувати різноманітні методи: кількісні, якісні або комбіновані [3, с. 603]. Ми зосередимо увагу на тих, що на наш погляд є актуальними для оцінки персоналу на підприємстві: метод парних порівнянь, метод ранжування, шкали спостереження за поведінкою, а також рейтингові шкали, метод «360», управління за цілями та атестація. Для оцінювання потенціалу робітників використовуються такі методи, як управління результативністю, ділові ігри, метод інтерв'ю, ассесмент-центр та різні тестові інструменти.

Наголосимо, що при виборі методів кадрового оцінювання слід ставити на мету отримання найбільш точної, близької до реальної картини показників. Тому для кожного окремого випадку слід обирати свій метод, пам'ятаючи, що оцінювання лише результатів роботи веде до втрати важливої інформації про способи її виконання (наприклад, їх прийнятність для компанії), а фокус лише на показниках якості роботи – до втрати мети і сенсу праці. Комбінування технологій – запорука отримання більш цілісної картини, аніж використання поодиноких методик.

Зважаючи на різноманіття методів та процедур, сьогодні вітчизняним підприємствам складно усвідомити важливість адекватного підбору методичного інструментарію для оцінки кадрів та реалізувати його. Ми вважаємо, що таке становище призводить до уповільнення розвитку малих та середніх підприємств, які мають менше коштів для фінансування надійних інструментів оцінювання персоналу. Тому українським підприємствам варто не лише активно включати в процес управління персоналом процедуру оцінювання, а й активно працювати над впровадженням сучасного методичного забезпечення оцінки кадрів.

Отже, наше дослідження методичного забезпечення оцінки персоналу підприємства, огляд етапів, критеріїв та загальної структури процесу оцінки дозволило обґрунтувати важливість доопрацювання наявного методичного, теоретичного та практичного доробку у сфері оцінки кадрів на підприємстві. Також ми

підтвердили значущість методичних рекомендацій та їх ролі у отриманні достовірних результатів, що у свою чергу безпосередньо впливає не лише на якість оцінки, а й на загальну роботу організації, комунікацію між різними рівнями персоналу та успішний розвиток підприємства.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Григор'єва Н.О. Оцінка якості персоналу в системі ефективного управління: VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив» (23–25 листопада 2011 р.) [Електронний ресурс] / Н.О. Григор'єва. – Режим доступу: <http://intkonf.org/grigoreva-no-otsinka-yakosti-personalu-v-sistemi-efektivnogo-upravlinnya>.

2. Зайнетдинова И.Ф. Оценка деятельности работников организации : учеб.-метод. пособие / И.Ф. Зайнетдинова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 120 с.

3. Романадзе Катерина Леванівна, Сьоміна Анастасія Павлівна. Огляд методів оцінки персоналу у сучасних організаціях. *Московський економічний журнал*. 2019. № 1. С. 602–610. DOI:10.24411/2413-046X-2019-11072.

**Марченко В. Ю.**  
студент 2 курсу магістратури

*Харківський регіональний інститут державного управління  
Національної академії державного управління  
при Президентіві України  
м. Харків, Україна*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ**

Відродження машинобудівної галузі, забезпечення її випереджаючого розвитку – одна з найважливіших умов побудови постіндустріального суспільства, що базується на ефективному використанні наукових знань і високих технологій. Машинобудування має ключове значення для технологічного переозброєння всіх галузей виробництва. Проте відродження є неможливим без проведення аналізу конкурентоспроможності окремих підприємств на ринку з метою виявлення позитивних та негативних аспектів діяльності таких суб'єктів господарювання.

Для визначення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на ринку необхідно виділення методів, що можуть застосовуватись при подібному аналізі. На сьогоднішній день розроблено безліч методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, Узагальнивши результати наукових досліджень із цього питання, розглянемо деякі з них.

Матричні методи є найбільш широко застосовуваними через свою простоту та наочність [1, с. 25–38].

Матриця «зростання/доля», що розроблена ведучою консалтинговою компанією Boston Consulting Group (БКГ). Найбільш конкурентоспроможні будуть ті, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку.

Матриця «привабливість галузі/позиція в конкуренції» (так звана модель GE/McKinsey), що створена компанією General Electric. Найбільш конкурентоспроможні згідно цієї моделі є

підприємства, які мають більш сильні позиції в конкуренції та працюють в більш привабливих галузях.

Матриця Портера. Продуктивність використання ресурсів є відображенням конкурентоспроможності. Тому, для підтримки конкурентоспроможності на належному рівні, підприємство повинно забезпечити найбільш ефективне використання всіх наявних ресурсів та тих що закупаються для використання у майбутньому. На підставі наведеного, конкурентоспроможність можна виміряти за допомогою визначення продуктивності використання ресурсів [5, с. 291–296]. В методології, запропонованій Портером, пропонується використовувати як оцінку продуктивності показник рентабельності виробництва.

Плюси: забезпечення об'єктивної оцінки. Мінуси: не дає можливості проаналізувати причини, які призвели до наявної ситуації, що ускладнить розробку подальшого плану дій та прийняття управлінських рішень, крім того, такі методи вимагатимуть наявності точної інформації, а це пов'язане з необхідністю проведення додаткових досліджень, зокрема і маркетингових.

Методи, які базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції, групують із використанням поняття «ефективного споживання». Ключові положення таких методів в тому, що конкурентоспроможність підприємства і товару перебувають у прямій залежності, тобто зі зростанням конкурентоспроможності товару зростає і конкурентоспроможність підприємства. При розрахунку показника конкурентоспроможності за кожним видом продукції використовуються економічні і параметричні індекси конкурентоспроможності. Плюси: основу таких методів представляє оцінка однієї з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможності товару або послуги. Мінуси: такі методи не дають повного уявлення про сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства підміняється конкурентоспроможністю товару і не включає інші характеристики його діяльності.

Методи, в основу яких покладено теорію ефективної конкуренції. Теорія ефективної конкуренції полягає в тому, що найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, які змогли найкраще налагодити взаємодію всіх служб та підрозділів. Причому вважається, що на ефективність функціонування будь-якого з підрозділів впливає цілий комплекс факторів, що характеризують діяльність підприємства з точки зору використання ресурсів. Тому оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів полягає в оцінці ефективності використання підрозділами в процесі діяльності вищезазначених ресурсів.

Прикладом цього підходу є методика консультаційної американської фірми «Dun & Bradstreet», яка спирається на три групи показників [6, с. 65–83]: до першої групи включаються показники ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства; до другої – показники, що характеризують стан виробничої сфери діяльності підприємства; третю групу формують показники, що пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства.

Плюси: при використанні такого методу відбувається облік найрізноманітніших складових елементів діяльності підприємства. Мінуси: основоположною засадою методики є ідея про те, що рівень конкурентоспроможності підприємства можна визначити за допомогою простого додавання показників здатності підприємства до досягнення конкурентних переваг. Але сума різноманітних показників діяльності такої складної системи як підприємство частіше не дає об'єктивних результатів діяльності всієї системи в цілому.

Реалізація комплексних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюється з використанням методу інтегральної оцінки. Згідно із цією методикою вважають, що конкурентоспроможність підприємства – це інтегральна величина стосовно поточної та потенційної конкурентоспроможності.

В даному випадку поточна і потенційна конкурентоспроможність, їх співвідношення в контексті застосування інтегрального показника конкурентоспроможності можуть відрізнятися залежно від методу, що використовується.



Комплексні методи можна умовно класифікувати за двома напрямками: ті, що базуються на окремих показниках конкурентоспроможності; ті, що передбачають розробку зведеного показника конкурентоспроможності.

Плюси: дають можливість визначити сучасний стан конкурентоспроможності, а також простежити її динаміку, тенденції та надати прогноз на майбутнє. Мінуси: в ході визначення поточної і потенційної конкурентоспроможності використовуються методи, які були розглянуті вище, а це означає, що і недоліки тих підходів притаманні й цьому методу [2; 3; 4].

На підставі здійсненого аналізу методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, можна дійти висновку, що ідеальної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства не існує. Зазначені в роботі недоліки розглянутих методів оцінки конкурентоспроможності підприємств обумовлюють обмежені можливості до їх практичного застосування.

Різноманіття існуючих сьогодні методів ускладнює вибір найкращих методів оцінки. Тому видається необхідним застосувати окремі елементи кожного з методів, згрупувавши та розрахувавши основні показники конкурентоспроможності підприємства.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности. *Маркетинг*. 2003. № 4 (71). С. 25–38.
2. Білоусько Т.Ю. Вибір матричних методів в обґрунтуванні стратегії розвитку підприємства. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=Vkhnau\\_ekon\\_2013\\_5\\_17](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vkhnau_ekon_2013_5_17) (дата звернення: 10.01.2021).
3. Колмакова О.М. Основні принципи побудування економічного механізму прогнозування та швидкого реагування на подію «настання кризи». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків : УкрДАЗТ, 2011. № 34. С. 399–401.
4. Колмакова О.М., Смачило В.В. Адаптація систем збалансованих показників для оцінювання діяльності транспортних підприємств. *Вісник*

*економіки транспорту і промисловості*. Харків : УкрДАЗТ, 2011. № 33. С. 191–194.

5. Портер М. Конкуренція. Москва; Санкт-Петербург; Киев : Вільямс, 2006. 608 с.

6. Рубин Ю. Стратегії конкурентного поведіння суб'єктів підприємства: пошук раціонального вибору. *Общество и экономика*. 2005. № 2. С. 65–83.

**Павлюк А. П.**

студент

*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна*

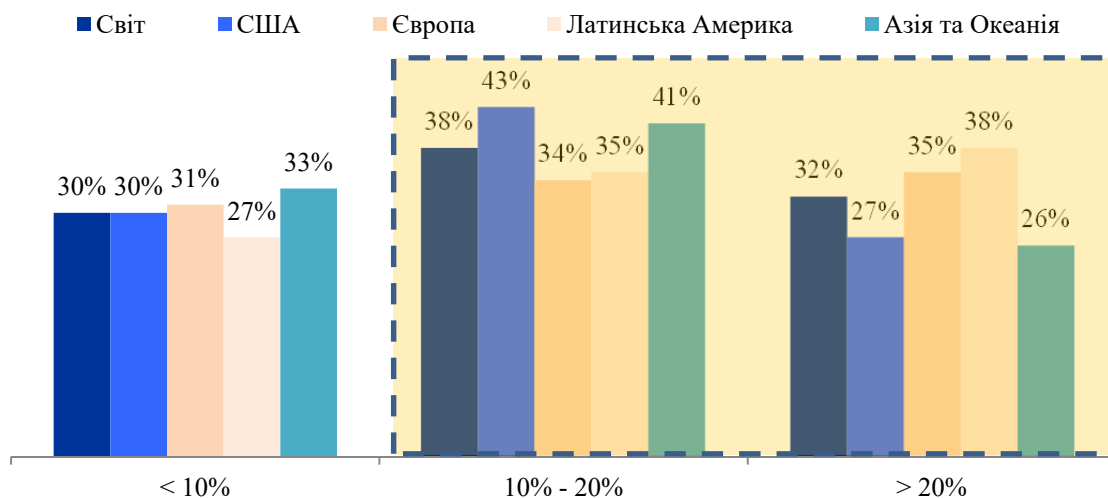
## **ЕФЕКТИВНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Ефективне управління витратами є важливою складовою розвитку та фінансової стійкості підприємства. Основною метою діяльності будь-якого підприємства є збільшення прибутку та зменшення витрат. Тому ефективна система управління витратами повинна давати змогу точно аналізувати витрати на підприємстві та забезпечувати ефективне виробництво, шляхом планування зниження витрат на майбутні періоди.

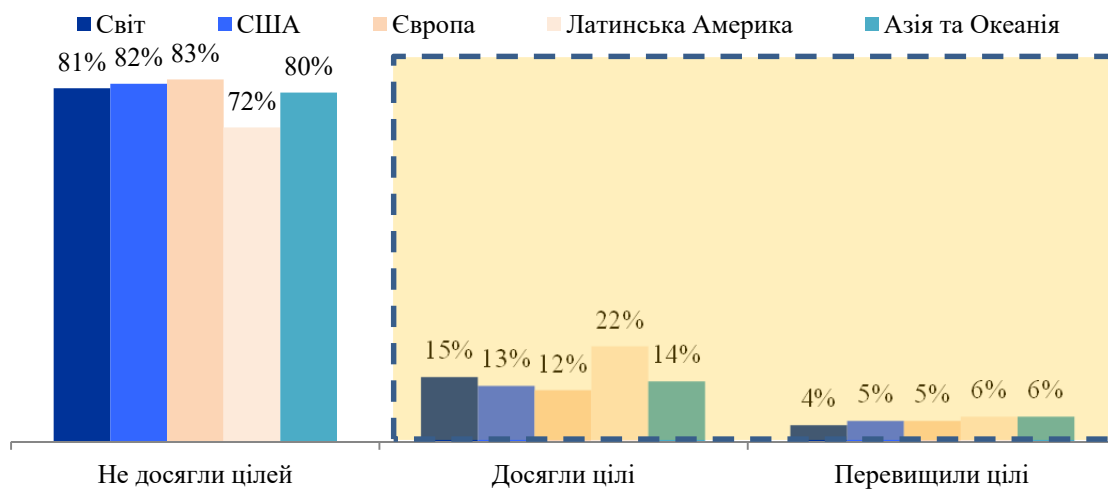
Відповідно до «Deloitte Cost Management Report 2019–2020», у середньому 68% опитаних компаній стверджували про свої наміри скоротити сукупні витрати на понад 10%. Більше того, 37% та 34% компаній, представлених в Латинській Америці та Європі заявили цільове скорочення витрат на понад 20%.

