

**Міністерство освіти і науки України
Державний біотехнологічний університет**

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ: ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

**Матеріали
I Міжнародної науково-практичної конференції
(3-4 листопада 2022 р.)**



Харків - 2022

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
STATE BIOTECHNOLOGICAL UNIVERSITY**

**Globalization and development of innovation
systems: tendencies, challenges, and
prospects**

**Materials of
the I International Scientific Practical Conference,**

3-4 November 2022



Kharkiv–2022

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Михайлов В.М., д-р техн. наук, проф. (*голова оргкомітету*); **Ларіна Т.Ф.**, д-р екон. наук, проф.; **Онегіна В.М.**, д-р екон. наук, проф. (*заступники голови оргкомітету*).

Члени оргкомітету:

Анісімова О.В., канд. екон. наук, доц.; **Антощенкова В.В.**, д-р екон. наук, доц.; **Бабан Т.О.**, канд. екон. наук, доц.; **Вітковський Ю.П.**, д-р екон. наук, проф.; **Ганущак-Єфіменко Л.М.**, д-р екон. наук, проф.; **Готра В.В.**, д-р екон. наук, проф.; **Дарр Д.**, Ph.D. проф.; **Діброва А.Д.**, д-р екон. наук, проф.; **Єсенгазієва С.К.**, канд. екон. наук., проф.; **Кравченко О.М.**, д-р екон. наук, доц.; **Кюрчев С.В.**, д-р техн. наук, проф.; **Ломовських Л.А.**, д-р екон. наук, проф.; **Мандич О.В.**, д-р екон. наук, проф.; **Пащенко Ю.В.**, канд. екон. наук, доц.; **Ренбілас Р.**, Ph.D. проф.; **Філімонов Ю.Л.**, канд. екон. наук, доц.; **Яковлева В.П.**

Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи [Електронне видання]: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 листопада 2022 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2022. – 480 с.

До збірника матеріалів конференції увійшли тези доповідей, що стали предметом наукових дискусій учасників I Міжнародної науково-практичної конференції «Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи», яка відбулась 3-4 листопада 2022 року у Державному біотехнологічному університеті.

Розраховано на вчених, викладачів, здобувачів освіти та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

Представлені у матеріалах конференції тексти тез доповідей подано в авторській редакції. Автори тез несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, наукової термінології, власних імен та посилань на літературні джерела.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	14
<i>Капитон А. М.</i> Organization of the company's work by means of ERP systems	15
<i>Kucher L., Heldak M., Anisimova O.</i> Digital competitiveness of Ukraine and Poland	16
<i>Воронюк Є.В.</i> Безпекові компоненти підприємницької діяльності у глобальному економічному просторі	19
<i>Гончар М.В., Журавльова В.В.</i> Системний підхід до управління організацією	21
<i>Горященко Ю.Г.</i> Розвиток інноваційних систем в історичній ретроспективі	23
<i>Зайка О.В.</i> Управління розвитком підприємства	25
<i>Ищенко Н.О., Мазуріна Т.В.</i> Механізм досягнення сталого розвитку	28
<i>Коваль О. В.</i> Діджиталізація як вектор сучасного розвитку бізнес-процесів	29
<i>Колісник В.В., Єна Н.М.</i> Методологічні основи адміністративного менеджменту	32
<i>Коптєва Г.М.</i> Аналіз рейтингового оцінювання розвитку інноваційної діяльності України	35
<i>Курганська М.Г.</i> Діагностика структурних галузевих трансформацій сільського господарства в Україні	38
<i>Куценко І.В.</i> Окремі аспекти дослідження впливу глобалізації на економічний розвиток аграрного сектору України	41
<i>Морозова Г.С.</i> Інноваційний розвиток аграрного сектору: концепція, напрями та оцінка ефективності	43
<i>Нікітіна К.С.</i> Глобальні передумови формування «зеленої логістики»	45
<i>Писарчук О.В., Шевченко Д.О.</i> Вплив глобалізації на доступність товарів	47
<i>Сорокотяга М.С.</i> Економічний розвиток аграрних підприємств на засадах диверсифікації	50
<i>Філіпчук А.А. Руденко Р.Ф.</i> Психологічні особливості управлінської діяльності	52
<i>Ханова О.В., Данилевич О.Я.</i> Інноваційні принципи розвитку міжнародної логістики	54

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА МІКРО-, МЕЗО-, МАКРОРІВНЯХ	57
<i>Amit Kumar Goel, Marchenko M., Iefremov A.</i> Digitalization of economic planning of competitive marketing activities in the conditions of globalization	58
<i>Hanushchak-Yefimenko L., Yershova O.</i> Business incubator as an organizational structure for supporting innovative entrepreneurship	60
<i>Havrylenko Ya., Mykolaenko M.</i> Professional career as an object of research	62
<i>Sofiullah Md, Darr Dietrich, Gomes Vale Eleydiane.</i> Does entrepreneurial intention develop by classroom example? An experiment for teaching entrepreneurship in higher education	63
<i>Nasho Ah-Pine Elda.</i> Teaching on responsible innovation: engaged scholarship and social innovation serving environmental protection	67
<i>Serhiienko S.</i> Safety innovative strategy for the development of agrarian enterprises: management aspect	69
<i>Shvedun V.</i> The global trends of systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems	70
<i>Yessengazyeva S.K.</i> Development of Agri-Industrial Complex of the Republic of Kazakhstan	72
<i>Zaika S.O., Kharchevnikova L. S.</i> The role of innovations in the development of tourism	76
<i>Баєва Д.В.</i> Роль ефективності молочного скотарства в продовольчому забезпеченні країни	78
<i>Батюк Л.А., Тоберт М.Ю.</i> Деякі аспекти міжнародного досвіду державної підтримки впровадження цифрових технологій в аграрний сектор	81
<i>Бережний Є.В.</i> Інноваційні технології у логістиці як фактор підвищення ефективності	85
<i>Божко І.О.</i> Формування інноваційної стратегії енергорозподільчого підприємства	88
<i>Бойко Я.М.</i> Розвиток ІТ-сфери: нові можливості для західного регіону	91
<i>Вергал К.Ю.</i> Теоретичні аспекти розвитку цифрової економіки	94
<i>Внукова Н.М.</i> Розвиток інноваційних систем Індустрії 4.0 в умовах глобалізації	96
<i>В'юник І.М.</i> Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення конкурентоспроможності	99
<i>Гіржева О.М.</i> Роль інноваційного менеджменту в системі управління підприємством	102

Грідін О.В. Особливості та передумови застосування методу розгортання (структурування) функції якості (Quality Function Deployment – QFD) в операційній діяльності підприємства	104
Гуторова О.О., Купріянова Т.В. Державна політика формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки	107
Деділова Т.В., Обозна М.Д. Корпоративна соціальна відповідальність – частина концепції розвитку підприємства	110
Дем'яненко Т.І., Лісна А.В. Формування системи контролінгу на підприємстві	112
Євченко В.В. Аспекти вдосконалення методів управління інноваційними проектами в умовах цифровізації економіки	113
Єфремова Н.О. Державне управління веденням конкурентоспроможного агробізнесу в умовах глобалізації	114
Журавель Р.О. Добровільне страхування ризиків у діяльності сільськогосподарських підприємств	115
Зеленський М.С. Оцінка тіньової економіки в умовах глобалізації	117
Кабанячий В.В., Лєгеза М.А. Роль авіації у сучасному розвитку економіки України	118
Кащєна Н.Б., Чміль Є.О. Виклики та сучасні тренди інноваційного розвитку підприємств	121
Кравченко Ю.М., Крижній Н.М. Економічна сутність необоротних активів	124
Кюрчев В.М., Лєгеза Д.Г. Підготовка фахівців як ключовий фактор запровадження інновацій у галузі машинобудування	126
Лобанов А.М. Сучасні проблеми комунікативних процесів в діяльності організації	128
Мещєряков В. Є., Кривоніс С.В. Інтелектуальна транспортна система як інноваційна концепція розвитку транспортно-логістичного комплексу України	131
Михайлов Є.О. Роль і значення ІТ-консалтингу в управлінні	133
Мірзоєва Т.В., Гарбут М.А. Щодо управління інноваціями в умовах сьогодення	134
Могильна Л.М., Линник В.О. Особливості управління інноваційними процесами в сільському господарстві	136
Новоселець А.І. Концептуальні засади змісту механізмів інноваційного управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств	138
Онегіна В.М. Концептуальні основи інноваційної екосистеми університету	141

Орлов В.В. Категорія «економічний потенціал»: проблеми дефініції	143
Петрецький І.І. Комплексна модель реалізації інноваційно-інвестиційного розвитку сільських територій в Україні	145
Садовой В.О. Управління системними змінами стратегічного розвитку підприємства	147
Семакович М.В. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції	148
Стасюк Ю.М., Волошина А.Р. Основні принципи розробки та реалізації інноваційної стратегії підприємства	150
Таран О.М. Інновації як складова стратегії розвитку організації	153
Філімонов Ю.Л. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності аграрних підприємств	155
Халімон Т.М., Ху Сунце Глобалізаційні тренди управління інноваційною діяльністю телекомунікаційних підприємств	158
Цимбалюк Я.В., Таран Т.Л., Глушко О.А. Державна підтримка аграрного сектору економіки в системі експорту й конкурентоспроможного глобального розвитку тваринництва	161
Шibaєва Н.В. В. Баумоль: внесок у теорію підтримки підприємництва	163
Шубалий О.М. Проміжна оцінка та перспективи розвитку промисловості, інновацій та інфраструктури в контексті реалізації Цілей сталого розвитку України	165
Якуб К.В. Особливості управління інноваційною діяльністю сільськогосподарського підприємства	167
Яцун А.Г. Розвиток ринку продукції равликівництва та її експортний потенціал	169
СЕКЦІЯ 3. ТРАНСФЕР ІННОВАЦІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ	171
Дmytryshyn R.A. The impact of the changing international environment on the regulatory and legal regulation of economic sectors in the aspect of global challenges	172
Бубенець І.Г. Трансформація основних елементів бізнес-моделі підприємств в умовах цифровізації	174
Вітковський Ю.П., Rebilas Rafal. Освітні інновації у вищій школі Польщі та України в умовах глобалізації	176
Гапак Н.М. Взаємодія місцевих закладів освіти, науки та бізнесу як чинник успішного трансферу знань/технологій	178
Карпенко А.В., Соляна Т.М. Стартапи у сучасній Україні: стан та напрями розвитку	180