Як показує досвід, досягнення високих результатів в сфері скорочення витрат вимагає використання інноваційних рішень. Більшість з опитаних компаній використовували традиційні підходи (скорочення кількості працівників або їх заробітних плат, відмова від інвестицій у виробництво, скорочення філій та

асортиментного ряду). Як результат, такі заходи не дали очікуваного ефекту.



**Рис. 1. Планові обсяги скорочення витрат компаніями у розрізі регіонів, 2019–2020 [1, с. 7]**



**Рис. 2. Відповідність фактичного зниження витрат до поставлених цілей за регіонами [1, с. 8]**

Застосування тих чи інших стратегій скорочення витрат у бізнесі вимагає точного прогнозування результатів прийняття таких рішень не лише у короткостроковій, але і в довгостроковій перспективі. Аналітики компанії «Ехаго» запропонували підхід, де поділили витрати на «правильні» та «неправильні».

**Стратегічна матриця скорочення витрат,  
запропонована компанією «Exago» [2, с. 7]**

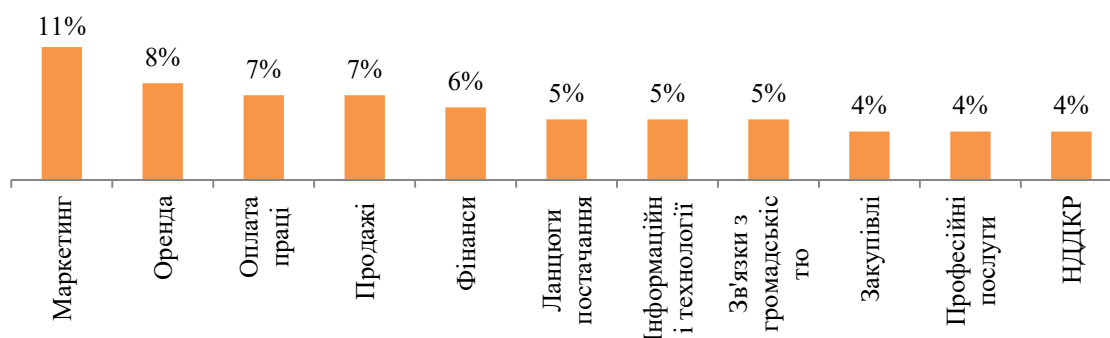
	<b>Мікро-рівень</b>	<b>Макро-рівень</b>
«Правильні витрати»	Інвестиції в виробничий процес, що дають ефект в довгостроковій перспективі (автоматизація виробничих процесів, підвищення кваліфікації працівників тощо)	Оптимізація робочих умов (реконструкція та Редизайн офісів або аутсорсинг офісний площ)
«Неправильні витрати»	Часткова або повна відмова від постійних витрат (скорочення споживання електроенергії в будівлях, відключення ліфтів та світла поза робочим часом)	Закриття напрямів бізнесу або географії, скорочення працівників та пов'язаних з ними витрати, скорочення товарних ліній та послуг

Більш того, фокус на пошуку ефективних шляхів скорочення витрат посилюється з приходом пандемії COVID-19. Порівняно з рівнем до COVID-19, ймовірність здійснення ініціатив щодо зменшення витрат у всьому світі зросла на 74% [1, с. 16]. Дві з трьох компаній у світі (66%) планують застосовувати стратегії зменшення витрат протягом наступних 12 місяців, порівняно з 38%, про які повідомляли до COVID-19 [3].

Дослідження американської консалтингової та аналітичної компанії Gartner показує, що в першу чергу компанії готові скорочувати свої витрати, пов'язані з дистрибуцією і продажем товарів та фондом оплати праці. В той же час, позитивною тенденцією є небажання компаній відмовлятися від науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Такий підхід, може не дати швидкого результату, але націлений на збереження виробничого, технологічного та наукового потенціалу компаній в майбутньому.

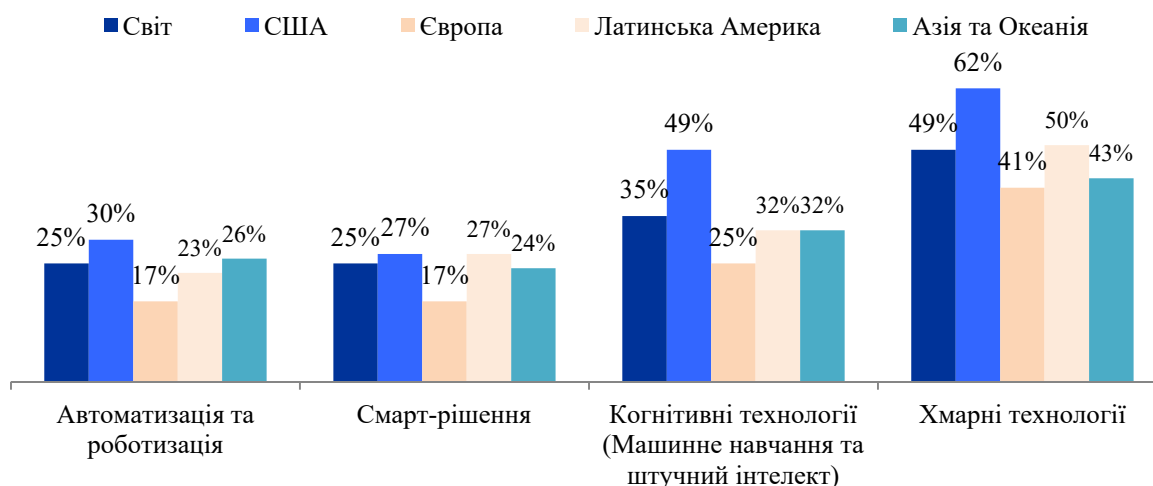
В теоретичній площині, існують різні підходи до визначення найбільш ефективних методів скорочення витрат: стандарт-кост (standard-cost) – виявлення відхилень від встановлених норм витрат з метою оптимізації витрат шляхом їх наближення до встановлених

норм, директ-костинг (direct-costing) – регулярний контроль за витратами, шляхом об'єднанням виробничого та фінансового обліку та таргет-костинг (target-costing) – формування собівартості продукції, яка базується на готовності споживача платити за товар, який пропонується. Іншими поширеними підходами є також CVP-аналіз, метод ABC та інші [5].



**Рис. 3. Скорочення витрат компаніями, залежно від сфери їх виникнення, 2020 [4]**

Позитивною тенденцією є готовність компаній імплементувати у свою політику скорочення витрат інноваційні рішення, найпоширенішими з яких є машинне навчання, штучний інтелект та хмарні технології.



**Рис. 4. Відсоток компаній, що планують використовувати інноваційні рішення в сфері скорочення витрат у розрізі регіонів [1, с. 32]**

В цілому, ефективна система управління витратами на підприємстві повинна відповідати наступним цілям [6, с. 5]:

- постійний аналіз витрат ресурсів, які використовуються для найважливіших видів діяльності підприємства;
- аналіз та усунення витрат, які не несуть цінності та можуть бути усунені без шкоди для виробництва;
- пошук та оптимізація нових шляхів зниження витрат під час виробництва.

Отже, проведений аналіз сучасних систем управління витратами показав, що для оптимізації управління витратами необхідний індивідуальний підхід до вибору існуючих систем управління витратами. Ефективне управління витратами дає змогу забезпечити підприємству швидке прийняття управлінських рішень, інформацію щодо собівартості та доцільності виробництва певної продукції та встановлення конкурентної щодо витрат ціни.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Deloitte Cost Management Report 2019–2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-operations/us-global-cost-survey-2019.pdf>.
2. Exago, Strategic cost-cutting and improvements in the innovation corporate agenda. URL: <https://www.exago.com/wp-content/uploads/2017/10/Strategic-cost-cutting-and-improvements-in-the-innovation-corporate-agenda.pdf>.
3. Deloitte 2020 Enterprise transformation and cost reduction survey. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/operations/articles/global-cost-management-survey.html>.
4. Gartner Survey Shows CFOs Will Make More Cost Cuts in 2020. URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-06-15-gartner-survey-shows-cfos-will-make-more-cost-cuts-in-2020>
5. Т.І. Шутько. Економічна сутність управління витратами підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3681>.
6. More for less: Five steps to strategic cost reduction. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/insurance/publications/firing-on-all-cylinders-five-steps-to-strategic-cost-reduction.pdf>.

**Покотило Т. В.**

доцент кафедри управління персоналом та економіки праці

**Басалаєва Д. В.**

студентка 2 курсу магістратури

*Харківський регіональний інститут державного управління*

*Національної академії державного управління*

*при Президентові України*

*м. Харків, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Поняття «організаційна культура» привертає увагу теоретиків і практиків у сфері розвитку підприємницької діяльності. Адже від формування організаційної культури залежить можливість організації не тільки вижити у складних соціально-економічних умовах, а й працювати із запланованою ефективністю завдяки прийняттю дієвих управлінських рішень.

Серед зарубіжних вчених, які присвятили свої наукові роботи дослідженню феномену «організаційна культура» можна назвати М. Армстронга, П. Вейла, К. Камерона, Б. Карлофа, Р. Куінна, Д. Мацумото, Д. Ньюстрома, Д. Олдхема, У. Оучі, Б. Фергана, А. Фурнхама, Г. Хофстеде, Е. Шайна, К. Шольца та ін. В Україні процесу наукових досліджень, ролі, формування й тлумачення даної категорії присвячені праці Виханського О.С., Виноградської А.М., Завадського Й.С., Кредісова А.І., Короткова Е., Максименко А., Наумова А.І., Палеха Ю.І., Тимошенко Н.Л. та ін.

Поняття «організаційна культура» є одним із базових понять у теорії управління персоналом. Організаційна (корпоративна) культура є основним показником управління організаційною поведінкою. З приводу зазначеного М.О. Чупріна визначає, що роль корпоративної культури для розвитку будь-якої організації визначається низкою обставин. По-перше, вона надає працівникам організаційної ідентичності, визначає уявлення про компанію та є важливим джерелом стабільності та наступності в організації.

По-друге, знання основ організаційної культури своєї компанії допомагає новим працівникам вірно сприймати події, що відбуваються в організації, та визначати їх значимість. По-третє, внутрішня культура організації стимулює самосвідомість, високу відповідальність працівника, тим самим ідентифікує його як рольову модель (зразок) [5, с. 244].

Едгар Шайн визначає поняття «організаційної культури» як: «сукупність основних переконань, сформованих самостійно, засвоєних або розроблених визначеною групою в міру того, як вона вчиться розв'язувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які виявилися досить ефективними, щоб вважатися цінними, а тому передаватися новим членам як правильний образ сприйняття, мислення й відношення до конкретних проблем [1, с. 241]». У енциклопедичному словнику дає визначено досліджуване поняття наступним чином: організаційна культура – специфічне об'єднання цінностей, відносин, норм, звичок, традицій, форм поведінки й ритуалів, що існують в організації [2, с. 462].

Ядром організаційної культури, безумовно, є цінності, на основі яких формуються норми та форми поведінки в організації [4]. Цінності у такому випадку є стимулом, необхідною умовою для будь-якої взаємодії. Завдяки цінностям, які є ключовою ланкою та від якої залежить згуртованість колективу, формується єдність поглядів та дій, що безпосередньо впливає на досягнення цілей організації.

Формування організаційної культури в організації складний і тривалий процес, який потребує розробки певного механізму, що поєднає внутрішні можливості формування організаційної культури із зовнішніми чинниками. Одним з важливих елементів механізму формування організаційної культури є побудова чіткого алгоритму за яким відбуватиметься її становлення. Елементами механізму виступають: мета та цілі впровадження організаційної культури в організації, місія, принципи, внутрішні та зовнішні фактори впливу, функції, суб'єкт та об'єкт організаційної культури.



Отже, метою даного механізму є: виховання у працівників ставлення до підприємства як до своєї другої домівки, прийняття встановлених норм поведінки та вирішувати будь-які проблеми без конфліктів.

Для досягненні мети, необхідно дотримуватися до вимог процесу формування організаційної культури. Щодо впливу факторів зовнішнього середовища, то вони характеризуються складністю, оскільки це середовище формує не один фактор, а їх сукупність, взаємозв'язками між факторами, що проявляється в певному ступені впливу одного фактору на інший; невизначеністю, яка впливає на методику прогнозування поведінки факторів і, відповідно, формування організаційної культури, а також динамічністю середовища, що характеризує рухливість факторів та різну швидкість впливу.

Внутрішні фактори доповнюють загальну картину залежності організаційної культури від різних чинників. Вони є наслідком стану внутрішнього середовища підприємства.

До принципів формуванні організаційної культури можна віднести принципи: комплексність, ціннісні орієнтація, системна оцінка, історичність та нав'язування. Принцип нав'язування характеризується відмовою від примусового втручання або певного виду організаційної культури. Комплексність оцінки організаційної культури включає в себе поєднання різних методів оцінки. І звичайно необхідно приділяти увагу при визначенні цінностей, традицій та філософії організації.

До функцій формування організаційної культури можна віднести моделювання, реалізацію, а також адаптивну та інтеграційну функції [5].

Реалізаційна функція спрямована на втілення запланованого образу організаційної культури в життя із оптимальними затратами зусиль, часу та подолання опору персоналу до нововведень.

Моделювання спонукає до впровадження різних напрямів розвитку підприємства на основі факторів організаційної культури.

Інтеграційна функція передбачає комплекс чинників, таких як норми і зразки поведінки, ціннісні орієнтації і мову між різними структурними підрозділами підприємства.