Кравченко О.М., Бондарев Р.Р. Трансформація інформаційних ресурсів в умовах сучасного економічного простору	182
Лимар Т.І. Концепція сталого розвитку як основа ефективного підприємництва на селі	184
Ольшанський О.В., Горяінов А.Б., Руднева А.В. Електронна комерція, як сучасний формат розвитку торгівлі	187
Суховірська Л.П., Болілий В.О. Інноваційні системи – голосові асистенти із використанням штучного інтелекту	190
СЕКЦІЯ 4. ІННОВАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЮ БЕЗПЕКОЮ	192
Kotko Ya. M., Levkin A. V. Mechanism of innovation in the food area of the region	193
Антощенкова В.В. Основи глобальної продовольчої безпеки	195
Бабак Д.Є., Часовітін І.О. Проблеми розвитку аграрних відносин	198
Білоусько Т.Ю. Світова продовольча безпека та подальший розвиток аграрного сектору України	201
Богданович О.А. Продовольча безпека країни в умовах війни	202
Вісам Аль-Хатіб Регулювання ринку засобів захисту рослин в системі глобального розвитку	205
Горох О.В. Продовольча безпека України і світу в умовах війни	207
Гуторов А.О. Інтенсифікація агровиробництва України у глобалізаційних вимірах	208
Гуцул Т.А., Кудерський Б.К. Забезпечення продовольчої безпеки на ринку молока та молочної продукції України	209
Зоря О.П., Мауер Д.Р., Самар О.С. Активізація інноваційної діяльності у сільському господарстві з метою забезпечення продовольчої безпеки: виклики та чинники, що гальмують темпи її розвитку	210
Кравченко Ю.М., Симченко В.Є. Якість продукції як вирішальний фактор її конкурентоспроможності	212
Крицька М.І. Стан розвитку інноваційного потенціалу підприємств харчової промисловості в Україні	214
Купінець Л.Є., Шершун О.М. Аквакультура як стратегічний ресурс національної продовольчої безпеки	217
Кюрчев С.В., Верхованцева В.О. Продовольча безпека є запорукою розвитку економіки країни	220
Ломовських Л.О. Глобальні проблеми світової продовольчої безпеки	222

<i>Махиборода К.В.</i> Прогнозування розвитку ринку органічної аквакультури в умовах глобальних продовольчих викликів	223
<i>Мещеряков В.Є., Літвінова Н.В.</i> Вплив війни на стан сільського господарства Харківщини	225
<i>Пасемко Г.П., Борисовський І.А.</i> Генезис та розвиток аграрного ринку	227
<i>Пашко В.В.</i> Інноваційні чинники підвищення ефективності сільськогосподарських товаровиробників	230
<i>Пащенко Ю.В., Калінова Д.О.</i> Перспективи забезпечення продовольчої безпеки в Україні	233
<i>Петровський О.О.</i> Інноваційна діяльність: трактування у нормативних актах	236
<i>Пилипець С.І.</i> Засади формування організаційно-економічного механізму розвитку сільських територій	238
<i>Сергеев В. В.</i> Сучасні інновації агропродовольчого сектора України	240
<i>Ткаченко С.Є.</i> Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств аграрного виробництва у контексті продовольчої безпеки	242
<i>Чуйко М.М.</i> Інноваційні рішення на шляху до світової продовольчої безпеки	244
<i>Шебештень Е.Г.</i> Концептуальні основи диференціації розвитку сільських територій	245
СЕКЦІЯ 5. ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	248
<i>Weisembaeva A.K., Volatbekov S.B.</i> Financial analysis as an organization management tool	249
<i>Omarkulova M. B., Kim E.R.</i> Assessment and management of credit risk in financial organizations of Kazakhstan	253
<i>Барабаш Л.В.</i> Роль податкової системи у розвитку інновацій в Україні	255
<i>Бочарова Н.А., Тихоненко О.С.</i> Бюджетування як метод фінансового планування діяльності автотранспортного підприємства	257
<i>Верета О.А.</i> Ознаки та чинники виникнення кризових ситуацій у діяльності сільськогосподарських підприємств	260
<i>Герасименко В.М.</i> Вплив інноваційного розвитку на фінансову стійкість підприємства	262
<i>Євдокімова М.О., Жовтогарячий А.С.</i> Ринок платіжних карток в Україні	263
<i>Жилякова О.В.</i> Інноваційний розвиток страхового ринку: перспективи InsurTech	266
<i>Заславська О.І.</i> «Зелене» банківництво як чинник кліматичної стійкості	268

Кравченко О.М. Наскрізна змістова лінія "Підприємливість і фінансова грамотність" як складова сучасного економічного простору	270
Крамаренко К.М. Фінансові інновації як фактор економічного розвитку	273
Малій О.Г. Управління ризиками при здійсненні банківської кредитної діяльності	275
Мандич О.В., Микитась А.В. Фінансова архітектура: особливості формування та імплементації стратегій в сучасних реаліях	278
Петканич М.-В. М. Інтеграція штучного інтелекту у діяльність банківських установ	279
Чабанюк О.М., Лобода Н.О. Стан фінансово-господарського контролю на сучасному етапі	281
СЕКЦІЯ 6. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	284
Bilousko R.S. Actuality of the electronic commerce development	285
Zaika O. The role of marketing research in business	286
Morozov V.I. Digital marketing as one of the basic factors of innovative transformation of the modern economy	288
Бабаєв І.О. Напрями удосконалення економічних відносин підприємств борошномельної галузі	289
Бабко Н.М. Особливості маркетингового супроводу інноваційної діяльності підприємства	292
Баценко Л.М., Шелудько О. В. Управління маркетингом підприємств: інноваційний підхід	294
Беженар І.М. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. перспективи для органічної продукції	296
Горбань С.Ф. Використання інноваційного маркетингу в діяльності підприємств	299
Деділова Т. В., Жученко Д.Г. Digital-маркетинг як двигун підвищення прибутку компанії	302
Дем'яненко Т.І. Інноваційний розвиток в умовах економічної глобалізації	304
Козак К.В. Трансформація цінової політики в умовах невизначеності	305
Кулинич К.В. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством	307
Мостова А.Д. Цифрові маркетингові інновації та їх роль у стратегії цифрового маркетингу	309

<i>Муштай В.А.</i> Інноваційні підходи до управління маркетингом на підприємствах туристичної індустрії	312
<i>Петруня В.П., Бондарєва А.А.</i> Маркетингове планування як складова бізнес-управління	314
<i>Романюк І.А.</i> Інноваційний маркетинг як інструмент конкурентоспроможного бізнесу	315
<i>Тебенко В.М., Плясецька В.Р.</i> Трансформація маркетингу під впливом цифрових технологій	317
<i>Худавердієва В.А., Баранова К.М.</i> Маркетингові технології крос-маркетингу для просування послуг туристичної організації	319
<i>Худавердієва В.А., Загоруйко С.Г.</i> Крос-маркетинг у просуванні туристичних послуг	322
<i>Худавердієва В.А., Найдьонова М.І.</i> Маркетингова технологія крос-маркетингу	325
<i>Шафар Т.Ю.</i> Маркетингові інновації як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства та вихід на міжнародний ринок	328
<i>Шквиря Н.О., Лещук А.К.</i> Обґрунтування вибору маркетингових комунікацій у збутовій діяльності молокопереробних підприємств	331
<i>Шквиря Н.О., Лещук Д.В.</i> Роль цифрового маркетингу в діяльності підприємств	334
<i>Шульга О.А.</i> Використання приватних даних для націлювання реклами на споживача	336
<i>Чміль Г.Л.</i> Вплив інноваційного маркетингу на результативність бізнесу	339
СЕКЦІЯ 7. ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	342
<i>Акімова Н.С., Янчева Л.М.</i> Побудова бюджету з інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу	343
<i>Льченко А.С.</i> Аналітичне забезпечення управління витратами загальнопромислового характеру	346
<i>Кирильєва Л.О., Наумова Т.А.</i> Цифровізація в процесі бюджетування інноваційної діяльності підприємств	348
<i>Коваль Л.В.</i> Особливості обліку інноваційної діяльності	350
<i>Комста Я.О.</i> Зміст процесу постачання та завдання його обліку	352
<i>Маренич Т.Г.</i> Обліково-інформаційне забезпечення інноваційної діяльності підприємств: стан та проблеми	354

Нестеренко І.В. Облікове забезпечення інноваційної діяльності підприємств біоіндустрії	359
Никитюк Д.О. Зміст адміністративних витрат та їх вплив на прибуток підприємства: обліковий аспект	362
Панічек І.В. АВС-калькулювання: переваги та недоліки застосування у сучасних умовах	365
Писарчук О.В. Обліково-аналітична складова в управлінні інноваційним розвитком	368
Правдюк Н.Л., Сироватко О.В. Формування збутових витрат в обліку для потреб внутрішнього управління	370
Пуніна А.М. Використання сучасних програмних продуктів в облікових процесах в сільськогосподарській сфері	373
Теплякова Н.О., Керемет А.О. Проблеми організації роботи бухгалтерської служби в обліково-аналітичній системі підприємства	376
Чабанюк О.М., Шведа Н.В. Зобов'язання підприємства у балансі (звіті про фінансовий стан) та їх оцінка	378
СЕКЦІЯ 8. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ІННОВАЦІЇ ТА ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ	380
Азаренков Г.Ф. Аналіз тенденцій розвитку ринків під впливом змін структури активів	381
Алексенко А.О., Кузнєцова Ю.С. Теоретичне узагальнення системи сучасних методів управління персоналом підприємства	383
Андрєєвський А. С. Розвиток персоналу організації в умовах кризи як чинник забезпечення її стійкості	385
Богущ А.С., Коробова Л.І., Медвідь Г.С. Економічний механізм державного регулювання конкурентоспроможності аграрного сектору й органічного виробництва в глобалізованому світі	387
Вдовенко Н.М., Марченко І.О., Коробова Н.М. Методичний інструментарій галузевого регулювання в умовах глобалізації	389
Волубуєв В.В. Визначення педагогічних умов формування професійної готовності майбутніх офіцерів-прикордонників до проектного управління	391
Воронова Н.С. Євроінтеграція в освіті: міжнародний проект «Історія та культура Донбасу»	394
Грузіна І.А. Вплив глобалізації на функціонування сучасних організацій	396
Довжик О.О., Скрипка К.О. Особливості побудови системи управління в галузі рослинництва	399