Адаптивна функція полягає у забезпеченні адаптації (приспособлення) людини до зовнішнього середовища та на формування організаційної культури підприємства.

Заключним етапом формування культури організації є об'єкт, тобто головний елемент функціонування підприємства – його колектив. Процес формування організаційної культури організації доцільно розглядати як комплекс трьох взаємодоповнюючих етапів:

– оцінка поточного стану організаційної культури, її впливу на економічні результати діяльності організації, його конкурентоспроможність, вплив організаційної культури на мотивацію та продуктивність праці персоналу, вплив організаційної культури на здійснення організаційних змін;

– формування плану розвитку бажаної організаційної культури, який буде спрямований на зміну та вдосконалення існуючих характеристик організаційної культури;

– контроль та оцінка ефективності заходів, які направлені на вдосконалення організаційної культури.

При цьому основних зусиль необхідно докласти до вибору технології, завдяки якій можна забезпечувати постійну активність та зацікавленість всього персоналу підприємства процесом формування організаційної культури.

Висновок. Перспективним напрямом формування очікуваної поведінки та її ціннісних передумов (цілей, завдань) бачимо в адаптації працівника до особливостей організації та його ідентифікації з організацією. До найпоширеніших шляхів передавання культури працівникам слід віднести соціалізацію, церемонії та ритуали, історію, слогани та норми.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Армстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем / М. Армстронг. – Ростов на Дону: Феникс, 1998. – 354 с.

2. Короткий енциклопедичний словник / уклад. В.І. Тарасенко. – Київ: Укр. центр духовн. культури, 1998 – 986 с.

3. Данчева О.В. Практична психологія в економіці та бізнесі / О.В. Данчева, Ю.М. Швалб. – Київ: Лібра, 1998. – 270 с.

4. Захарчин Г.М. Технологічні аспекти формування організаційної культури на підприємстві / Г.М. Захарчин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 640 – С. 279–284.

5. Чупріна М.О. Організаційна культура працівника як об'єкт формування організаційної поведінки / М.О. Чупріна // Національний технічний університет України «КПІ», 2009. – № 1. – С. 244–246.

6. Савчук Л.М. Організаційна поведінка / Л.М. Савчук, Н.Ю. Бутейко, А.М. Власова та ін. – Київ: КНЕУ, 2001. – 250 с.

**Сергієнко А. О.**  
студентка

**Македон Г. М.**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту

*Відокремлений підрозділ Національного університету  
біоресурсів і природокористування України  
«Ніжинський агротехнічний інститут»  
м. Ніжин, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ М'ЯКИХ ІГРАШОК**

Особливості сучасних економічних відносин стимулюють підприємства до пошуку інструментів для стимулювання розвитку, надаючи їм високий рівень конкурентоспроможності. Стратегії конкурентоспроможності бізнесу розглядаються як один із цих інструментів, оскільки їх успішне стійке функціонування визначається їх конкурентною позицією на ринку [2, с. 67].

Багато науковців досліджували питання управління конкурентоспроможністю підприємств, зокрема: Іжевський П. [1], Гудзь О.Є. та Степасюк О.С. [3], Дибчук Л.В. [4], Ільченко І.Ю., Шарко В.В., Лоянич Г.С., Гавенко М.С. [6] та ін. Водночас, ми маємо за мету дослідити конкурентоспроможність виробника

м'яких іграшок з урахуванням глобальних тенденцій та споживчих настроїв.

Протягом 2017–2019 років обсяг ринку іграшок зростав і у 2019 році сягнув 740 млн дол. Очікуване зниження у 2020 році прогнозують на рівні 10–25%. Експорт у 2019 році становив 31,2 млн дол., а прогнозоване падіння може скласти всього 3%. Обсяг глобального ринку м'яких іграшок до 2026 року становитиме 12890 млн дол. США з 8735,6 мільйонів доларів у 2020 році при сукупному середньорічному темпі росту 6,7% протягом 2021–2026 років [5].

У цілому на ринку України на даний момент 112 імпортерів, 172 – експортерів і більше 2000 роздрібних точок, що підкреслює важливість конкурентної боротьби на даному ринку.

Структура ринку іграшок України у 2019 і 2020 роках представлена на рис. 1. Як бачимо основним місцем офлайн продажів залишаються спеціалізовані магазини, відповідно є гостра потреба заключати договори і співпрацювати в першу чергу саме з такими магазинами, які одночасно можуть поєднуватися з ігровими центрами, парками розваг, дитячими кафе.

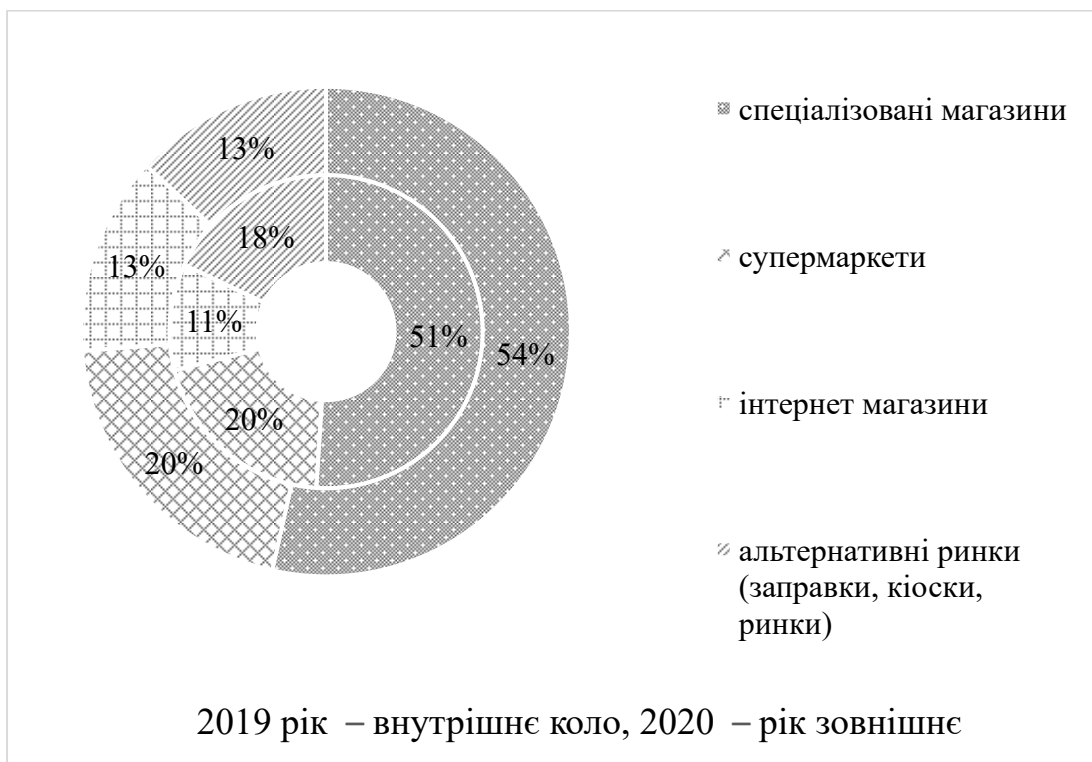


Рис. 1. Структура ринку іграшок України, 2019–2020 рр. [5]

За даними дослідження Української асоціації індустрії іграшок, основною людиною, що приймає рішення про вибір іграшки, залишається мама. У жовтні 2020 року вона купувала іграшки в 4,8 рази частіше тата. У 2020 році її роль незначно знизилася на користь тата дитини, який тепер головний у товарної полиці в 21,5% випадків. Також на 11,4% в порівнянні з дослідженням 2019 року і на 32% в порівнянні з дослідженням 2018-го зросла роль дитини. Саме тому, інтернет-маркетинг в першу чергу фірма повинна бути направлена на мам, а вже тоді на дітей. Прикладами є сторінки мам-блогерів та дитячі канали на youtube.

Основним мотивом покупки залишається бажання розвивати дитину, зростання цього стимулу склало 6,4%. Трохи підвищилася пріоритетність свята в порівнянні з 2019 роком. Спостерігається деяке зниження мотивів «бажання дитини» і «бажання заохотити». Втім, більшість респондентів не обмежуються тільки одним мотивом при виборі іграшок для їх покупки.

Безпека іграшки все ще відіграє ключову роль при виборі іграшки для покупки – її називають 88,2% респондентів. «Ціна» поступово наздоганяє цей критерій – її вважає ключовою для себе 76% опитаних. Серед м'яких іграшок основну частку споживчого попиту складають іграшки з мільтфільмів.

Найбільші суми батьки витрачають на покупку подарунка до Дня народження дитини. У 2020 році 32,7% респондентів готові витрачати на його покупку від 1000 грн і більше. Купівля іграшки дешевше 600 грн продовжує втрачати вагу.

Інтернет-магазини і торгові мережі продовжують займати лідируючі позиції в якості місць покупки іграшок, особливо, враховуючи карантинні обмеження 2020 року.

Серед улюблених онлайн-магазинів в 2020 році покупці називають значну кількість українських та іноземних ресурсів. Два минулорічних лідера Rozetka і Rana, на яких представлені і товари досліджуваної ТМ «Копиця».

Загальна діджиталізація дає про себе знати у всіх сферах. Українці стали ще більше споживати віртуальні розваги та

відеоконтент. Через пандемію вже не тільки покупки, а й медконсультації, робочі зустрічі і переговори онлайн стали новою нормою. З'явився попит на багатосервісний e-commerce з швидкими безконтактними доставками. Стосовно ТМ «Копиця», то 2020 рік стимулював більш активний розвиток онлайн магазину, зокрема зросла частка продажів онлайн. Крім того активізувався розвиток сторінок в соціальних мережах.

Постачальники по всій Європі поступово переносять свою увагу на виробництво екологічно чистих іграшок. Це пов'язано зі зростанням переваг споживачів до зелених іграшок. Крім того, багато питань безпеки та охорони здоров'я, пов'язаних із сировиною, яка використовується у виробництві іграшок, спонукають батьків та вихователів вибрати іграшки з екологічно чистих матеріалів. Таким чином, поява екологічно чистих іграшок є одним із ключових факторів, що сприятиме зростанню ринку іграшок у Європі.

Отже, ключовими тенденціями при виробництві м'яких іграшок повинні залишитися безпечність та екологічність. У той же час при реалізації товару маркетингові заходи доцільно направляти на мам та дітей за допомогою доступних онлайн ресурсів, налагоджувати співпрацю зі спеціалізованими офлайн магазинами.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Stadnyk V., Izhevskiy P., Khrushch N., Tomalja T. Investment priorities of the national economy sectors development. *Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management*. 2019. № 3, pp. 155–160.
2. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 66–70.
3. Гудзь О.Є., Степасюк О.С. Формування та механізм реалізації стратегії управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 168. Ч. 1. С. 194–203.
4. Дибчук Л.В., Пчелянська Г.О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. *Проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 54–60.

5. Ринок іграшок України в 2020 році в цифрах, фактах і графіках. URL: <https://rau.ua/novyni/rynok-ygrushek-ukrayny-2020/> (дата звернення 25.12.2020).

6. Шарко В.В., Лоянич Г.С., Гавенко М.С. Формування конкурентної стратегії підприємства торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6 (1). С. 222–226.

**Фаталов В. В.**

аспірант

**Мохамед Саад Хуссейн Ібрахім**

аспірант

*Східноукраїнський національний університет*

*імені Володимира Даля*

*м. Северодонецьк, Україна*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТРУКТУРУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ**

Під інвестиційним портфелем розуміється якась сукупність цінних паперів. Зазвичай на ринку продається якась інвестиційна якість із заданим співвідношенням ризик/доходність, яке в процесі управління може бути покращено [2]. Що привабливого в здійсненні портфельного інвестування? Перш за все, те, що воно дозволяє планувати, оцінювати, контролювати кінцеві результати всієї інвестиційної діяльності в різних секторах фондового ринку. Портфель являє собою цілеспрямований набір питомих ваг корпоративних акцій, облігацій та інших цінних паперів з різним ступенем забезпечення і ризику. Наприклад, для великого виробничого комплексу даний набір може мати на меті підвищення капіталізації підприємства, тим самим підвищуючи ліквідність його акцій за рахунок їх викупу з фондового ринку. Таким чином, вважаємо за доцільне ввести поняття «цільовий інвестиційний портфель», яке більш точно відповідає авторським визначенням портфеля. Основне завдання портфельного інвестування – поліпшити умови інвестування, додавши сукупності цінних паперів

такі інвестиційні характеристики, які недосяжні з позиції окремо взятого цінного паперу і можливі тільки при їх комбінації. При портфельному управлінні активи розглядаються як єдиний об'єкт управління, метою якого є досягнення найбільшої прибутковості активів при підтримці необхідного рівня їх ліквідності і дотримання мінімального ризику [3].

Особливості розвитку вітчизняної економіки дозволили підійти до визначення портфельних інвестицій з двох різних сторін:

- формування інвестиційного портфелю на основі класичного підходу;
- формування інвестиційного портфеля з урахуванням реального стану економіки.

Важливо порівняти ці два підходи, щоб показати їх властивості та відмінності. Положення класичного портфельного інвестування:

1. Інвестор протягом певного періоду в своєму розпорядженні має ресурси, що повинні бути найбільш оптимально інвестовані і отримані разом з прибутком в кінці періоду.

2. Зміна структури портфелю протягом цього періоду не передбачається.

3. Портфель завжди дивідендний (що не виключає зростання його курсової вартості).

4. Включені в портфель цінні папери характеризуються двома параметрами: очікуваним доходом і стандартним відхиленням, що показує діапазон розбіжності очікуваного і реального доходу.