<i>Карпенко Р.В.</i> Трудова діяльність людини як об'єкт економічного дослідження	402
<i>Козак С.О.</i> Людський капітал як основа сталого розвитку сільських територій	403
<i>Мірошніченко В.І.</i> Сучасна освіта в контексті глобалізації	406
<i>Могильна Л.М.</i> Інновації в управлінні персоналом підприємства	409
<i>Музиченко М.В.</i> Залежність Німеччини від російського газу: передумови та шляхи подолання	411
<i>Онищенко О.С., Дерев'янка О.М.</i> Інвестиції в людський капітал як фактор економічного зростання АПК	413
<i>Сахненко О.І.</i> Цифрова трансформація як сучасний розвиток економічних стосунків в суспільстві	414
<i>Ткаченко С.Є., Єфременко А.В.</i> Інноваційна діяльність в Україні та перспективи її розвитку	416
<i>Тушко Д.А.</i> Інновації управлінської діяльності у прикордонній службі України	419
<i>Тушко К.Ю.</i> Проектний менеджмент у прикордонній службі України	420
<i>Ханова О.В., Болдирєва О.С.</i> Інноваційна складова глобальної конкурентоспроможності країн ЄС	422
<i>Чабанюк О.М.</i> Сучасні вимоги та підбір кадрів бухгалтерії	424
<i>Шаповал О.А.</i> Кадрове забезпечення як ефективна складова організації діяльності підприємства	426
<i>Шелудько Л.В., Крайня Л.О.</i> Економічні та соціальні наслідки безробіття	427
СЕКЦІЯ 9. СОЦІАЛЬНІ, ЕКОЛОГІЧНІ ТА ЗЕМЕЛЬНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ЗАГРОЗИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ	429
<i>Антощенкова В.В., Глянь Т.І.</i> Збалансований стійкий розвиток України в глобальному аспекті	430
<i>Бабан Т.О., Бондарєв Р.Р.</i> Ризики для забезпечення життєстійкості сільськогосподарських товаровиробників	433
<i>Барвінок Н.В.</i> Тенденції розвитку туристичної індустрії під впливом глобальних безпекових факторів	436
<i>Богданович О.А., Бондаренко О.О.</i> Соціальний аспект глобалізації	438
<i>Боровик П.М., Кисельов Ю.О.</i> Геоінформаційні системи і технології – інструменти сучасного ленд-менеджменту	440

Горгуль О.В., Гуторова О.О. Формування системи державного адміністрування ефективного використання сільськогосподарських земель України	442
Дейнега М.В. Генезис дослідження соціальної відповідальності бізнесу	445
Должикова І.С. Ефективність використання земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств в умовах війни та глобальних викликів	448
Ільїна М.В., Шпильова Ю.Б. Адаптація стратегії соціально-екологічного розвитку України до вимог ЄС	450
Ільїна М.В. Міжнародний досвід впровадження екосистемного підходу в управлінні природокористуванням	451
Іпполітова І.Я., Кулинич І.Е. Корпоративна соціальна відповідальність: глобалізаційні впливи на підприємства України	454
Коваленко Л.М. До питання розвитку світових кадастрових систем	456
Ковач М.С. Глобалізаційні зміни в соціальній культурі вітчизняних організацій	458
Кравченко Ю.М. Циркулярна економіка в контексті концепції сталого розвитку	459
Ланченко Є.О. Розвиток земельних відносин в аграрній сфері територіальних громад	462
Оробей В.В. Стан соціальної інфраструктури сільських територій: загрози та виклики	464
Топоркова М.М. Земля як найважливіший елемент реалізації багатьох прав людини	467
Третьяк Н.А. Капіталізація землекористування в Україні	469
Улько Є.М. Методологічні основи сталого управління ґрунтовими (земельними) ресурсами в умовах глобальних змін клімату	472
Юхно А.С. Пріоритетні напрями вдосконалення економіко-екологічного управління земельними ресурсами в умовах післявоєнного відновлення України	475
Ярова В.В., Міщенко А.С. Аналіз соціальних параметрів інноваційного розвитку України і країн ЄС	477



СЕКЦІЯ 1

ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

**Kapiton A. M. doctor of pedagogical sciences, associate professor
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Ukraine**

Organization of the company's work by means of ERP systems

The basis of the operation of any enterprise is a number of interrelated business processes: management of finances, human resources and procurement, supply chain planning, organization of production of products or provision of certain services, sales and other economic processes that depend on the specifics of the company's activities. This can be achieved thanks to the automation of routine processes and the avoidance of repeated input of the same information by performers from different departments. ERP system is a larger-scale software and its main function and at the same time, the difference is the management of absolutely all company resources, and not its individual parts. ERP systems is a fully automated system for planning, accounting and resource consumption of different departments of the enterprise. In addition to this non-trivial task, the ERP solution allows you to: plan needs; formulate production and sales plans; support for multiple languages and currencies; manage inventory and purchases; plan production; budget planning; efficiently manage finances; manage projects [2,3].

Modern ERP systems are equipped with the latest technologies such as artificial intelligence, the Internet of Things, machine learning, etc., thanks to which business management becomes even more transparent and efficient. The presence of an ERP system implies the use of a single or integrated database. This eliminates discrepancies and gives each department access to all the information they need anytime, anywhere. It is ERP systems that help avoid downtime and overloading of production facilities, logistical errors, serious problems with ensuring product quality and many other troubles for an entrepreneur. Therefore, the presence of such a system is one of the necessary conditions for the successful functioning and development of a business of any scale and industry [2,3].

ERP systems make it possible to organize the work process in a trading company so that there are neither empty shelves nor unsold expired products in your favorite supermarket. The system analyzes sales and tells you how much and which products need to be purchased so that they are always available, but not dependent on warehouses. Fast delivery from online stores is also a merit of the ERP system, which promptly processes orders and ensures accelerated logistics. Industrial goods that we use every day are also produced with the help of ERP and automation of business processes in production. Manually coordinating the work of a manufacturing plant would require significant effort and time, resulting in lost revenue and profit.

References:

1. What is an ERP system and how will it help your business? [Electronic resource] - Access mode: <https://business.diia.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/so-take-erp-sistema-ta-ak-vona-dopomoze-vasomu-biznesu>; 2. ERP-system: what is it, why to implement it and whether your company needs it [Electronic resource] - Access mode: <https://habr.com/post/523120/>; 3. What is an ERP system? [Electronic resource] - Access mode: <https://a4.com.ua/chto-takoe-erp-sistema/>

Kucher L., Doctor of Economic Sciences, Professor
State Biotechnology University, Ukraine
Heldak M., Dr hab. inż., Professor
Wroclaw University of Environmental and Life Sciences, Poland
Anisimova O., PhD of Economic Sciences, Associate Professor
National Scientific Center “Institute for Soil Science and Agrochemistry
Research named after O. N. Sokolovsky”, Ukraine

Digital competitiveness of Ukraine and Poland

The integration of Ukraine into the European Union requires the fulfillment of a number of certain conditions for the gradual transformation into a country with a high standard of living. One of the prerequisites for this is to increase the competitiveness of the country, regions and enterprises on an innovative basis. Taking into account the modern conditions of the development of Industry 4.0, digital competitiveness is taking the leading position. Therefore, the goal and result of this work is a comparative analysis of the digital competitiveness of Ukraine and Poland.

Analysis of the publication activity of researchers over the past 12 years (2011–2022) made it possible to reveal the growing dynamics of research intensity in the field of digital competitiveness (Fig. 1). However, the intensity of research is still not high, compared to, for example, the number of publications on industry 4.0, since more than several thousand works are published in this area recently every year.

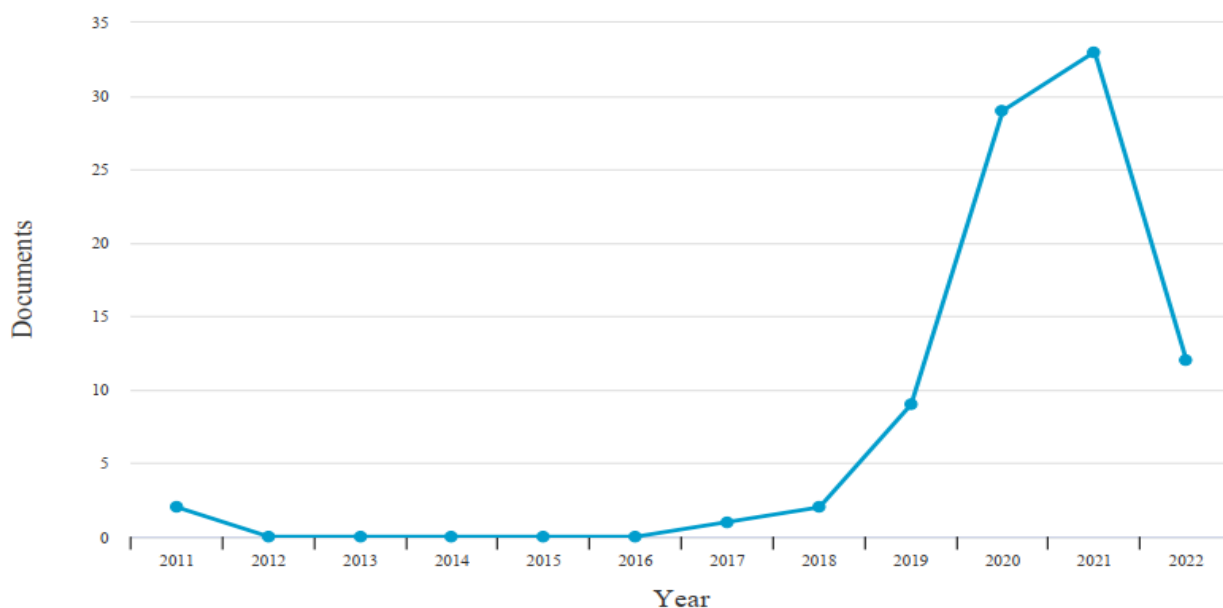


Fig. 1. Dynamics of publication activity on digital competitiveness in the world

Source: formed by the authors on the basis of the Scopus database.

Digital transformation – is the process of transition to new ways of enterprise activity through the introduction of digital technologies and digital services, which is based on the strategic partnership of all interested parties and the simultaneous development of software, digital transformation and assessment of the level of digital transformation of the enterprise [1]. It has been established that the low level of infocommunication development of Ukraine in comparison with geographically close

countries reduces the ability to achieve the key goals of digital strategies, placing the following tasks in the foreground: development of ICT infrastructure due to increased access and innovativeness of communication networks; ensuring access of the population, business and government to ICT; sustainable development of the ICT manufacturing subsector [2].

Thus, one of the current megatrends of economic development is digitalization, but according to the World Digital Competitiveness Index, Ukraine does not currently have a leading position in the world and Europe (Table 1).

Table 1

The place of Ukraine and Poland in the ranking of countries according to the World Digital Competitiveness Index

Indexes	Years								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Ukraine</i>									
Digital Competitiveness Index	54	50	59	59	60	58	60	58	54
<i>Knowledge</i>	35	29	40	44	45	39	40	38	37
Talent	52	46	55	58	57	55	57	52	46
Training & education	8	4	15	20	26	22	21	19	18
Scientific concentration	40	42	39	45	45	40	49	50	55
<i>Technology</i>	58	58	60	60	62	61	61	59	58
Regulatory framework	54	47	55	55	56	54	54	54	46
Capital	57	56	60	60	62	61	62	59	55
Technological framework	56	58	60	58	60	57	60	58	57
<i>Future readiness</i>	57	58	61	61	61	61	62	61	58
Adaptive attitudes	57	60	60	60	58	53	59	56	56
Business agility	48	58	58	59	56	53	45	51	45
IT integration	59	61	61	60	60	61	61	62	61
<i>Poland</i>									
Digital Competitiveness Index	36	39	38	38	37	36	33	32	41
<i>Knowledge</i>	30	36	31	27	32	33	33	30	38
Talent	20	31	22	17	28	30	28	29	41
Training & education	40	33	34	22	23	35	35	32	44
Scientific concentration	42	43	41	39	40	38	31	28	28
<i>Technology</i>	34	37	36	36	39	37	37	37	41
Regulatory framework	36	43	38	45	47	46	45	46	53
Capital	24	35	28	32	32	32	38	36	47
Technological framework	39	34	34	39	39	37	30	23	31
<i>Future readiness</i>	52	50	49	51	39	37	33	35	39
Adaptive attitudes	54	54	52	51	38	33	37	29	28
Business agility	57	52	55	55	45	40	28	33	44
IT integration	43	40	41	41	41	40	36	38	45

Source: formed by the authors based on IMD World Digital Competitiveness Ranking.

Analysis of the dynamics of changes in rating positions according to the World Digital Competitiveness Index of Ukraine indicates the absence of a clear trend both in general and in the context of specific components of this index. Comparative analysis shows that Ukraine's positions are almost twice as bad as those of neighboring

Poland. A similar situation is typical for the positions of Ukraine and Poland in the network readiness index (Fig. 2). In the dynamics of the Networked Readiness Index of Ukraine, a generally positive tendency was recorded, which made it possible to overtake Poland in 2021, but there are still significant opportunities to increase network readiness to the level of countries that are among the leaders. It is obvious that the growth of digitalization of the economy and society will take place in the future, which will have an impact on the agricultural sector of the economy [3].

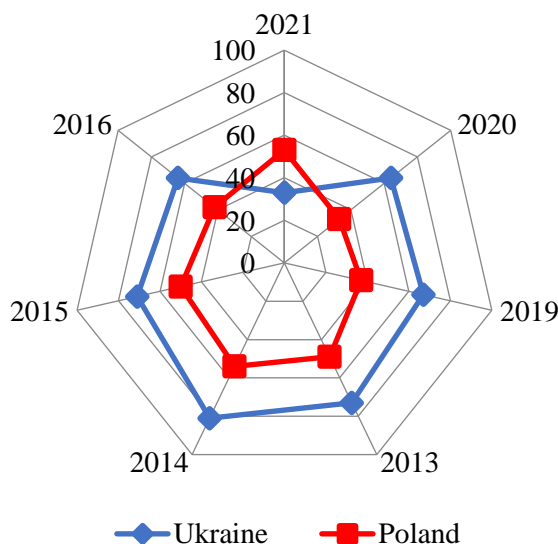


Fig. 2. The place of Ukraine and Poland in the ranking according to the Networked Readiness Index

Source: built by the authors based on Networked Readiness Index.

So, we can note that: (1) The analysis of the publication activity of researchers during 2011–2022 made it possible to reveal a growing trend of research intensity in the field of digital competitiveness. However, the intensity of research is still not high, compared to, for example, the number of publications on Industry 4.0. (2) The analysis of digital competitiveness of Ukraine showed that the strengths include knowledge, in particular training & education, talents. Weaknesses are: IT integration, technological framework, scientific concentration. (3) A positive trend was recorded in the dynamics of the Networked Readiness Index in Ukraine, while in 2021 Ukraine surpassed Poland in terms of this indicator, however, there are significant opportunities to increase the level of network readiness to the level of the leading countries.

References

1. Nikitin Iu., Kulchytskyy O. Digital paradigm as the basis for definitions: digital business, digital enterprise, digital transformation. *Marketing and Digital Technologies*. 2019. Vol. 3. No 4. Pp. 77–87. <https://doi.org/10.15276/mdt.3.4.2019.7>;
2. Grytsulenko S. I., Umanets O. Yu. The infocommunications development of Ukraine under conditions of the transition to the digital economy. *The Problems of Economy*. 2018. Vol. 4(38). Pp. 49–60. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-49-60>;
3. Kucher L. Impact of digitalization on the management of innovative projects. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Społecznej w Ostrołęce*. 2022. Vol. 45. No. 2. Pp. 16–26. <http://ojs.wsa.edu.pl/index.php/sj-economics/article/view/273>.

Воронюк Є. В. викладач

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Безпекові компоненти підприємницької діяльності у глобальному економічному просторі

Глобальний економічний простір уявляє собою сукупність зв'язків між розташованими на різних територіях об'єктами, які можуть бути значними за територіями та межами впливу, мають тісні матеріальні, технологічні, економічні, політичні, управлінські зв'язки між державами та державними устроями, що націлено на досягнення певної мети [4].

Сучасне світове господарство є неоднорідним і має полісистемну конфігурацію, яка сформована різними політико- та соціально-економічними системами країн [1]. Іншими словами, стратегічне забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності в кожній країні визначається рівнем її залученості до системи світового господарства, геоекономічною та геополітичною позицією. Як наслідок, поглиблення інтеграційних та глобалізаційних процесів обумовлених прагненням кожної держави досягнути системоутворюючих позицій в масштабах світового господарства, призвело до того, що питання забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності знаходяться під впливом не тільки внутрішньо державних факторів а зіштовхується із загрозами, які виходять із глобального економічного середовища.

Результат поглиблення інтеграційних та глобалізаційних процесів по всьому світу для підприємницької діяльності постає в загостренні конкурентної боротьби, ускладненні розвитку промисловості, необхідності збільшення кількості інноваційних товарів та послуг за умови нового ставлення споживачів до їх якості.

На міжнародному рівні ці питання мають вирішуватись за рахунок розробки нової безпекової архітектури ведення підприємницької діяльності, що постає реципієнтом і редуцентом поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів одночасно. Рівень та тенденції розвитку глобального економічного середовища сформували такі умови ведення підприємницької діяльності, які самі по собі лише посилюють взаємозв'язок між суб'єктами тим самим поглиблюють інтеграційні процеси у світі.

Аналізуючі сьогоденні загрози економічній безпеці підприємницькій діяльності, можна сказати що вони поступово перетворюються на транскордонні й транснаціональні, а регіональні та національні безпекові виклики усе більше глобалізуються [3].

Саме тому одним з ключових безпекових компонентів підприємницької діяльності у глобальному економічному просторі є гнучкість. Гнучкість визначають як позитивну характеристику системи, що забезпечує «легкість» перегрупування між елементами системи без будьяких корінних змін в її структурі. Так, гнучкість відображує готовність підприємства функціонувати в умовах нестабільного зовнішнього середовища або спроможність

управлінського персоналу використовувати нестандартні рішення на основі глибокого розуміння та передбачення тенденцій змін у зовнішньому середовищі. Гнучкість, як характеристика економічної безпеки розвитку підприємства, носить оборонний або наступальний характер, чи суміщає обидві ці риси [2].

Слід зауважити, що властивість гнучкості відіграє ключову роль як на рівні суб'єкта підприємницької діяльності, так і на рівні державного регулювання безпекового простору функціонування підприємництва. Оскільки саме на державному рівні забезпечуються можливості та проходить інтеграція національних безпекових систем до міжнародних.

Забезпечення гнучкості як підприємницьких структур так і державного регулювання підприємницької діяльності неможливо без підвищення рівня безпеки інформаційної, транспортно-логістичної та комунікаційної інфраструктури. Ці безпекові компоненти відіграють значну роль в питаннях пов'язаних з протидією економічному шпигунству, забезпеченню збереження об'єктів інтелектуальної власності та інших.

Слід зауважити, що вищенаведені ключові безпекові компоненти підприємницької діяльності в глобальному економічному просторі мають бути узгодженими із цілями сталого розвитку, порушення яких несе негативний вплив не тільки для підприємницьких структур а і для населення всього світу, що само по собі є найважливішою загрозою безпеки.