Відмінні риси реального портфеля:

1. Портфель курсовий, тобто дохід у ньому складається із зростання курсової вартості вхідних у нього паперів.

2. Якщо в класичному портфелі повернення вкладених коштів вважається подією майже достовірною, то в реальному житті досить імовірно їх зменшення, що і підвищує значущість портфельного підходу як методу зниження ризику.

3. Структура портфеля може змінюватися. При цьому застосовується метод довгострокового планування, тобто мета



управління таким портфелем – отримання прибутку не від щоденних коливань, а на основі довгострокових тенденцій.

Для промислового підприємства інвестиційний портфель, хоча і не є самоціллю, але може принести досить великий прибуток. Також важливу роль відіграє процес управління оновленням портфеля. Серед чинників, аналіз яких впливає на прийняття рішення про проведення оновлення портфеля, можна виділити наступні:

- цикл і кон'юнктура ринків цінних паперів і альтернативних вкладень;
- фундаментальні макроекономічні зміни (очікуваний рівень зростання капіталу, інфляції, процентних ставок, курсів валют, промислове зростання або спад);
- фінансовий стан конкретного емітента;
- вимоги інвесторів зі зміни управління підприємством, виплати дивідендів, погашення кредитів;
- політичні та психологічні аспекти інвестування.

Після визначення структури портфеля необхідно вибрати схему його подальшої зміни. Для цього може бути вибрано декілька підходів. Розглянемо найбільш часто використовуваний. Визначається питома вага кожного типу цінних паперів в портфелі і підтримується постійною протягом наступних часів. Наприклад, для активного портфеля: акції – 60%, корпоративні облигації – 30%, державні та муніципальні короткострокові цінні папери – 10%. При пасивній стратегії управління: акції – 15–20%, державні та муніципальні короткострокові зобов'язання – 60–80%, валютні ф'ючерси – до 10%. Оскільки відбуваються коливання вартості того чи іншого виду цінних паперів, настають терміни їх погашення, то необхідно періодично переглядати портфель, щоб зберегти в ньому початкове співвідношення фінансових інструментів.

На практиці існують два способи управління портфелем цінних паперів акціонерного товариства – самостійний і трастовий (довірчий). Перший спосіб – це виконання всіх управлінських функцій, пов'язаних з фондовим портфелем, його власником самостійно. Другий спосіб – передача всіх або більшої частини

функцій по управлінню портфелем іншої юридичній особі у формі трасту (довірчих операцій з ланцюговими паперами). В якості такої довірчої особи (трасту) можуть виступати комерційні банки (їх трастові відділи); трастові компанії, створювані банками; інвестиційні банки і фонди. Поширеним методом зниження ризику втрат інвестора служить диверсифікація портфеля, тобто придбання їм різних типів цінних паперів (оптимально від 8 до 15 видів).

Портфель, що формується інвестором, складається з декількох активів, кожен з яких має свою очікувану дохідність. Зазначена очікувана прибутковість по кожному окремому активу визначається наступним чином. Спочатку розглядаються ймовірності отримання доходу і визначаються на підставі аналізу даних фондового ринку їх значення. Наприклад, з можливого діапазону коливання прибутковості акцій від мінімального значення 10% до максимального 24% ймовірності граничних і проміжних значень складають:

Дохідність, %	10	13	18	24	
Вірогідність, %	30	35	20	15	Разом: 100

Очікувана прибутковість конкретного активу визначається як середня арифметична, де вагами виступають ймовірності кожного результату події. У розглянутому прикладі очікувана прибутковість акції складе:  $10\% \cdot 0,30 + 13\% \cdot 0,35 + 18\% \cdot 0,20 + 24\% \cdot 0,15 = 14,75\%$ .

Очікувана прибутковість портфеля  $d_n$  розраховується як середньозважена величина очікуваних доходностей різних активів, що входять до нього. Тобто вона розраховується за виразом:

$$d_n = \sum_1^N d_i \cdot y_i, \quad (1)$$

де  $d_i$  – очікувана прибутковість по  $i$ -му активу;

$y_i$  – питома вага вартості  $i$ -го активу в загальній вартості всіх активів, що входять в портфель [5].

При купівлі будь-якого активу інвестор враховує не тільки значення очікуваної дохідності, а й рівень його ризику. Розрахована викладеним вище способом очікувана прибутковість виступає як середня її величина відповідно до динаміки активу на фондовому

ринку. Але на практиці фактична прибутковість, як правило, буде відмінною від розрахованої очікуваної. Тобто завжди є ступінь ризику отримати прибутковість нижче очікуваної (якщо виявиться вище, то це не ризик, а «приварок»). У практиці управління портфелями цінних паперів в якості способу розрахунку величини ризику використовують показники дисперсії і стандартного відхилення показника фактичної дохідності від величини розрахованої очікуваної прибутковості. Зазначені показники враховують відхилення фактичної дохідності від очікуваної, як в бік зменшення, так і в бік збільшення. Практика показує, що зі збільшенням кількості видів цінних паперів в портфелі зменшується ризик інвестицій. Це відбувається тому, що в портфель включаються цінні папери, що слабо корелюють між собою, тільки в цьому випадку можливе зниження ризику. Процедура включення в портфель різних видів цінних паперів, що мають низький коефіцієнт кореляції, називається диверсифікацією.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Klus Y.I. Corporate governance innovation in industrial enterprises using methods controlling / Y.I. Klus // Economics, management, law: problems and prospects : Collec. of Scient.Articles. – United Kingdom: Agenda Publishing House, Coventry, 2015. – Vol. 1. – P. 199–203.
2. Микитюк П.П., Сенів Б.Г. Інноваційна діяльність: навчальний посібник Київ : Центр навч. літ. 2009. 320 с.
3. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль, 2003. 326 с.

## **НАПРЯМ 3. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

**Іванова А. С., Овчаренко В. І.**  
студентки

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ, Україна*

### **ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ В ПРОГРАМАХ ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

Криза COVID-19 порушила звичний спосіб життя багатьох країн та регіонів і зумовила обмеження на відвідування майже 98% туристичних дестинацій світу. Їх економіка відчула суттєвий спад та втрати.

Міжнародний валютний фонд склав прогноз падіння світової економіки у 2020 року, на думку експертів воно становитиме майже 5% [1]. У той же час, за оцінкою МВФ, українська економіка зменшиться за підсумками 2020 року на 8,2% [2].

Натомість, очікувати відновлення діяльності туризму можна вже влітку, оскільки стан захворюваності на COVID-19 та одужання від хвороби, як в Україні так і в світі, має позитивну динаміку. Перший етап відновлення світової туристичної сфери, на думку експертів, буде спрямовано на відновлення внутрішнього туризму країн. Зазначені прогнози стосуються країн, для яких національна економіка залежить, здебільшого, від внутрішнього туризму та внутрішньої складової виїзного туризму. Україна відноситься саме до окресленої групи країн [3].

Перші напрями відновлені туристичної сфери нашої країни будуть пов'язані з інтенсифікацією внутрішнього туризму, для якого Україна має значний потенціал. На думку фахівців галузі, туризм України має потужний ресурс для розвитку в формуванні таких продуктів, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE).

Значний природний і культурний потенціал відкриває можливість створити конкурентну туристичну пропозицію в області гастро-туризму, сільського, медичного туризму. Для відновлення індустрії внутрішнього туризму країни, доречно спрямувати зусилля на просування її туристичного продукту на внутрішньому та зарубіжному ринках. З цією метою стратегія повинна передбачати проведення заходів наступного характеру: удосконалення методів використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; інвентаризація та опис туристичних дестинацій й атракцій, туристичних маршрутів, закладів харчування та розміщення, культурних, бізнесових, наукових, освітніх, спортивних, митецьких заходів регіону для його акумулювання на спільному ресурсі; просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму (MICE) і турах вихідного дня; просування бренду через проведення рекламних кампаній та реалізацію заходів по зв'язках з громадськістю на внутрішньому і зовнішньому ринках; підготовку матеріалів для поширення через українські торговельні представництва, сучасні Інтернет і соціальні мережі, освітні програми для школярів та молоді; організацію колективних стендів українських компаній на спеціалізованих міжнародних виставках, організація експозицій на міжнародних та загальноукраїнських економічних форумах тощо.

Маркетингові програми з просування внутрішнього туризму зарубіжних країн та їх регіонів, сьогодні орієнтуються не тільки на традиційні маркетингові інструменти та методи, а й на концепції соціально-етичного та партнерського маркетингу. При цьому, особливу увагу приділяють екологічним та соціальним аспектам територій, призначених для відпочинку. Заслуговує уваги використання брендингу, створення іміджу територій, у тому числі за рахунок інструментів подієвого маркетингу.

Подієвий маркетинг (eventmarketing) – це сукупність спеціальних заходів та акцій, які проводяться з метою просування території для запрошених на подію цільовій аудиторії. Подія (event) в маркетингу – спеціальний захід, інструмент подієвого маркетингу, що дозволяє маніпулювати думкою і поведінкою спеціально

запрошеної на подію (івент, евент) аудиторією. Мета подієвого маркетингу – формування в ході заходу прямих контактів з цільовою аудиторією для більш точного і ефективного впливу на неї.

Нажаль, в Україні не досліджена кількість, тематика, дохід івент-заходів, спрямованих на просування регіонів. Методологія статистики в туризмі щодо туристичних потоків базується на зборі інформації виключно від туроператорів і турагентів, і показує, яка кількість туристів перебувала в регіоні з метою відпочинку та дозвілля, без уточнення категорій подієвого чи культурного туризму. Збір показників для статистики здебільшого проводять організатори фестивалів з власної ініціативи або ініціативи донора, однак такі дані не завжди дають уявлення про загальну картину.

У 2019 році приватна організація Центр розвитку «Демократія через культуру» провела дослідження ролі мистецьких фестивалів у саморозвитку громад. У рамках дослідження було ініційовано опитування представників громад, організаторів фестивалів та туристичних організацій з метою з'ясування їхньої готовності до співпраці. Зі 183 місцевих громад, що взяли участь в опитуванні, 173 погодились із твердженням, що саме культурно-мистецькі фестивалі можуть привернути до них увагу туристів. Натомість, лише 2 з 65 опитаних фестивалів і 1 з 56 туристичних організацій, що брали участь у дослідженні, не ставлять перед собою такого завдання [4].

Отже, можна зробити висновок, що на рівні громад є розуміння івентів як туристичного ресурсу. Проте, окрім розуміння і бажання громад проводити фестивалі, потрібно вимірювати вплив фестивалів на розвиток туризму в регіонах, демонструвати конкретні показники, задля формування стратегії розвитку туризму в регіоні, зокрема йдеться і про івент-стратегію.

Організація івентів ставить перед фахівцям та управлінцям низку запитань, що визначають ефективність та безпечність проведення подій, планувати відновлення та розвиток цього напрямку після періоду карантинних обмежень. Зокрема, проблемними для організації та просування івентів: як найбільш ефективно застосувати події для одержання максимально високого прибутку; чи

здатні події локального масштабу повернути всі вкладені в них інвестиції та привернути уваги масового туриста; як довго певні види подій зможуть тримати увагу публіки та збирати велику кількість споживачів; які ризики можуть бути пов'язані з проведенням подієвих турів особливо в умовах існування небезпек для здоров'я відвідувачів в умовах пандемії; як зберегти навколишнє середовище та соціальну рівновагу місцевих жителів від масового напливу туристів тощо.

Серед інших системних заходів з просування територій можна виділити: розробку актуального календаря подій, які могли б зацікавити туристів; забезпечення належного фінансування витрат, пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією подій; створення необхідної інфраструктури для кожної події; забезпечення систематичного проведення подій; організація підготовки висококваліфікованих кадрів для координації та реалізації подієвих заходів; за рахунок економічних механізмів (зокрема, зниження податків), стимулювання туристичних підприємства до розробки туристичних продуктів на основі подієвого туризму; розробка логістики для кожної події; забезпечення належну безпеку туристів під час проведення події [3].

Івент-індустрія суттєво постраждала на період поширення коронавірусу через заборону проведення масових заходів – концертів, вистав, форумів тощо. Її відновлення у післякризовий період залежить від спроможності держави/ регіонів налагодити діяльність туристичної інфраструктури в умовах протиепідемічних обмежень.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України (Кабінетне дослідження)., Громадська організація «Центр прикладних досліджень» Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні – липень 2020 р. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904>.

2. Вплив COVID-19 на економіку і суспільство (бачення пост-пандемічного розвитку у 2020–2024 рр. Очіма експертів та молоді). URL: <https://www.unicef.org/ukraine/documents/consensus-report>.

3. Бондаренко В.М. Шершун К.О., Поняття та інструменти територіального маркетингу в контексті стратегічного розвитку регіонів. URL: <http://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3347/1>.

4. Креативна економіка: фестивалі, дослідження Українського культурного фонду, 17 лютого 2020. URL: <https://uaculture.org/texts/kreatyvna-ekonomika-festyvali>.

**Хаджикова О. П.**

студентка інституту бізнесу та інформаційних технологій  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*  
*м. Одеса, Україна*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІСТОБУДІВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Розвиток кожного міста нашої країни пов'язаний зі державним втручанням в містобудівну діяльність. Важливою складовою при цьому є дотримання вимог стандарту та контролю забудови або її реконструкції. Основними проблемами в цієї сфері тривалий час були: відсутність обмежень висоти; забудова зелених, ландшафтних та рекреаційних зон; немає чітко встановлених граничних параметрів забудови земельних ділянок відносно поверховості; перевищуються показники щільності населення (суцільна забудова); хаотичне паркування автомобілів у житловій забудові; нечіткі вимоги до проїзду пожежних машин до будівель; необов'язкове забезпечення без бар'єрного доступу (для маломобільних груп населення) та ін.