Таким чином ключові безпекові компоненти підприємницької діяльності в глобальному економічному просторі постають одночасно елементами забезпечення безпеки бізнес-структур, держави та безпосередньо світового господарства. Вони полягають у: посиленні гнучкості кожного суб'єкта глобального економічного середовища; розробки механізмів забезпечення інформаційної, транспортно-логістичної та комунікаційної інфраструктури; ведені підприємницької діяльності відповідно до принципів сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Булатова О. В. Тенденції розвитку національних торговельно-економічних політик в сучасних умовах. Економіка: реалії часу: наук. журнал. 2018. № 4. С. 5–11.
2. Отенко І. П., Шкробень Р. П., Харнам М. В. Формування концептуальної моделі управління фінансово-економічною безпекою бізнес-процесів підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №12. С. 423–429. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-423-429>
3. Парахонський Б. О., Яворська Г. М., Резнікова О. О. Міжнародне безпекове середовище: виклики і загрози національній безпеці України / за ред. К. А. Кононенка. Київ: НІСД, 2013. 56 с
4. Птащенко О. В. Становлення глобального економічного простору під впливом економіки знань / О. В. Птащенко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – Сєверодонецьк: СУНУ, 2021. – Вип. 3 (267). – С. 30-34.

**Гончар М.В., Журавльова В.В., здобувачі вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Системний підхід до управління організацією

Основною змістовною складовою понять «системний підхід», «системний аналіз», «системне дослідження» є термін «система». Аналізуючи визначення поняття «система» і враховуючи ряд інших ознак, можна зробити висновки, що найбільш істотними рисами системи є такі:

- а) наявність різних елементів, складових системи;
- б) наявність взаємозв'язку елементів системи;
- в) наявність мети, що є початком системи, що пов'язує і визначає взаємодію елементів.

Таким чином, під системою розуміють сукупність взаємно пов'язаних і в той же час різних елементів, створену для досягнення певної мети [1].

Системний підхід як концептуальна основа управління, розглядаючи складну проблему й саму організацію як кінцеву сукупність взаємозалежних частин, на основі декомпозиції робить аналіз цих частин і потім об'єднує їх в одне ціле. Тому необхідність використання системного підходу пояснюється складністю управління сучасними організаціями, а також досягненнями в галузі управління виробництвом. Оволодіння навичками системного менеджменту дає змогу менеджерів ефективніше виконувати свої функції. Ці навички особливо необхідні для менеджерів вищої ланки, які спрямовують усі дії організації на досягнення поставлених цілей [2, с.24].

Управління підприємством – це постійний і системний вплив менеджменту на діяльність його структурних підрозділів для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату. Система управління представляє собою сукупність підсистем, які відображають окремі аспекти управління: цілі, функції, принципи, методи, органи управління, персонал, техніку и технологію, та призначенням якої є розроблення та реалізація управлінського впливу на виробництво відповідно до об'єктивних законів загального розвитку. Отже, під системою управління мається на увазі система, вплив якої направлено на об'єкт управління з одночасною його трансформацією в бажаний стан відповідно до певних кількісних та якісних параметрів, та складається з елементів, які об'єднані загальною ціллю функціонування.

Актуальним питанням створення та застосування систем управління присвячено наукові праці К. Арджириса, С.П. Бараненко, В.Н. Буркова, Т. Бернса, В.А. Ірікова, А.Я. Кібанова, П.М. Сенге, Г.М. Сталкера, В.В. Шеметова та ін. Аналіз системи управління є комплексним і цілеспрямованим дослідженням стану і тенденцій розвитку основних елементів системи управління (підсистем і методів управління, організації управлінської праці, інформації, управлінської техніки), форм і порядку їх взаємодії в процесі розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень у рамках певних об'єктів

* Науковий керівник – О.М Таран, канд.екон.наук

при їх взаємодії з аналогічними і системами вищого порядку. Р.А. Фатхутдінов, розкриваючи сутність побудови системи менеджменту визначає, що стандартна структура системи менеджменту включає: а) внутрішнє оточення (вхід, вихід, зовнішнє середовище та зворотний зв'язок); б) внутрішню структуру (підсистема наукового супроводження, цільова, забезпечувальна, керувальна та керівна підсистеми)[3, с.173]. Г. В. Воронцова вважає, що система управління організацією (підприємством) – це спосіб взаємодії між суб'єктом і об'єктом управління, спосіб побудови взаємозв'язку між рівнями управління і функціональними галузями, що забезпечує оптимальне за даних умов досягнення цілей організації [4].

Кожна система управління складається з двох взаємопов'язаних підсистем: керуючої підсистеми або суб'єкта управління (тобто того, хто управляє) і керованої підсистеми або об'єкта управління (того, ким управляють). До керуючої підсистеми відносяться всі елементи, що забезпечують процес управління, тобто цілеспрямованого впливу на колективи людей, зайнятих у керованих системах.

Система управління складається з декількох однорідних груп елементів (технічних, технологічних, організаційних і соціальних). Технічні елементи – збалансований комплекс окремих видів технічного обладнання спеціальних засобів. Технологічні елементи – це елементи, що визначають розподіл політичної або духовної діяльності, матеріального виробництва на етапи, стадії, процеси. Як правило, такі елементи – це набір правил і норм, що визначають послідовність операцій у процесі певного виду діяльності та управління ними. Організаційні елементи – це елементи, які безпосередньо через розробку структури управління, відповідних інструкцій, положень та інших нормативних документів визначають раціональне використання технічних засобів, предметів праці, інформації, трудових і матеріальних ресурсів. Економічні елементи – це сукупність господарських і фінансових процесів, операцій і зв'язків. Соціальні елементи – сукупність соціальних відносин, створюваних в результаті спільної діяльності соціальних груп.

Отже, система управління – це складне утворення процесів і явищ, формування якого може йти з різним ступенем деталізації. Розробка системи менеджменту організації дуже індивідуальна, тому слід враховувати специфіку діяльності організації.

Список використаних джерел:

1.Холод Б.І., Зборовська О.М. Системний підхід – основа сучасного управління діяльністю промислових підприємств. *Академічний огляд*. 2010. № 1(32). с.48 -54 2. Гуторова О.О. Менеджмент організації: навч. посіб. Харків: ХНАУ, 2017. 267 с. 3. Фатхутдінов Р. А. Организация производства: учебник Москва: ИНФРА-М, 2001. 672с. 4. Калюжна Н.Г. Система управління підприємством як предмет дослідження теорії організації. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45700/15-Kalyuzhna.pdf?sequence=1> (дата звернення 5.10.2022)

**Горященко Ю. Г. д-р екон. наук, доцент
Університет митної справи та фінансів, Україна**

Розвиток інноваційних систем в історичній ретроспективі

Категорії «інноваційна система» та «інноваційна екосистема» мають діаметрально протилежний рівень зацікавленості вітчизняних науковців та практиків на користь другої, перша ж з категорій здебільшого вживається у контексті національної інноваційної системи (термін «національна інноваційна система» було запропоновано Крістофером Фріменом у 1987 р., під яким розумілося сукупність інституцій у державному та приватному секторах, діяльність та взаємодія яких ініціює, імпортує, модифікує та розповсюджує нові технології [1]). На думку Єви Дантес, інноваційна система являє собою сукупність підприємств та організацій в рамках економічної системи, які безпосередньо беруть участь у створенні, розповсюдженні та використанні науково-технічних знань, а також підприємств і організацій, відповідальних за координацію та підтримку цих процесів [2]; Ове Гранстранд та Маркус Хольгерссон розглядають її як сукупність компонентів та причинно-наслідкові зв'язки, що впливають на генерацію та використання інновацій та інноваційні показники [3]. OECD визначає інноваційну систему як ансамбль акторів та умови, що дозволяють створювати та адаптувати знання і технології в економіку [4].

Потрібно додати, що в економіці співіснують взаємозалежні системи управління інноваційними процесами: екзогенна (або зовнішня) – як складова системи управління національною економікою, що непрямо стимулює розвиток інноваційних процесів, та ендогенна (або внутрішня) – як така, що прямо управляє інноваційними процесами на підприємствах [5, с. 21].

Як будь-яка реально функціонуюча, інноваційна система змінює свій стан на конкретний у певний момент часу і може бути представлена у вигляді:

$$S_1(A_1, G_1, N_1 \dots) \rightarrow S_2(A_2, G_2, N_2 \dots) \rightarrow \dots \rightarrow S_n(A_n, G_n, N_n \dots) \dots \quad (1)$$

де $S_1 \dots S_n$ – стан інноваційної системи, що визначає її поведінку і знаходиться під впливом соціальних, політичних, економічних та інших факторів зовнішнього і внутрішнього середовища: $A_1, G_1, N_1 \dots A_n, G_n, N_n$: A – інтересів акторів інноваційної діяльності; G – цілей; N – правових, податкових, соціальних, інституційних й інших норм і кодексів.

Матриця ймовірностей переходу і граф переходів однорідного ланцюга Маркова [6] з п'ятьма (1) й трьома станами (2) наведено на рис. 1. Сума елементів в кожному рядку дорівнює одиниці, що означає, що система S обов'язково або переходить з одного стану S_i в інший, або залишається в стані S_i .

$$S = \begin{bmatrix} 0,5a & 0 & 0,5a & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0,5g & 0,5g & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0,5n & 0,5n \\ 0,25m & 0 & 0,25m & 0 & 0,5m \\ 0 & 0 & 0 & 0,5b & 0,5b \end{bmatrix} \quad 1$$
$$S = \begin{bmatrix} 0,5a & 0,3a & 0,2a \\ 0,4g & 0 & 0,6g \\ 0,7n & 0,1n & 0,2n \end{bmatrix} \quad 2$$

Рис. 1. Приклад матриць ймовірностей переходу системи від одного до іншого стану

Джерело: авторська розробка за даними [6].

Основні стани системи мають характерні особливості, такі як: перехідний (неповерненість до попереднього стану), рекурентний (постійне повернення до попереднього стану), поглинаючий (знаходження в одному й тому ж стані), метастабільний (перехід між однією групою станів дуже ймовірний, у другу групу станів – малоімовірний), нерозкладний (перехід від одного стану до іншого за скінченну кількість кроків), періодичний (повернення до стану трапляється через 1 крок), аперіодичний (повернення до стану трапляється більше ніж через 1 крок), ергодичний (точно потрапляння з одного стану до іншого за допомогою універсальної величини), тригерний (властивий інноваційним системам).

Варто зазначити, що в усьому світі домінуючим підходом для побудови інноваційної моделі розвитку підприємництва нині виступає екосистемний підхід (базований на природній екосистемі). Дослідження різних концепцій екосистеми закордонними науковцями і практиками (промислової, бізнесової, цифрової, підприємницької, інноваційної екосистем) розпочалося із середини 20 ст. і набуло поширення на початку 21 ст. Одним із перших учених, який застосував поняття «екосистема» в економіці як «біономіка» (1990 р.) був американський економіст Майкл Ротшильд [7]. Екосистемна концепція включає поняття «екосистема бізнесу» й «інноваційна екосистема». Концепція інноваційної екосистеми була розроблена американським науковцем Чарльзом В. Весснером у 2005 р. В її основі – перетворення наукового знання в інновацію через кооперацію зусиль різних учасників інноваційного процесу: університетів і дослідницьких фондів, підприємств, венчурних фондів тощо. Слід зазначити, що економіст бачить дану кооперацію, як ту, що забезпечує створення та дифузії потоків знань, з подальшою трансформацією їх в інновації [8, с. 35].

У ряді українських тлумачних словників екосистема розглядається як синонім екологічної системи, в одному з них як «головна функціональна одиниця в екології, єдиний природний комплекс, утворений живими організмами і середовищем їх існування..., у якому живі та неживі компоненти пов'язані між собою обміном речовин, енергією та інформацією» [9]. Даний термін акцентує увагу на характері взаємодії між учасниками системи.

Наприкінці слід додати, що саме бурхливий розвиток НТР сьогодні детермінує особливості сучасної інноваційної екосистеми.

Список використаних джерел:

1. Freeman C. 'Japan: A new national innovation system?', in G. Dosi, C. Freeman, R. R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds.) Technology and economy theory, London: Pinter. 1988;
2. Dantas Eva The 'system of innovation' approach, and its relevance to developing countries. SciDev.Net. 2008. URL: <https://www.scidev.net/global/policy-brief/the-system-of-innovation-approach-and-its-relevanc/>;
3. Granstrand Ove; Holgersson Marcus (2020-02-01). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. Technovation. 90–91: 102098. doi:10.1016/j.technovation.2019.102098;
4. OECD. URL: <https://www.oecd.org/>;
5. Захарченко В.І., Філіппова С.В., Балахонова О.В. Управління витратами і прибутком в інноваційній діяльності : навч. посіб. (конспект лекцій). Видавничий дім «Гельветика», 2019. 196 с.;
6. Марков А. А. Распространение закона больших чисел на величины, зависящие друг от друга. Известия физико-математического общества при Казанском университете. 2-я серия. 1906. Том 15. С. 135–156;
7. Rothschild M. Bionomics: economy as ecosystem, Henry Holt and Company, New York, 1990. 423 p.;
8. Фияксель Э.А., Сидоров Д.В., Разина В.В. Исследование конкурсов инновационных проектов как базовых структурных элементов инновационной экосистемы. Инновации. 2017. № 3 (221). С. 34–46;
9. Тлумачний словник української мови. Словник : Портал української мови та культури. URL: <https://slovnuk.ua/>;
10. Горященко Ю.Г. Глобалізаційні процеси в інноваційному підприємстві України: дескриптивно-аналітичний контекст. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. № 7-8. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>.

**Заїка О.В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Управління розвитком підприємства

На сьогодні кожне підприємство характеризується відкритою складною динамічною системою, яка функціонує у визначеному зовнішньому середовищі. Сучасне соціально-економічне середовище характеризується високою швидкістю змін, в якому важко робити точні прогнози. Для того, щоб тримати баланс, кожне підприємство має підтримувати існуючий стан підприємства та максимально пристосуватися до змін в зовнішньому середовищі. Для ефективного розвитку та існування підприємства необхідно впроваджувати низку заходів спрямованих на підтримку життєдіяльності та забезпечення конкурентоспроможності, адже саме конкурентоспроможність спонукає підприємство до розвитку та постійного самовдосконалення.

Щодо розвитку підприємства, то він характеризується незворотніми, цілеспрямованими та закономірними змінами господарської системи; перехід з одного стану в більш якісний, від нового до старого можна здійснити шляхом

* Науковий керівник – В.В. Ткаченко, канд. економ. наук, доцент

удосконалення техніки, технології чи організації праці, впровадження новацій в управлінні. Для розвитку підприємства потрібен поштовх, цим поштовхом можуть виступати суперечності між обмеженими економічними ресурсами та зростаючими потребами людства. Розвиток свідчить про вищий тип руху, зміну свідомості та матерії. Зміни є невід'ємною складовою для будь-якої організації, оскільки середовище, в якому вона існує, динамічне та мінливе. Розрізняють два види розвитку: еволюційний та революційний [1].

Еволюційний розвиток характеризується якісними змінами, які відбуваються повільно та поступово. Еволюційні зміни зазвичай викликані нестабільністю організації та її швидкою реакцією на щоденні непередбачені обставини, такі маленькі, але постійні зміни, пристосовуючись, накопичуються та посилюються. Еволюційний розвиток можна назвати сукупністю міні-епізодів змін, де важливе значення займає організаційна культура підприємства, вона сприяє пристосуванню та адаптації до невеликих, але постійних змін. Саме організаційна культура перетворює нові способи адаптації в норми та цінності. Головне завдання при еволюційному шляху розвитку полягає в наданні нового напрямку тим змінам, що вже відбуваються. Виділяють 3 етапи еволюційного розвитку: замороження, переналаштування та розмороження. Суть замороження полягає в розробці певної послідовності подій та демонстрації моделі того, що відбувається на певному етапі. На етапі переналаштування необхідно дати нове трактування, надати нові категорії, запровадити нову послідовність з метою мінімізації опору, головна задача припадає на самого керівника підприємства, саме він повинен не управляти змінами, а очолити їх. І на останньому етапі еволюційного розвитку, який описується як розмороження, відбувається відновлення процесів трансляції, імпровізації, навчання, запровадження інновацій, але з більшою гнучкістю, опираючись на минулий досвід.

Революційний розвиток характеризується стрибкоподібним переходом від одного стану підприємства до іншого, якіснішого та новішого. Зазвичай цей розвиток спричинений кардинальними змінами функціонування підприємства, які досягаються в процесі його реструктуризації. Революційний розвиток вимагає організаційних змін, які зазвичай є нерегулярними, навмисними та стрибкоподібними.

Розвиток підприємства завжди залежав і буде залежати від зовнішнього середовища, в якому за останні роки відбулося багато суттєвих зрушень, таких як індивідуальна поведінка споживача, від якої залежить диференціація попиту, розвиток нових технологій та глобалізація конкуренції. Щодо диференціації попиту, це явище спричиняє багато чинників, а саме: широкий вибір різноманітних товарів, суттєвий ріст інформованості, освітнього та культурного життя населення. В свою чергу змінюється сама система товарів, скорочується їх життєвий цикл, щодня на ринку з'являються нові товари, людям цікаво придбати, оцінити щось нове, унікальне, тому сучасні виробники для того, щоб залишатися одними з кращих, бути конкурентоспроможними, вимушені постійно вдосконалюватися, створювати товари з особливими характеристиками. Великим прогресом є високий рівень освітнього та культурного життя, а також інформованість суспільства, це, в свою чергу,

спрощує життя, зручно сидіти вдома і робити найрізноманітніші покупки чи ще щось, але це величезний виклик для ринку товарів і послуг і, і звісно ж, для кожного підприємця. Конкуренція - це чинник, який є своєрідним регулятором пропорцій суспільного виробництва, що стимулює його ефективність. Ефективний розвиток підприємства неможливий без існування великої кількості підприємців, наявності різних типів ринків товарів та послуг та інноваційності в їх діяльності.

Сучасні тенденції розвитку передбачають зміни у структурних та кадрових аспектах. Для досягнення поставлених підприємством цілей необхідно створити сприятливі умови шляхом організаційного регулювання. Проводяться заходи для підвищення кваліфікації працівників та стимулювання їхньої готовності пристосування до змін. Основну роль в організаційному розвитку відіграють керівники. Вони повинні зробити керовану ними організацію, схильною до навчання і самооновлення. Головне завдання такого розвитку спрямоване на позитивні зміни на підприємстві, але не слід забувати про наслідки, які можуть бути як позитивні, та і негативні. Такий вид змін несе за собою свої проблеми та достоїнства. Організаційне регулювання вимагає великих витрат часу та додаткових матеріальних витрат, деякі витрати мають тривалий період окупності. Важливо, щоб кожен кадровий працівник був готовий до таких змін і плідно працювати разом з усіма, адже неготовність учасників програми до змін може гальмувати весь процес розвитку. Процес сприйняття змін в підприємстві дуже неоднорідний. Адже організаційні зміни вимагають багато часу для реалізації, то і ставлення колективу змінюється в міру розгортання «змінних» подій. Важливо щоб кожен володів повною і достовірною інформацією, адже непоінформованість може викликати песимістичне ставлення до процесу розвитку [2].

Отже, в умовах стрімких змін у світовій економіці, при посиленних процесах глобалізації й конкурентності та на високому рівні науково-технічного прогресу підприємство приречене планувати та забезпечувати свій розвиток та просування.

Список використаних джерел:

1. Передерієнко Н. І. Сутнісно-змістовна характеристика процесів управління розвитком підприємств / Н. І. Передерієнко, Я. В. Котляревський // Наукові записки [Української академії друкарства]. 2012. № 2. С. 103—111;
2. Васюткіна Н. В. Управління сталим розвитком підприємств: теорико-методологічний аспект: монографія, Київ. 2014. С. 302—310.