Для вирішення цих проблем, державними органами складається додаткова документація, яка входить до складу Державних будівельних норм (ДБН). В ній затверджено концепцію найефективнішого використання територій, забезпечуючи стійкий розвиток міст і районів. Починаючи з кінця 2018 року до законодавства України вносяться суттєві змінення щодо обмеження



забудови, був прийнятий Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності», введені нові стандарти. Величезним кроком щодо вирішення вищеперерахованих питань стало набуття чинності ДБН.2.2-12:2019 «Планування і забудова територій» [1], у якому:

- впроваджений термін «Блакитна лінія» – обмеження висоти та силуету забудови, спрямовані на регулювання естетичних та історико-містобудівних якостей;

- новий термін «Зелена лінія» – обмеження щодо меж озелених територій, що мають високу ландшафтно-рекреаційну, наукову, історичну та культурну цінність;

- до нового житла встановлений відсоток (%) забудови залежно від поверховості;

- встановлені граничні межі максимально щільної забудови (населення мікрорайону у великих містах допускається підвищувати не більш ніж на 20% за умови певних факторів);

- заборона паркувань авто всередині житлових кварталів (організація місць постійного або тимчасового зберігання засобів автотранспорту всередині кварталу не допускається. Гостьові автостоянки рекомендується розміщувати з боку вулиці або проїзду, що обмежує квартал. У центральних та історичних районах міст, будівництво багатокварталних комплексів необхідно передбачити лише підземну стоянку);

- скореговані та доповнені вимоги щодо проїзду машин першої необхідної допомоги до приміщень (проїзд передбачається з усіх сторін);

- розширені норми щодо обов'язкового забезпечення без бар'єрного доступу (обладнання перехресть, під'їзди житлових та торгівельних комплексів).

Відповідність зазначеним вимогам сприятиме підвищенню якості міського середовища, тобто зробить його зручним для проживання людини, сприятиме вирівнюванню ступеня доступності всіх городян до соціальних благ у сфері освіти, охорони здоров'я, культури, дозвілля, транспорту та житла зі врахуванням сучасних стандартів екологічності та енергоефективності [3].

Таким чином, сучасна база держконтролю затверджує всі нормативно-правові акти, текстові та графічні матеріали, данні з використання доступних об'єктів. Зменшуючи терміни розробки містобудівної документації та збільшуючи її фінансування, держава впроваджує нові стандарти, тим самим виходить на новий рівень. Можна впевнено стверджувати, що такі позитивні зміни вплинуть не тільки на подальший розвиток містобудівної діяльності, а і на інші ланки в різних сферах діяльності.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Планування і забудова територій. – Київ: Мінрегіонбуд України. – (Державні будівельні норми України). ДБН Б.2.2-12:2019. – Чинний від 2019-10-01. – 177 с. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/06/B2212-IB.pdf> (дата звернення: 21.12.2020).

2. Про регулювання містобудівної діяльності: Закон України – № 199-IX від 17.10.2019. ВВР. 2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3038-17#Text> (дата звернення: 21.12.2020).

3. Камбур О.Л., Ракицька С.О. Просторовий розвиток міста і формування урбаністичної культури. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. 2020. Вип. 48. С. 209–212. DOI: 10.32843/infrastructure48-39.

## **НАПРЯМ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Колонтай С. М.**

доцент кафедри публічного управління та менеджменту  
природоохоронної діяльності

**Чернявська В. А.**

студентка

*Одеський державний екологічний університет  
м. Одеса, Україна*

### **ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ**

Одним із перспективних напрямів у сфері туризму за оцінками Всесвітньої Туристичної Організації є подієвий або івент-туризм. Івент (від англ. «event» – подія) – це запланована соціально-суспільна подія чи захід, який відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. Унікальні тури, які поєднують традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах, поступово завойовують все більшу популярність.

Подієвий туризм має велике економічне значення. Проведення певних заходів спонукає усіх суб'єктів туристичної індустрії до активізації діяльності. В цей період розвивається найбільш динамічний і активний елемент продуктивних сил міста (регіону чи країни) і це дає поштовх підвищенню ресурсного потенціалу даної території.

Рівень розвитку івентивного туризму регіону, ефективність функціонування індустрії івентивного туризму, а також територіальна організація івентивного туризму в регіоні детермінуються різноманітними факторами, під впливом яких регіони України можуть мати конкурентні переваги або суттєво відставати від регіонів провідних країн світу як за наданням туристичних послуг,

так і за розвитком туристичної індустрії. Тому виявлення і врахування факторів впливу на розвиток івентивного туризму регіону має важливе значення при формуванні та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму [1].

Фактори розвитку івентивного туризму регіону розглядають як сукупність усіх чинників, загроз та можливостей середовища (внутрішнього і зовнішнього), що діють на івентивний туризм регіону, змінюючи характер, рівень і його динаміку.

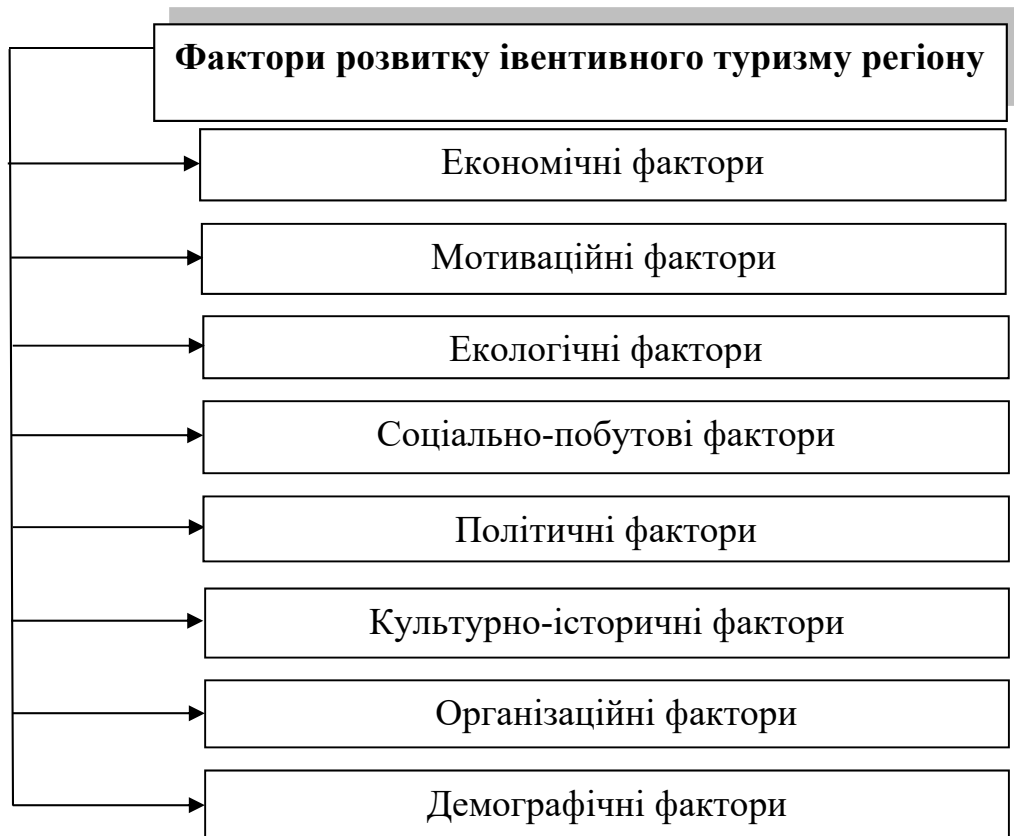
Гуляев В. Г. до числа факторів, які прямо чи опосередковано впливають на розвиток туризму відносить: політичну, економічну і соціальну стабільність держави; рівень розвитку економіки в цілому; формування позитивного туристичного іміджу на міжнародному ринку туристичних послуг; визнання туризму у якості пріоритетної галузі розвитку національної економіки; державну підтримку пріоритетних напрямів туризму; інвестиційну привабливість даної галузі; наявність доступних високоатракативних екологічно чистих туристичних ресурсів; платоспроможний попит населення; цінову політику в туризмі; якість туристичних послуг; демографічну і соціальну структуру населення; національні традиції і мотивацію персоналу; інтеграцію вітчизняного туризму в міжнародний туристичний ринок; безпеку туристичного бізнесу; наявність висококваліфікованих туристичних кадрів та нині [2].

Євдокименко В.К. серед визначальних факторів розвитку рекреаційної сфери регіону та регіональних факторів розвитку туризму виділяє такі їх групи: 1) соціально-економічні; 2) демографічні; 3) соціально-психологічні; 4) екологічні; 5) політичні [3].

Кабушкін В.І., розглядаючи систему управління туризмом, виокремлює такі фактори взаємозалежності та взаємовпливу в системі туризму: економічні, соціальні, екологічні, політичні та технологічні, що можна виокремити за причинами їх походження [4].

Враховуючи підходи та думки вищеназваних науковців щодо факторів впливу на туристичну сферу регіону та особливості івентивного туризму регіону, можна систематизувати та адаптувати розуміння їх дії до івентивного туризму в регіоні з метою

з'ясування рівня їх впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні і методичного апарату реагування на їх дію задля посилення позитивного впливу та уникнення негативного впливу. Очевидно, що розвиток івентивного туризму в регіоні буде назначатись впливом факторів розвитку туризму загалом, але із врахуванням його особливостей їх дія буде більшою чи меншою мірою чинити вплив на розвиток івентивного туризму (рис. 1).



**Рис. 1. Фактори розвитку івентивного туризму регіону**

Вивчення факторів розвитку івентивного туризму в регіоні є важливою складовою формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму загалом. Врахування цих факторів дозволяє спиратись на наукові обґрунтування при формуванні та реалізації регіональної політики, дає можливість аналізувати рівень та характер впливу того чи іншого фактора на розвиток івентивного туризму в регіоні та розробити заходи щодо використання стимулюючих та обмеження дії стримуючих факторів такого розвитку.

Івентивний туризм має керуватися наступними засадами:

- мінімізації негативного впливу на природне середовище та його компоненти;
- гармонійного поєднання людини, природного середовища та туристичної інфраструктури;
- науково-пізнавального освоєння природного різноманіття й гуманістичного потенціалу рекреаційних територій;
- використання частки доходів від туризму для охорони навколишнього середовища, наукових досліджень території та екологічної освіти туристів;
- економічної ефективності і стійкого розвитку тих районів, де проходять тури.

Вирішення екологічних проблем неможливе без екологізації всіх видів туристичної діяльності, переходу туризму, як виду природокористування, до моделі збалансованого розвитку в системі «туризм – навколишнє природне середовище», про що неодноразово зазначалось в різноманітних міжнародних документах [5; 6; 7].

Концепція сталого розвитку пропонує чітку програму поєднання екологічних інтересів з економічним і соціальним розвитком і базується на двох ключових поняттях: потреби розвитку й обмеження розвитку, що мають бути взаємно врівноваженими. Збалансованості економічних і екологічних цілей у процесі туристичної діяльності неважко досягти, обраховуючи всі затрати-вигоди від здійснення екологічно коректного природокористування у довгостроковому контексті.

Вирішення екологічних проблем івентивного туризму вимагає комплексного підходу, який повинен включати різноманітні та взаємопов'язані правові, економічні, екологічні, організаційно-технічні, освітньо-виховні та інші заходи, спрямовані на раціональне використання природних ресурсів та охорону навколишнього природного середовища.

Для зменшення негативного впливу туристичної діяльності на довкілля, збереження біологічного і ландшафтного різноманіття необхідно забезпечити взаємозв'язок управлінської діяльності у сфері туризму з раціональним використанням природних ресурсів

та ефективністю заходів по охороні довкілля, удосконалити систему економіко-правових засобів охорони довкілля.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Герасимчук З.В., Поліщук В.Л. Регіональна політика івентивного туризму: методологічні засади формування та реалізації : монографія. Луцьк. 2013. 256 с.

2. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. Москва : Финансы и статистика. 2003. 304 с.

3. Євдокименко В.К. Регіональні фактори розвитку туризму. Туристично-краєзнавчі дослідження // Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. «Туризм в Україні: економіка та культура» (Світязь, 9–10 вересня 1998 р.). Вин. 1. У 2-х ч. Ч.1. – Київ : КМ-Трейдинг, 1998. С. 19–28.

4. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма : учебник / Н.И. Кабушкин. – 4-е изд., стереотип. – Минск : Новое знание, 2004. – 409 с.

5. Глобальный этический кодекс туризма. Сантьяго (Чили). 1 октября 1999 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Збірник нормативно-правових актів / [упоряд. : В.К. Федорченко]. – Київ : Юрінком, 2002. – С. 89–98.

6. Декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию. 03.06.1992 г. // Збірник міжнародно-правових актів у сфері охорони довкілля. – 2-е вид. доп. – Львів : Норма, 2002. – С. 14–18.

7. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / [Под. ред. С.А. Евтеева, Р.А. Перелета]. – Москва : Прогресс, 1989. – 376 с.

**Ніколайчук Т. О.**  
магістр правознавства, аспірант

*Інститут проблем ринку  
та економіко-екологічних досліджень  
Національної академії наук України  
м. Одеса, Україна*

## **«RESERVED BUSINESS» ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНО-ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЗАПОВІДНОЇ ГАЛУЗІ**

Ринкові перетворення в усіх царинах економіки України вимагають створення нових інститутів та механізмів співпраці між галузями, в тому числі сфера заповідної справи потребує перетворень, що будуть спрямовані на розвиток не тільки природоохоронної, але й еколого-економічної її складових.