**Іщенко Н.О., Мазуріна Т.В., здобувачі вищої освіти ступеня магістр*
Національний університет біоресурсів і природокористування у м. Київ,
Україна**

Механізм досягнення сталого розвитку

Існує історично перевірений взаємозв'язок між економічним розвитком, станом навколишнього природного середовища, використанням енергії, соціальною стабільністю, і цей зв'язок не завжди є позитивним. Вирішення цього еколого-економічного протиріччя можливе за умови створення нової моделі господарювання, збалансованої або сталої економіки, що базується на принципах екологізації. Це дуже складна задача, і її виконання багато в чому суперечить тому, що є характерним для моделі несталого або економоцентричного розвитку, який розпочався з переходом людства до товарного ринкового господарства. Тому є актуальним визначення основних механізмів досягнення сталого розвитку.

Сутність переходу до сталого розвитку полягає у виживанні людства та одночасному збереженні біосфери. Сталий розвиток розглядається швидше як концепція, відображає стратегічну мету розвитку економічної системи. Зазвичай, досить складно визначити конкретні механізми та інструменти досягнення сталості. І тому біоекономіка є тим механізмом, котрий визначає практичні дії, є конкретним шляхом досягнення цілей сталого розвитку. Саме біоекономіка забезпечує взаємодію трьох складових сталого розвитку: економічної, екологічної та соціальної систем [1].

Зокрема, біоекономіка здатна поєднати у собі економічний і соціальний елементи за рахунок виробництва продукції на основі біотехнологій, забезпечуючи при цьому задоволення потреб сучасного населення без урізання можливостей наступних поколінь, крім того, за рахунок розвитку біоекономіки відбувається зростання зайнятості, підвищення рівня доходів населення, розвиток сільських територій.

Найвагомішими аргументами переходу до біоекономіки можуть бути наступні: реалізація концепції сталого розвитку, змін клімату, забезпечення енергетичної безпеки країни та економічної незалежності, наявність нових економічних можливостей та поліпшення якості життя. Впевнено можна сказати, що перехід до біоекономіки може створити нові можливості для українських підприємств і регіонів. Ці можливості є результатом існуючої структури економіки, де можна побачити саме ті сторони, які будуть відігравати ключову роль у цьому переході: сільське господарство і агропромисловий комплекс, які забезпечують сировиною біотехнологічні підприємства; хімічна промисловість для виробництва проміжних і кінцевих продуктів; транспорт і логістика, яка забезпечує розподіл і доставку біомаси; виробники енергії [2].

Ключовим елементом у позиції України стосовно розвитку біоекономіки є врахування кількості сільськогосподарських угідь, доступних для виробництва

* Науковий керівник – О.В. Кустовська, канд. екон. наук, доцент

біомаси та інших продуктів на основі біотехнологій. Таким чином Україна може відігравати важливу роль у розвитку міжнародної біоекономіки як постачальник біомаси.

Можна зробити висновок, що майбутній розвиток світу, в тому числі й України, повинен базуватися на принципах сталого розвитку. Для цього необхідно визначити конкретні механізми, інструменти, які можуть забезпечити взаємозв'язок трьох основних складових сталого розвитку: економічної, екологічної та соціальної. І тому таким інструментом виступає біоекономіка.

Розвиток біоекономіки сприятиме стабілізації економічної системи країни за рахунок виробництва товарів та послуг, забезпеченню енергетичної безпеки, розвитку різних галузей економіки, інновацій та залученню інвестицій у провідні сектори біоекономіки та інше. Формування біоекономіки зменшить антропогенний вплив на навколишнє природне середовище за рахунок використання відновлюваних ресурсів, безвідходних технологій, виробництва біотехнологічної продукції, що забезпечить позитивний вплив на екологічну складову сталого розвитку. В результаті розвитку біоекономіки можна досягти також і соціального ефекту за рахунок впровадження соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, формування нового світогляду, який базується на необхідності розумного споживання та ідеях збереження навколишнього природного середовища, можливості соціуму впливати на владу і бізнес. Перспективи подальших розвідок ми вбачаємо у розробленні конкретних організаційно-економічних механізмів впровадження біоекономіки в Україні.

Список використаних джерел:

1. Лень В. С. Бухгалтерський облік у галузях економіки: [навч. посіб.]. Лень В. С., Гливенко В. В. К. : Знання-Прес, 2005. 491 с.; 2. Лишиленко О. В. Фінансовий облік: [підручник]. О. В. Лишиленко. [2-ге вид.] Київ: Вид-во «Центр навчальної літератури», 2008. – 556 с.

Коваль О. В., канд. екон. наук, доцент
Вінницький національний аграрний університет, Україна

Діджиталізація як вектор сучасного розвитку бізнес-процесів

Діджиталізація бізнесу – це процес трансформації діяльності, пов'язаний із використанням цифрових технологій для оптимізації бізнесу, підвищення продуктивності підприємства та вдосконалення досвіду роботи з клієнтами. Головною особливістю діджиталізації на сучасному етапі є створення умов для більш оперативної взаємодії бізнесу та споживачів.

Діджиталізація сприяє розширенню інформаційного простору, створюючи нові інформаційні продукти, сприяє зниженню інформаційних витрат. Це істотно прискорює і спрощує пошук інформації, взаємообмін нею і сприяє посиленню співпраці між підприємствами, що впливає на методи операційної діяльності

суб'єктів господарювання, пошук людьми сприятливих умов для життєдіяльності, а також на якість взаємодії між населенням країни і її урядом. Зміни в господарських процесах, переорієнтація виробництва зі створення матеріальних благ на надання послуг, глобалізація економіки відзначаються науковцями як найбільш фундаментальні ознаки розвитку нового типу суспільства в епоху становлення процесів інформатизації та діджиталізації [4, с.16].

В Україні спочатку під діджиталізацією розуміли виключно переведення аналогових даних у цифрові формати, нині термін «діджиталізація» вживають у значно ширшому розумінні, в тому числі і як «цифрову революцію» в економіці, суспільстві та приватному житті.

Помітними кроками на шляху до діджиталізації в Україні є:

1) прийняття Національної програми інформатизації (1998 р.), у якій інформатизація розглядається як «сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки» [5];

2) затвердження державних цільових програм «Розвитку інформаційного суспільства» (2007 р.) та «Електронного урядування» (2010 р.);

3) укладення угоди про Асоціацію Україна – ЄС (2014 р.);

4) Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки»;

5) схвалення урядової концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки (2018 р.) [6].

Багато було і спроб, і реальних справ в Україні пов'язаних з розвитком інформаційного суспільства, інформатизацією. Планування, що йшло десятки років, продовжується і сьогодні.

За підсумками 2019 року слово «діджиталізація» стало найпопулярнішим в Україні, і це не дивно, оскільки темпи розвитку технологій почали набирати все більших обертів та все глибше проникати у наше повсякденне життя. Цифрова трансформація стала актуальною не лише на рівні підприємства, а й на рівні галузі та навіть держави. Вона покликана спростити роботу з великими масивами даних, автоматизувати майже всі види діяльності, покращити взаємодію громадян з державою, клієнтів з компаніями та держави, з підприємствами [3, с. 62].

Важливим кроком для діджиталізації інновацій є участь України у європейській програмі «Цифрова Європа» (до 2027 р.), що надає фінансування для пришвидшення цифровізації країн Європи за напрямками: високопродуктивний комп'ютинг; штучний інтелект, дані та хмарні послуги; цифрові навички; використання цифрових технологій в економіці та суспільстві; кібербезпека [2]. Загальний фонд Програми «Цифрова Європа» становить 7,5 млрд євро. На фінансування проектів за вказаними та доступними для України

напрямами програми передбачено близько 6 млрд євро, що виділяють на термін до семи років [1].

В цілому Україна стала на шлях цифровізації та має позитивні тенденції до розвитку диджитал-інновацій. Серед подальших перспектив діджиталізації інновацій як інструменту розвитку національної економіки доцільно виділити наступні форсайт-вектори:

- підтримка цифровізації бізнесу та державного управління;
- зміцнення кібербезпеки;
- цифрові навички, розширення цифрового потенціалу в суспільстві та економіці країни;
- зменшення розривів між дослідженнями та впровадженням діджитал-технологій;
- розвиток високотехнологічних інновацій у технологіях штучного інтелекту і робото-техніки тощо [7].

На сьогодні традиційна економіка відчуває значний вплив від цифрових систем у сфері ділових відносин, які генерують глобальні зміни пов'язані з трансформацією понять бізнес-процесів та інноваційні технології. Модернізація бізнес-процесів, вимагає розуміння спеціалізації діджиталізації у професійній діяльності на ринку праці, що базується на розвитку цифрової економіки.

Список використаних джерел:

1. European Commission. The Digital Europe Programme. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/digital-programme>
2. Інформація міністерства та комітету цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua>
3. Савицька О.М., Салабай В.О. Діджиталізація управління бізнесом підприємства в контексті розвитку Індустрії 4.0 в Україні. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 23 квітня 2020 р. С. 62-63.
4. Клименко К. В. Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємств: досвід України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4, Том 3. С. 13-18.
5. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 4 лютого 1998 року № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%802>
6. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 67 Р від 17 січня 2018 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
7. Франко Л.С. Роль цифрової трансформації інновацій у підвищенні конкурентоспроможності України: сучасний стан та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск №42. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1636/1573>

**Колісник В.В., Єна Н.М., здобувачі вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Методологічні основи адміністративного менеджменту

У науковій літературі визначення сутності та змістовності менеджменту визначають через різні підходи, а саме як: функцію (вид діяльності); процес; науку та мистецтво; категорію людей, що здійснюють управління; орган чи апарат управління. Виокремлення адміністративного менеджменту як окремого виду менеджменту відбулося не так давно, наприкінці ХХ ст. Роль адміністративного управління в системі менеджменту організації важко переоцінити. Особливість адміністративних методів управління полягає в тому, що вони передбачають чіткий розподіл обов'язків в апараті управління та координації трудової діяльності персоналу організації за рахунок адміністративного впливу. Взагалі, успіх організації багато в чому залежить від здатності керівника передбачити всі виникаючі проблемні ситуації та вміння швидко змінювати структуру виробництва та управління.