Наразі установи природно-заповідного фонду України отримують фінансування за рахунок Державного бюджету України, що коливається в межах 76,6% від річних обсягів фінансування природоохоронної галузі, та становить ~0,036% від загального Бюджету України [1]. Розвиток еколого-економічних відносин у сфері заповідної справи потребує інноваційно-маркетингових підходів до формування договірних та позадоговірних зобов'язань та міжгалузевих зв'язків.

Е. Лейшон, Дон Бертон Девід Найтс, К. Алферова, П. Сігноретта вважають, що недостатній рівень співпраці фінансових та природоохоронних інститутів є одним з показників фінансової ізоляції в країні. Економічний розвиток екологічних систем має прямий зв'язок з механізмами впровадження та використання фінансових послуг [2].

С. Кондох, Н. Мішіма зазначають, що розвиток підприємницької діяльності має йти по шляху тотальної екологізації усіх процесів, формуванні економіко-виробничих конструкцій, що спрямовані на отримання максимального прибутку при мінімальному навантаженні на природні ресурси та їх використання [3].



На думку Н. Накмуро, К. Мандай, Ш. Фукусиге та Я. Умеді, вдало поєднати економічно-організаційне та екологічно-ефективне ведення господарської діяльності дуже важко, тому не кожен приватний підприємець здатен це зробити самостійно. На рівні світового ринку існує чимало перепон для створення нових форматів господарювання, зокрема: несприятлива зовнішня або внутрішня політика, несприймання екологічної цінності на ринку, «важкість» прогнозування та оцінки кінцевих витрат, необхідність багатоступінчастого реформування бізнесу «від виробництва до постачання споживачу» [4].

С. Кондо, Х. Комото, Ю. Кишита та Н. Накамура стверджують, що однією з головних засад розвитку екологоорієнтованої підприємницької діяльності є розвиток та генерування екобізнес-ідей та екобізнес-планування. Саме метод прийняття стратегічних рішень для екобізнес-планування дозволяє суб'єкту господарювання знайти набір екобізнес-ідей, які мають ефективно поліпшити екологічні та економічні показники підприємництва [5].

Наразі, виокремлення секторального виду підприємницької діяльності дозволить сформувати прозорі нормативні вимоги до її ведення та надати захист власне таким суб'єктам еколого-економічних відносин. Саме секторальне зонування форм підприємницької діяльності надасть можливість створення індивідуальних інструментів, що сприятимуть розвитку галузевого ринку послуг. Царина заповідної справи розглядається як природоохоронний вектор діяльності держави, однак нами пропонується формування інноваційно-маркетингового підходу до її розвитку.

*Визначення «заповідного підприємництва» (Nature Reserve Fund Business – reserved business)* як окремої економіко-організаційної дефініції, та форми господарської діяльності у сфері природно-заповідного фонду України, не існує відповідно до вимог чинного законодавства та сучасних ринкових реалій.

Нами пропонується виокремлення секторального виду ведення господарської діяльності, а саме у формі *Reserved business* (надалі – *RB*). *RB* це не підвид екологічного підприємництва, це окрема форма здійснення господарської діяльності, що має

розглядатися виключно у площині галузі заповідної справи, оскільки тісно пов'язана з правовим становищем об'єктів природно-заповідного фонду України. Усі інструменти еколого-економічного, фінансово-організаційного та еколого-суспільного розвитку такого вектору господарювання також мають пряму залежність із сутністю RB.

Аналізуючи систему економічних, екологічних, нормативно-правових та соціально-трудоових характеристик здійснення підприємницької діяльності у форматі *Reserved business*, доцільно виділити індикатори впливу на власне об'єкт ПЗФ, що в подальшому будуть розподілені на позитивні та негативні. У разі переваги позитивних індикаторів впливу на заповідну територію або регіон під час оцінювання відповідної господарської діяльності, ми можемо дійти висновку, що ринок потребує надання таких послуг, здійснюється задоволення еколого-економічних потреб місцевого населення. Даний формат RB не буде мати негативного впливу на здоров'я населення, цінні території та об'єкти ПЗФ, або його негативний вплив буде коливатися в межах дозволеного. Різниця (дельта) між позитивними та негативними індикаторами і є результатом оцінювання якості здійснення підприємницької діяльності у форматі RB, що надасть можливість від слідкувати динаміку еколого-економічного зросту заповідного об'єкту. Оскільки, наразі, відсутні інструменти оцінювання господарської діяльності на заповідних територіях, нами пропонується методичний розрахунок різниці пропонуємо здійснювати за наступною формулою:

$$\Delta RB = I_p - I_n, \quad (1)$$

де  $\Delta RB$  – індекс різниці між позитивними та негативним індикаторами результатів здійснення підприємницької діяльності у форматі RB, або результати відповідності наступним критеріям: дотримання нормативно-правових вимог здійснення еко-підприємництва, економіко-екологічних характеристик об'єкта ПЗФ, показників негативного впливу на природні ресурси; економічних критеріїв доцільності, допустимого антропогенного навантаження

внаслідок запланованої господарської діяльності; інженерно-технічних характеристик;

$I_p$  – індикатор позитивних впливів на території та заповідні об'єкти (наприклад, ріст девелопмент-об'єктів, повернення молоді в регіон, зниження рівня трудової імміграції, поява нових видів господарської діяльності, запровадження інклюзивної господарської діяльності, тощо);

$I_n$  – індикатор негативних змін на території та об'єкти ПЗФ, здоров'я населення, цінні комплекти та екосистеми (наприклад, надмірне антропогенне навантаження внаслідок господарської діяльності, перевищення дозволених обсягів шкідливих викидів в атмосферу, ріст туристів без відповідних інфраструктурних умов);

$J_m/km$  – індекс територіальної віддаленості території природно-заповідного фонду від об'єкту великих міст (промислових регіонів), тобто якщо об'єкт природно-заповідного фонду розташований на певній відстані, відповідна формула має корегуватися наступним чином:

$$\Delta RB = I_p - I_n : J_m/km. \quad (2)$$

У разі переваги індикаторів з позитивним значенням результату здійснення екологоорієнтованої господарської діяльності підпадають під критерії RB, відповідні послуги мають попит на ринку та відповідають економіко-соціальним потребам місцевих громад, референтні показники використання природних ресурсів можна вважати еколого-допустимими та економічно обґрунтованими. У випадку переваги – з негативним значенням ( $\Delta RB$ ) – відповідний вид підприємницької діяльності має надмірний антропогенний вплив на природні ресурси, або ринок перевантажений послугами аналогічного спрямування, місцеві громади не потребують розвитку такого напрямку ведення господарської діяльності.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України «Про Державний Бюджет України» від 14.11.2019 № 294-IX // Відомості Верховної Ради України. 2020. № 5. Ст. 31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20#Text>.

2. Andrew Leyshon, Dawn Burton, David Knights, Catrina Alferoff, Paola Signoretta. Towards an ecology of retail financial services: understanding the

persistence of door-to-door credit and insurance providers. *Environment and Planning A*. 2004. Vol. 36. Pp. 625–645. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Andrew\\_Leyshon/publication/23539415\\_Towards\\_an\\_Ecology\\_of\\_Retail\\_Financial\\_Services\\_Understanding\\_the\\_Persistence\\_of\\_Door-to-Door\\_Credit\\_and\\_Insurance\\_Providers/links/53e8b63e0cf2fb7487244e93/TowardsEcology-of-Retail-Financial-Services-Understanding-the-Persistence-of-Door-to-Door-Credit-and-Insurance-Providers.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Andrew_Leyshon/publication/23539415_Towards_an_Ecology_of_Retail_Financial_Services_Understanding_the_Persistence_of_Door-to-Door_Credit_and_Insurance_Providers/links/53e8b63e0cf2fb7487244e93/TowardsEcology-of-Retail-Financial-Services-Understanding-the-Persistence-of-Door-to-Door-Credit-and-Insurance-Providers.pdf). <https://doi.org/10.1068/a3677>.

3. Kondoh S., Mishima N. Strategic decision-making method for eco-business planning. *CIRP Annals*. 2010. Vol. 59 (1). Pp. 41–44. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007850610000478>. <https://doi.org/10.1016/j.cirp.2010.03.046>.

4. Nakamura N., Mandai K., Fukushige S., Umeda Y. (2012) Proposal of a methodology for supporting generation of new eco-business ideas. Matsumoto M., Umeda Y., Masui K., Fukushige S. (eds) *Design for Innovative Value Towards a Sustainable Society*. Springer, Dordrecht. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-007-3010-6\\_86](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-007-3010-6_86). [https://doi.org/10.1007/978-94-007-3010-6\\_86](https://doi.org/10.1007/978-94-007-3010-6_86).

5. Shinsuke Kondoh, Hitoshi Komoto, Yusuke Kishita, Nobuo Nakamura Toward a Pattern Language for Eco-Business Design *International Journal of Automation Technology*. Special Issue on Design and Manufacturing for Environmental Sustainability. 2014. Vol. 8 (5). Pp. 706–715. URL: [https://www.jstage.jst.go.jp/article/ijat/8/5/8\\_706/\\_article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/ijat/8/5/8_706/_article/-char/ja) <https://doi.org/10.20965/ijat.2014.p0706>.

**Тонюк М. О.**

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник  
відділу економіки природокористування в агросфері

*Інститут агроєкології і природокористування  
Національної академії аграрних наук України  
м. Київ, Україна*

## **МЕХАНІЗМ ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ДЛЯ СТВОРЕННЯ НЕОБХІДНОГО МІКРОКЛІМАТУ В ТЕПЛИЦЯХ**

В умовах сьогодення організація тепличного господарства й вирощування різних видів сільськогосподарських культур є достатньо прибутковим бізнесом. Проте, взаємовідносини між тепличними господарствами і енергозбутовими компаніями достатньо односторонні. Підприємства на даний момент ставлять питання про заключення договорів на енергопостачання теплиць на декілька років вперед, враховуючи погодинні ліміти електроенергії. Дані вимоги призводять до того, що діяльність тепличних господарств у вкрай важкому становищі, адже енергоспоживання теплиць залежить від температури навколишнього середовища (повітря, погоди тощо). Передбачити цей аспект, навіть на мінімальний проміжок часу вперед з високим ступенем ймовірності неможливо. Для компаній, які займається рослинництвом закритого ґрунту, велику роль відіграє використання відновлюваних джерел енергії.

Вітчизняні та зарубіжні науковці займались дослідженням методологічних, науково-теоретичних і науково-прикладних проблем оптимізації енергоефективності теплиць й систем електропостачання, що знайшли відображення в наукових працях таких вчених як: В.О. Сацик [4], Д.Л. Кошкін [5], І.С. Павлюченко [6], Т. Чоу [1], М. Роза-Клотен, П. Роза-Клотен і Д.М. Тіна [3], Х.А. Зондаг [2], тощо. Проте залишається потреба в дослідженні механізму впровадження відновлювальних джерел енергії для

створення необхідного мікроклімату в теплицях спрямованих на вирішення господарських завдань сучасних підприємств.

Метою дослідження є винесення для всебічного обговорення механізму впровадження відновлювальних джерел енергії для створення необхідного мікроклімату в теплицях.

Для компанії важливим завданням є отримання високих результатів при вирощуванні продукції в теплицях, що безпосередньо залежить від якості забезпечення рослин оптимальними кліматичними умовами. Однією з найважливіших умов є чітко збалансований мікроклімат. Валову частку витрат у собівартості виробленої продукції в теплицях складає енергетика. Таким чином, якість використовуваного енергетичного обладнання посідає перше місце.

Функціонування сучасних теплиць включає в себе безліч виконавчих інженерних систем, так званих пристроїв, які дозволяють управляти її мікрокліматом, серед них можемо виділити: систему опалення; систему кватиркової вентиляції; систему зашторювання; систему підживлення CO<sub>2</sub>; систему доосвічування; систему рециркуляції повітря та автоматичну систему управління мікрокліматом.

Під час будівництва та реконструкції теплиць в якості енергозберігаючих заходів сучасні будівельні компанії пропонують такі альтернативи: монтаж системи опалення з поділом контурів опалення; будівництво світлопрозорої огорожі покрівлі та периметра теплиць з використанням двошарового скла; збільшення висоти теплиці; штучне доосвічування енергозберігаючими лампами; пристрій ефективної системи кватиркової вентиляції; комп'ютерне управління мікрокліматом і джерелом теплопостачання.

Ефективність системи енергозабезпечення теплиць залежить від декількох факторів. Серед яких доцільно відзначити такі: модернізація обладнання, запровадження нових технологій і матеріалів, використання енергоефективних та нетрадиційних джерел енергії. Для фірм, що займаються рослинництвом закритого ґрунту, вагомим є використання саме відновлюваних джерел

енергії. За умов розвиненої геліо- і віротехніки потребують вивчення умови використання поновлюваних джерел енергії для мікроклімату теплиць. Водночас потрібно зазначити, що енергія геліо- або вітроенергетичних установок нестабільна, внаслідок мінливості. Однак вироблення енергії буде прямо залежати від технічних параметрів даних установок [4, с. 247].

До безкоштовних відновлюваних джерел відносять сонце, що виступає обігрівачем. Накопичувачем тепла служить велика ємність з водою, яку використовують при краплинному зрошенні. Вона може виконувати функцію обігріву в нічний час. Для продуктивної роботи даних теплиць необхідно надлишок тепла акумулювати у вирівнювання денних і нічних температур.

Для вироблення максимальної кількості теплової енергії пропонується використання пасивної сонячної системи з теплоаккумуляторами, яка дозволить у повній мірі використовувати випромінювання сонця, вагомо збільшить ефективність роботи сонячної теплиці. В середині конструкції устаткування необхідно обирати спираючись на технічну та економічну доцільність, необхідно розрахувати світлопрозоре покриття, утеплювач, залізо-бетонні плити і вентилятор [6, с. 166].

Охарактеризувати мікроклімат можемо за наступними показниками: температура поверхонь, температура повітря, інтенсивність теплового опромінення, відносна вологість повітря, швидкість руху повітря.

Тепличні господарства сучасності мають суттєві відмінності від тих, що були ще кілька десятиліть тому. Головні завдання, які постають перед фірмою вирішуються в тепличному комплексі за допомогою оптимального підтримання мікроклімату (освітлення, полив, підтримання оптимальної температури тощо), що можливо лише за допомогою сучасних технологій. Ключовим аспектом ведення бізнесу в сфері тепличного господарства є економічно доцільне та раціональне використання енергії. Тепличні комплекси мають значні площі світлопрозорих поверхонь, через які виникають суттєві втрати тепла, щоб їх компенсувати потрібні додаткові витрати енергії.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Chow T.T., Hand J.W., Strachan P.A. Building-integrated photovoltaic and thermal applications in a subtropical hotel building. *Applied Thermal Engineering*. 2010. Vol. 23. P. 35–49.
2. Zondag H.A. Flat-plate PV-Thermal collectors and systems: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2008. Vol. 12. P. 891–959.
3. Rosa-Clot M., Rosa-Clot P., Tina G.M. TESPI: Thermal Electric Solar Panel Integration. *Solar Energy*. 2011. Vol. 10. P. 2433–2442.
4. Сацик В.О. Апаратне забезпечення автоматизованого регулювання мікроклімату теплиці. *Наукові нотатки*. 2013. Вип. 40. С. 245–250.
5. Кошкін Д.Л. Ієрархічна комп'ютеризована система керування врожайністю теплиці. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 2(1.2). С. 179–186.
6. Кошкін Д.Л. Математична модель керування мікрокліматом грибною теплиці. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2012. Вип. 1. С. 165–170.
7. Системи управління мікрокліматом теплиці. URL: <http://www.fito-system.ru/climate-systems>.
8. Офіційний ресурс компанії Агро в деталях. URL: <https://agriexpert.ru>.
9. Офіційний ресурс компанії IBud. URL: <https://ibud.ua>.
10. Офіційний ресурс Work.ua. URL: <https://www.work.ua>.



## **НАПРЯМ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

**Маршавін Ю. М.**

професор кафедри управління персоналом  
та економіки праці

**Кицак Т. Г.**

доцент кафедри управління персоналом  
та економіки праці

*Київський національний економічний університет  
м. Київ, Україна*

### **ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКУ ПРАЦІ: НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ І НЕВИВЧЕНІ УРОКИ МИНУЛОГО**

Глобалізація впливає на національні ринки праці через множинну каналів, зокрема інституційні, політичні і гуманітарні, міграційні процеси, грошові потоки, експортно-імпорту політику тощо. За останні роки у середовищі українських політиків, науковців, громадськості, підприємців склалось чітке уявлення про неминучість інтегрування країни в структури світового економічного простору, зокрема Євросоюзу. Але інтеграція може відбуватися різними шляхами, на різних умовах, а звідси – з різними наслідками. Поки ще блага, отримані від глобалізації, розподіляються несправедливо: західні країни, як вірно зауважує відомий американський економіст Дж. Стігліц, змушують бідні держави усувати торговельні обмеження для вільного руху товарів, захищаючи при цьому бар'єрами свої внутрішні ринки [1, с. 30]. Цю думку підтверджують результати аналізу участі України в глобалізаційних процесах, зокрема у Світовій організації торгівлі і асоціації з Європейським союзом.. Можновладці наголошують про величезні здобутки нашої країни від вступу в СОТ, що нібито стало «системним фактором забезпечення подальшого розвитку національної економіки, дало змогу вітчизняним експортерам отримати

сприятливий недискримінаційний режим» [2], хоча фактичні наслідки цього кроку поки заслуговують суто негативної оцінки. Умови вступу в СОТ були для нашої країни не просто не вигідними, а набагато гіршими, ніж ті, на яких вступали інші країни Центральної і Східної Європи. В сукупності з дискримінаційною торговельною політикою ЄС це спричинило прискорення деіндустріалізації нашої економіки, зокрема остаточне руйнування потужних промислових комплексів, падіння у сформовану нам колективним Заходом нішу (скоріш, яму) у міжнародному поділі праці по перетворенню України в аграрну супердержаву, що поглибило тривалу кризу вітчизняного ринку праці. Навіть не враховуючи наслідки для економіки і ринків праці коронавірусної пандемії, можна стверджувати, що останнє десятиріччя характеризується в Україні низьким рівнем зайнятості, поширенням її тінізації, зростанням масштабів зовнішньої трудової міграції, жебрацьким розміром заробітної плати, яка не може забезпечити ні розширеного відтворення робочої сили, ні належного рівня внутрішнього попиту, і ніяк не стимулює населення, особливо молодь, до чесної праці в офіційному секторі економіки. Звісно, однією із причин сучасної соціально-економічної кризи, у тому числі сфери зайнятості, є необхідність витратити, починаючи з 2014 р., значні матеріальні і фінансові ресурси на ведення військових дій в Донбасі. Але головна причина занепаду ринку праці у 2010–2020 рр. полягає в іншому: у системних прорахунках у державній політиці зайнятості, нерозумінні владою залежності ринку праці від інших напрямів макроекономічної політики, зокрема так званого чистого експорту (різниці між експортом і імпортом). Доповнюючи внутрішній попит, він збільшує загальний обсяг споживання, для задоволення якого у виробництво залучаються додаткові ресурси, включаючи робочу силу. Тобто, автори наголошують на тому, що державну експортно-імпорتنу політику слід розглядати як один із наріжних камінів, передумов процесів у сфері зайнятості. Її значення зростає з врахуванням Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом

(підрозділ Угоди: «Торгівля товарами, в т.ч. технічні бар'єри в торгівлі») та майбутнього вступу в ЄС.

Ми переконані у тому, що без прийняття низки запобіжних заходів виконання вимог Угоди може надати негативний, якщо не руйнівний, вплив на ринок праці. Ця думка ґрунтується на результатах аналізу нашого 12-річного перебування у СОТ. Насправді, за перший рік членства (2009 р.) експорт товарів і послуг скоротився відносно 2008 р. на 39,7%, у 2010 р. – на 22,7%. Навіть у 2019 р. обсяг експорту був на 5,6% менше, ніж у 2008 р. [3, с. 365]. Спроба компенсувати втрату російського ринку збільшенням експорту в європейські країни не призвела до бажаних результатів: від'ємний баланс між збільшенням суми експорту у країни Центральної і Західної Європи і його зменшенням у РФ склав 3 млрд. дол. США [3, с. 364].

Основна причина полягає в тому, що наші експортери, втратив російські ринки, не опанували мистецтвом подолання штучних бар'єрів, які встановили європейські партнери, та не змогли оперативного переключитися на інші ринки. Причому, всупереч твердженням апологетів зближення з ЄС, які вважають, що цей процес автоматично забезпечить зростання конкурентоспроможності української продукції, в нашому загальному експорті продовжує домінувати первинна і проміжна продукція, а частка товарів з високою доданою вартістю (машин, механізмів, електроніки, продукції легкої і переробної промисловості) складає тільки 9%. Імпорт товарів цієї групи становив у 2019 р. 13,3 млрд. дол. США, а експорт у 3 рази менше – 4,5 млрд [3, с. 361–362]. До того ж отримані валютні надходження власниками і топ-менеджментом підприємств-експортерів використовуються не на закупівлю новітніх техніки і технологій, що сприяло б відновленню індустріального потенціалу країни, а на придбання яхт, дорогих автомобілів, замських особняків, закордонної нерухомості, дорогих прикрас, картин, антикваріату і т.п. Негативну ситуацію посилює також те, що імпортуючи значні обсяги енергетичних ресурсів, особливо газу і нафти, український бізнес використовує їх переважно для виробництва метала, зерна, інших

товарів низького рівня перероблення, що не впливає на технологічну модернізацію економіки, удосконалення структури зайнятості населення. Така зовнішньоекономічна діяльність спричиняє, по-перше, виснаження невідновлюваних природних ресурсів, по-друге, консервацію застарілих технологій і основного капіталу, примітивної структури зайнятості.

Негативні, навіть руйнівні процеси в соціально-трудої сфері більшості країн і в глобальному світі значно посилюються у зв'язку з пандемією COVID-19. За авторитетними прогнозами очікується, що найближчим часом індекс глобального розвитку не тільки не зростатиме, а вперше за період розрахунків, впаде. Можна уявити, що зайнятість не лише знизиться, а й значно зміниться її структура. Після гострої фази пандемії, скоріш за все, ринки праці не відновляться до попередніх станів як в кількісних параметрах, так і в професійно-кваліфікаційному сенсі. З великою часткою вірогідності можна прогнозувати, що протягом найближчих 1–2-х років відбудеться різке скорочення зайнятості в туризмі (особливо щодо круїзних мандрівок), пасажирських перевезеннях, ресторанному і готельному бізнесі, індустрії розваг. Водночас набуде вибухового розвитку дистанційна зайнятість, виробництво засобів комунікацій та їх інструментального забезпечення, виробництво комп'ютерних програм, особливо ігрового спрямування, відбудуться революційні зміни в формах, технологіях і засобах освіти.

Небезпека поширення інфекції коронавірусу стимулюватиме руйнацію виробничих процесів, де використовується колективна праця, а у сукупності з процесами розвитку технологій «Індустрії 4.0», які набули обертів за останні передвірусні роки і характеризуються, з одного боку, стрімким підвищенням продуктивності праці, а з іншого, знову ж зменшенням потреб у працівниках, ще більше підштовхне виробництво робототехніки, автоматизованих виробничих ліній, інформаційних продуктів тощо. Результатом бурхливого розвитку безлюдних технологій стане вивільнення величезних мас працівників, що спричинить безробіття, порівняне за своїми масштабами з періодом Великої економічної депресії 1930-х рр. Якщо наші влада і бізнес не

зрозуміють природи і змісту цих процесів, не розроблять механізми пристосування до них, у тому числі з використанням можливостей євроінтеграції та глобалізації, вітчизняна економіка, ринок праці можуть із периферійної зони техніко-технологічного прогресу, де ми знаходимося останні 25–30 років, скотитися за межі цивілізаційного вектору розвитку взагалі.

У новій соціоекономічній реальності для отримання переваг від інтеграції у внутрішній ринок ЄС є лише один шлях – розвиток вітчизняного ринку праці на базі модернізації основного капіталу, впровадженні найближчим часом техніки 5–6-го технологічних укладів. У такому разі ми зможемо очікувати зростання продуктивності праці і на цій основі – підвищення її оплати, виробництва високотехнологічних товарів із значною часткою доданої вартості підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на внутрішньому і зовнішніх ринках. У цьому контексті стратегічного значення набуває вміння Уряду ув'язувати в один концептуально стимулюючий ланцюг наукові розробки інноваційних товарів, їх виробництво, модернізацію промислових підприємств, моніторинг товарних ринків та інтелектуальних продуктів, маркетинг, митні процедури, пошук надійних торгових партнерів, розвиток людського капіталу і ринку праці. При цьому треба враховувати, що позитивний ефект для сфери зайнятості від зростання загального обсягу експорту має певні обмеження. Занадто високі обсяги експорту у ВВП можуть посилити уразливість вітчизняної економіки і сфери зайнятості від кон'юнктури світових ринків, зовнішньої політики та внутрішньополітичних процесів в інших державах.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Стігніц Дж. Глобалізація та її тягар : пер. з англ. / Дж. Стігніц. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2003. 468 с.
2. Україна в СОТ 10 років: аналітична записка Департаменту доступу до ринків та взаємодії з СОТ Міністерства розвитку економіки, торгівлі і сільського господарства України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=00055263-dcbf-405e-8d71-c7da7abaa3c9&title=UkraineVSot10-Rokiv> (дата звернення: 2.12.2020).
3. Статистичний щорічник України за 2019 рік / за ред. І.Є. Вернера. – Київ : Державна служба статистики України, 2020. – 463 с.

## НАПРЯМ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Найденко О. Є.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри митної справи

*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

### МИТНІ РЕЖИМИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПОДАТКОВІ НАСЛІДКИ ЗАСТОСУВАННЯ

Згідно пункту 25 статті 4 Митного кодексу України, митний режим – це комплекс взаємопов'язаних правових норм, що відповідно до заявленої мети переміщення товарів через митний кордон України визначають митну процедуру щодо цих товарів, їх правовий статус, умови оподаткування і обумовлюють їх використання після митного оформлення [1].

В Україні можуть застосовуватися наступні митні режими [1]: імпорт (випуск для вільного обігу); реімпорт; експорт (остаточне вивезення); реекспорт; транзит; тимчасове ввезення; тимчасове вивезення; митний склад; вільна митна зона; безмитна торгівля; переробка на митній території; переробка за межами митної території; знищення або руйнування; відмова на користь держави.

Існують різні підходи до класифікації митних режимів.

Так, В. Науменко [2] розподіляє митні режими на три групи:

I група – митні режими які застосовуються до основної маси об'єктів зовнішньоекономічних операцій – імпорт, експорт, реімпорт, реекспорт, вільна митна зона;

II група – митні режими, які використовуються в межах надання цілої низки послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності та дозволяють використовувати товари лише для певних цілей при дотриманні обмежень, встановлених законодавством –

митний склад, безмитна торгівля, транзит, тимчасове ввезення, тимчасове вивезення. Також до цієї групи можна віднести митні режими, що застосовуються до товарів які переміщуються через митний кордон України в межах операцій із надання таких послуг, як переробка, монтаж, збір, ремонт – переробка на митній території України та переробка за межами митної території України;

III група – митні режими, які застосовуються при припиненні ЗЕД-операцій у зв'язку з неможливістю або неефективністю проведення подальших дій з товарами на внутрішньому ринку – знищення або руйнування, відмова на користь держави.

О.П. Гребельник класифікує митні режими наступним чином [3]:

1) режими, які використовуються при здійсненні основного обсягу зовнішньоторговельних операцій (митні режими завершених комерційних операцій) – імпорт, експорт, реімпорт та реекспорт;

2) митні режими, за яких переміщення товарів через кордон, поєднується зі здійсненням митними органами конкретних операцій в інтересах відповідних організацій або осіб з наданням для них певних послуг – режими митного складу та безмитної торгівлі;

3) митні режими, в межах яких товари переміщуються через кордон у зв'язку з їх переробкою в іншій країні – режими переробки на митній території, переробки за межами митної території;

4) режими, які використовуються при припиненні зовнішньоекономічних операцій (у зв'язку з неможливістю або неефективністю реалізації інших митних режимів на території України) – режими відмови на користь держави та знищення або руйнування;

5) режими, зміст яких зводиться до того, що ввезення іноземних товарів відбувається без сплати митних податків, а також без застосування до даних товарів заходів нетарифного регулювання (квотування, ліцензування) – митні режими транзиту, вільної митної зони та митного складу.

Автор підтримує точку зору А.А. Дубініної та інших [4], які в основу класифікації митних режимів поклали ознаку завершеності дій:

– завершені митні режими – імпорт, реімпорт, експорт, реекспорт, вільна митна зона, знищення або руйнування, відмова на користь держави;

– незавершені митні режими – тимчасове ввезення, тимчасове вивезення, митний склад, безмитна торгівля, переробка на митній території, переробка за межами митної території, транзит.

Головними характеристиками митних режимів є: напрям переміщення товару (ввіз, вивіз, транзит); умови поміщення товарів в певний митний режим; країна походження; мета переміщення; правила використання, володіння та розпорядження цим товаром; строк дії режиму, митний статус товарів, порядок сплати податкових та митних платежів; порядок завершення митного режиму; відповідальність осіб за порушення митного режиму.

Залежно від обраного митного режиму митні органи будуть застосовувати різні процедури митного оформлення та виконання митних формальностей.

При виборі митного режиму необхідно ураховувати низку положень: вибір митного режиму здійснюється декларантом (у виключних випадках – митним органом); деякі митні режими потребують отримання особою різних видів дозволів від митних органів (митний режим переробки на митній території України, митний режим переробки за межами митної території України; митний режим митного складу; митний режим вільної митної зони); різні податкові наслідки митних режимів; строки завершення митних режимів;

Основними платежами, які сплачуються при здійсненні ЗЕД є мито, податок на додану вартість та акцизний податок.

За даними Міністерства фінансів України [5] в 2019 році питома вага надходжень від податку на додану вартість складала 29,4%, акцизного податку з імпорту – 4,6%, вивізного мита – 0,02%, ввізного мита – 2,3%.

За підсумками 2020 року скоріше за все буде спостерігатися зниження митних платежів, з урахуванням обмежень, які вводилися Україною через пандемію.



Розглянемо основні податкові наслідки, які можуть виникнути при застосуванні митних режимів (табл. 1).

Таблиця 1

**Податкові наслідки застосування митних режимів**

<b>Митний режим</b>	<b>Мито</b>	<b>ПДВ</b>	<b>Акцизний податок</b>
1	2	3	4
Імпорт	Нараховується за виключенням товарів, які звільненні від оподаткування	Нараховується за виключенням товарів, які звільненні від оподаткування	Нараховується за виключенням товарів, які звільненні від оподаткування
Реімпорт	Не нараховується	Сплачується в окремих випадках	Сплачується в окремих випадках
Експорт	Не нараховується за виключенням брухту та відходів чорних металів, живої худоби та шкіряної сировини, деякі види олійних культур, природний газ	Не нараховується	Не нараховується
Реекспорт	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Транзит	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Тимчасове ввезення	Не нараховується	Нараховується в окремих випадках	Нараховується в окремих випадках
Тимчасове вивезення	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Митний склад	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Вільна митна зона	Нараховується тільки вивізне мито за товарами, які оподатковуються при експорті	Не нараховується	Не нараховується

## Продовження Таблиці 1

1	2	3	4
Безмитна торгівля	Нараховується тільки вивізне мито за товарами, які оподатковуються при експорті	Не нараховується	Не нараховується
Переробка на митній території України	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Переробка за межами митної території України	Сплачується в окремих випадках	Нараховується	Сплачується в окремих випадках
Знищення або руйнування	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується
Відмова на користь держави	Не нараховується	Не нараховується	Не нараховується

*Джерело: складено за [1; 6]*

Як бачимо, за більшістю митних режимів податкові наслідки виникають, а в деяких випадках податки нараховується з урахуванням діючих обмежень.

Таким чином, в митному законодавстві застосовується чотирнадцять митних режимів, кожен з яких має свої умови та вимоги застосування, певні обмеження, а також податкові наслідки щодо митних платежів, податку на додану вартість та акцизного податку.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Митний кодекс України № 4495-VI від 13.03.2012 р. // Офіційний вісник України. – 2012. – № 32. – С. 37.
2. Науменко В.П. Применение таможенных режимов в Украине: теория, практика, рекомендации : практ. пособие / В.П. Науменко. – Киев : Знання, 2005. – 430 с.

2. Гребельник О.П. Митна справа : підручник. 4-те вид. оновл. та доповн. / О.П. Гребельник – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 472 с.
3. Дубініна А.А. Митна справа: Підручник. / А.А. Дубініна, С.В. Сорокіна, О.І. Зельніченко – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 320 с.
4. Бюджет України-2019. Статистичний збірник Міністерства фінансів України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.mof.gov.ua/storage/files/2\\_Budget\\_of\\_Ukraine\\_2019\\_\(for\\_website\)%20\(1\).pdf](https://www.mof.gov.ua/storage/files/2_Budget_of_Ukraine_2019_(for_website)%20(1).pdf).
5. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2.12.2010 р. // Офіційний вісник України. – 2010. – № 92. – С. 7.

# НАПРЯМ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

**Дивак В. В.**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних систем

*Київський національний  
торговельно-економічний університет  
м. Київ, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ MS EXCEL OFFICE 365

В MS Excel є можливість проводити розрахунки за певними категоріями функцій. Особливість розрахунку полягає в тому, що назви всіх функцій додатку MS Excel корпоративної платформи *Office 365* прописуються латинськими літерами.

*Питанням використання сервісу Office 365 присвячені наукові дослідження В.В. Серогодського, Т.А. Вакалюк, С.Г. Литвинової, В.П. Татаурова [1; 3; 7; 8] та ін. Проведені дослідження свідчать, що використання хмарних сервісів в освітньому процесі закладів вищої освіти є актуальним предметом досліджень. Розглядаються такі питання, як організація спільного доступу до програмного забезпечення навчального призначення; створення і використання електронних освітніх ресурсів, використання додатків сервісу Office 365 в освітній діяльності; командної роботи студентів та викладачів тощо.*

Дослідники Н.І. Степанова, Л.Л. Ройко, Т.П. Крутоус обґрунтували можливості використання табличного процесора MS Excel для організації математичних, статистичних та фінансово-економічних розрахунків [2; 4; 6].

Аналіз літературних джерел свідчить про недостатнє висвітлення питання використання сервісів спільної роботи викладачів і студентів, зокрема, у закладах вищої педагогічної освіти, а також обробки інформації у середовищі табличного процесора MS Excel в діяльності майбутніх менеджерів.

MS Excel дозволяє проводити розрахунки за певними категоріями функцій, а саме: фінансовими, дати і часу, математичними, статистичними, логічними, текстовими, роботи з базою даних, всі вони необхідні для ефективної роботи майбутніх менеджерів [6; 8].

Розглянемо які типові завдання можна підрахувати за допомогою вищезгаданих категорій функцій. В професійній роботі менеджерами найчастіше використовуються функції категорії «Математичні» («Математические»).

До категорії функцій «Математичні», належать такі види функцій: ABS – повертає модуль (абсолютну величину) числа; SIN, COS, TAN – здійснюють розрахунок значень тригонометричних функцій – відповідно синуса, косинуса і тангенса; PI – повертає число  $\pi$ ; EXP – повертає експоненту заданого числа; LN – здійснює розрахунок натурального логарифма числа; SQRT – повертає квадратний корінь числа; POWER – повертає результат піднесення числа до степеня.

Також MS Excel пропонує роботу з функціями дати і часу. Для розрахунку таких задач в MS Excel існує категорія функцій «Дата і час» («Дата и время»), де зібрані, наприклад, такі функції: ВРЕМЯ (TIME) – перетворює задані у виді чисел години, хвилини та секунди в число в коді часу MS Excel; ГОД (YEAR) – повертає рік, ціле число від 1900 до 9999; СЕГОДНЯ (TODAY) – повертає поточну дату у формат дати; ДЕНЬ (DAY) – повертає число місяця-число від 1 до 31; МЕСЯЦ (MONTH) – повертає місяць-число від 1 (січень) до 12 (грудень); СЕКУНДЫ (SECOND) – повертає секунди у вигляді числа від 0 до 59.

Використання логічних функцій у MS Excel. До категорії «Логічні» відносяться такі функції: ЕСЛИ (IF) – перевіряє чи виконується умова, і повертає одне значення, якщо воно виконується, і інше значення, якщо ні; И (AND) – перевіряє, чи всі аргументи мають значення ИСТИНА, і повертає значення ИСТИНА, якщо істинні всі аргументи; ИЛИ (OR) – перевіряє, чи має хоча б один із аргументів значення ИСТИНА, і повертає значення ИСТИНА або ЛОЖЬ; ИСТИНА (TRUE) – повертає логічне

значення ИСТИНА; ЛОЖЬ (FALSE) – повертає логічне значення ЛОЖЬ.

MS Excel дозволяє працювати з категорією функцій «Фінансові». До фінансових функцій з якими найчастіше будуть працювати майбутні менеджери відносяться: функція БС (FV). Дана функція повертає майбутнє вартість інвестицій на основі періодичних (постійних) платежів та постійної процентної ставки; функція ПС (PV). Дана функція повертає вартість інвестицій, яка рівнозначна ряду майбутніх виплат; функція ПЛТ (PMT). Дана функція обчислює розмір постійної періодичної сплати за фіксованою відсотковою ставкою; функція КПЕР (NPER). Дана функція обчислює загальну кількість періодів виплат для інвестицій на основі періодичних виплат та постійної процентної ставки; функція СТАВКА (RATE). Дана функція обчислює відсоткову ставку за один період ренти.

MS Excel від Office 365 надає ряд переваг, а саме: сервіс Office 365 може використовуватися на пристроях, що працюють на мобільних операційних системах Android, iOS, Windows CE; доступ до створення, редагування, зберігання та перегляду документів на мобільних гаджетах (смартфонах, електронних книгах, ноутбуках тощо); використання MS Excel Online надає можливості для швидкого внесення змін у документи і спільної роботи з ними. Для цього використовуються команди «Редагування» та «Спільний доступ».

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Вакалюк Т.А. Теоретико-методичні засади проектування і використання хмаро орієнтованого навчального середовища у підготовці бакалаврів інформатики : дис. ... доктора пед. наук : 13.00.10. Житомир, 2019. 614 с.
2. Крутоус Т.П. Формування математичної компетентності у студентів економічних спеціальностей засобами ІКТ технологій. *Фізико-математична освіта*. Суми, 2019. № 4(22). С. 75–78.
2. Хмарні сервіси Office 365 : навч. посіб. / за ред.: С.Г. Литвинової. Київ : Компрінт, 2015. 170 с.
3. Ройко Л.Л., Ройко О.О. Прикладна спрямованість курсу «Математика для економістів та економічне моделювання». *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. ЛНТУ, 2018. № 30–31. С. 263–268.

4. Серогодский В.В., Тихомиров А.П., Сурин Д.П. Microsoft Office 2016/Office 365. Полное руководство : науч.-метод. пособие. Харьков : Наука и техника, 2017. 448 с.

5. Степанова Н.І. Розв'язання економічних задач засобами Microsoft Excel : практикум. Дніпропетровськ : РВВ ДНУ, 2008. 68 с.

6. Татауров В.П., Чевська К.С. Використання сервісів для організації освітньо-інформаційного середовища студентів ІТ спеціальностей : *Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського університету імені Івана Огієнка*. 2018. № 24. С. 120–124.

7. Татауров В.П., Шишкіна М.П. Методика використання сервісів Microsoft Office 365 для підтримування спільної роботи студентів. *Фізико-математична освіта*. 2020. № 2 (24). С. 151–158.

Наукове видання

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК  
МЕНЕДЖМЕНТУ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ  
НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

13 лютого 2021 року, м. Одеса

Збірник тез наукових робіт учасників  
Всеукраїнської науково-практичної конференції

Підписано до друку 22.02.2021. Формат 60x84/16.  
Ум. друк. арк. 5,58. Замовлення № 0221-13. Ціна договірна.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.  
Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

Надруковано у поліграфічному центрі:  
ГО «Центр економічних досліджень та розвитку»  
м. Одеса, вул. Велика Арнаутська, 17  
+38 066 649 13 14