Адміністрування в широкому розумінні являє собою застосування визначених засобів впливу та притаманне всім членам адміністрації. Форми адміністрування використовуються не тільки всіма учасниками апарату управління, але й виробництва всередині та поза організацією. Адміністрування являє собою комплекс необхідних для будь-якого суб'єкта дій щодо формалізації, регламентування, контролю та забезпечення виконання запланованого [1]. Таким чином, під адмініструванням розуміють управлінський процес дотримання комплексу правоутворюючих положень, обмежень, процедур та інших форм визначення дій персоналу, що забезпечують стабільний ріст підприємства чи організації.

Адміністративний менеджмент стає основою формування загальноорганізаційної системи управління з моменту виникнення ідеї про створення суб'єкта господарювання, визначення його місії, цілей, стратегій, напрямів функціонування до забезпечення реалізації виконання оперативних завдань через процедуру регламентування і розпорядження його діяльністю. Якість, адаптованість і результативність роботи адміністрації та ефективність адміністрування залежать від знань, умінь, навичок, компетенцій, практичного досвіду, а головне – прагнення кожного менеджера на будь-якому управлінському рівні дотримуватися обраних стандартів, створювати умови для їх виконання підлеглими, водночас бути мобільними, інтелектуально сучасними, інноваційно цілеспрямованими[2, с.3].

Економічна енциклопедія дає тлумачення терміна «адміністрування» (з лат. *administro* – керую) як керівництво, управління; у негативному значенні – керівництво, що засноване на примусових методах управління, нав'язуванні волі вищих посадових осіб нижчим, виданні наказів на здійснення певних робіт без логічного обґрунтування, на підставі суб'єктивних рішень.

* Науковий керівник – О.М Таран, канд.екон.наук

Наукова дискусія навколо суті поняття «адміністрування» впливає на невизначеність і наявність різних підходів науковців до трактування дефініції «адміністративний менеджмент».

Частина з них трактують адміністративний менеджмент в руслі лише державного управління[3], а решта – стосуються підприємств та організацій усіх форм власності, державних організацій та установ, органів місцевого самоврядування, некомерційних організацій, громадських об'єднань.

В.М. Пахомов, О.С. Томин виділили основні риси, які відрізняють адміністративний менеджмент від загальної теорії і практики управління [4]: переважне застосування лінійної або лінійно-функціональної систем управління; чітка ієрархія; формалізований спосіб ухвалення та фіксації управлінських рішень; чітке розмежування посадових повноважень, закріплене у вигляді наказів і посадових інструкцій; розподіл влади (тобто будь-яка, навіть дуже високопоставлена, посадова особа завжди підконтрольна іншій особі або вищестоящому органу управління).

На думку Д. Бодді, Р. Пейтона [5, с. 766], адміністративний менеджмент (administrative management) – управління, що спирається не стільки на особисті якості індивідів, скільки на інститути та встановлений порядок.

Отже, адміністративний менеджмент – один з основних напрямів сучасного менеджменту, що вивчає адміністративно-розпорядницькі форми управління; це розробка і прийняття управлінських рішень, розподіл завдань між виконавцями і контроль їх виконання; специфічна категорія і вид діяльності, що включає в себе всі інструменти і навички управління в умовах формальних організацій. Структурованість відносин у рамках таких організацій є специфічною відмінністю адміністративного управління як діяльності.

Адміністративний менеджмент як система управління складається з двох підсистем: керуючої (суб'єкт адміністративного управління) і керованої (об'єкт адміністративного управління). Суб'єктом адміністративного менеджменту є адміністрація в цілому, а не окремий керівник. (Керівник, у свою чергу, є суб'єктом адміністративної діяльності, зміст якої складає виконання організаційно-розпорядницьких функцій). У загальному значенні під адміністрацією розуміється керівний склад.

Об'єктами управління в загальному випадку є:

1) відносини між людьми, що виникають у тих функціональних сферах діяльності організації, що мають потребу у керуючому впливі;

2) відносини між представниками адміністрації з приводу управління. Об'єкти управління підприємств, некомерційних організацій відрізняються від об'єктів управління органів публічної влади (державні органи, органи місцевого самоврядування), що не наділені господарською компетенцією.

Варто розрізнити адміністративний менеджмент у бізнес-організаціях (business administration), а також некомерційних, суспільних і державних організаціях (public administration).

1) Бізнес-адміністрування, концентруючи увагу на сфері підприємницької діяльності, спрямоване на отримання прибутку, у той час, як публічне

адміністрування спрямоване на вирішення задач, пов'язаних із забезпеченням потреб усього суспільства.

2) У бізнес-адмініструванні адміністративна функція підприємства (управління підприємством) відіграє основну роль. У публічному адмініструванні переважають правозабезпечуюча і правозахисна функції, у той час, як управлінська і правоохоронна функції носять стосовно них підлеглий характер.

3) Бізнес-адміністрування припускає спрямованість всієї управлінської діяльності на внутрішню організацію, на упорядкування відносин усередині самої організації для досягнення своїх цілей (оскільки бізнес-організації не можуть впливати на суспільні відносини шляхом прийняття і забезпечення при необхідності примусового виконання нормативно-правових актів. Мова може йти лише про взаємовигідні договірні взаємини підприємства з зовнішніми суб'єктами, дотримання законодавства і своїх зобов'язань перед державою, соціальної відповідальності підприємством)[6].

У публічному адмініструванні можна виділити як управлінську діяльність, що спрямовується за межі відповідного органу і регулює визначені суспільні відносини, так і управлінську діяльність, що носить внутрішньоорганізаційний характер і спрямована на регулювання адміністративно-правових і трудових відносин усередині органу публічної влади. Проте, більшість ефективних і діючих управлінських методів, технологій, способів і інструментів з'явилися і пройшли апробацію саме в бізнесі, і лише потім інтегрувалися в систему публічного адміністрування.

Список використаних джерел:

1. Общй и административный менеджмент: пособие для подготовки к экзамену / С. Юсупова [и др.]. Москва: Дашков и Ко, 2013. 384 с. 2. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р., Михаліцький В.С. Адміністративний менеджмент: навч. посіб. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 320с. 3. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. / В.Д. Бакуменко [та ін.] ; за заг. ред. Л.М. Усаченко. Київ: Інтерсервіс, 2013. 148 с. 4. Пахомов В.М., Томин О.С. Концептуальні основи адміністративного менеджменту. *Розвиток соціальних комунікацій та правове регулювання модернізації освіти в контексті євроінтеграції України*: мат-ли Всеукраїнської науково-практичної конференції (Івано-Франківськ, 20–22 травня 2015 р.) Івано-Франківськ, 2015. С. 59–67 5. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента /под ред. Ю.Н. Каптуревского; пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 816 с. 6. Новікова М.М. Конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент і адміністрування (адміністративний менеджмент)» (для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030601 Менеджмент). Харків. нац. ун-т міськ. госп–ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 98 с.

**Коптєва Г.М. д-р екон. наук, професор
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», Україна**

**Аналіз рейтингового оцінювання розвитку інноваційної
діяльності України**

Центральне місце у сучасній інноваційній економіці будь-якої країни належить людині, яка є і головною умовою, і основним фактором, і виробником, і споживачем інновацій водночас. Інноваційний розвиток розпочинається з нової ідеї (гіпотези), яку висуває людина, котра має відповідний рівень освіти, кваліфікації, мислення; спирається на досвід, власні навички і вміння, професіоналізм, проведені наукові дослідження та експериментальну базу, що дає змогу створювати нові знання та інновації. Отже, продукування, нагромадження, зберігання, використання та передача знань є основою інноваційної діяльності в будь-якій сфері економіки країни. Саме вони стають джерелом збільшення вартості та цінності товару (послуги) або технології.

Наріжним каменем розвитку інноваційної економіки країни є її системоутворюючі елементи – людина, її знання і вміння та нездоланне прагнення перетворювати світ навколо себе.

Передумовами розвитку інноваційної сфери Європейського Союзу є генерація глобального наукового знання і створення єдиного європейського науково-дослідницького простору, націленого на формування загальноєвропейського ринку ідей, знань, досліджень, інновацій.

Інноваційний розвиток української економіки на основі міжнародних зіставлень дозволяє виявити місце України в глобальному інноваційному просторі за допомогою якісних і кількісних показників, що характеризують ті чи інші позиції країн у світовій економіці (табл.).

За інформацією, наведеною у табл., Україна у 2020 р. посіла 45-те місце в глобальному рейтингу інновацій, а у 2021 р. зменшила свій торішній результат на чотири пункти. Можна відмітити, що Україні є куди прагнути в питаннях регулятивного середовища, інформаційних та комунікаційних технологій, державних інституцій, інфраструктури, креативних товарів і послуг, а також екологічної стійкості.

Рейтинг глобальної цифрової конкурентоспроможності проводиться Інститутом менеджменту (IMD) з метою оцінки рівня сприйняття країною цифрових технологій, що ведуть до трансформації в урядовій практиці, бізнесмоделях і суспільстві в цілому. У 2020 році дослідження охоплювало 63 країни, кожна з яких в рейтингу оцінювалась на основі аналізу 50 індикаторів за трьома основними показниками: знання, технології, майбутня готовність. Не зважаючи на певні успіхи, Україна продовжує залишатись у 10-найгірших країн рейтингу (+2 позиції, 58 місце із 63 країн в рейтингу, що аналізувались, або 48,81 балів). За рівнем якості освіти, знань та навичок, рівня кваліфікації робочої сили, країна посіла 38 місце проти 40 місця роком раніше; розвитку цифрових технологій – 59 місце проти 61 місця в рейтингу 2019 року. За рівнем показників

готовності до майбутнього використання цифрових технологій урядом, бізнесом та суспільства в цілому – 61 місце проти 62 місця роком раніше.

Таблиця

Позиції України в міжнародних рейтингах [1-6]

Назва рейтингу	Рік	Позиція	Індекс	Загальна кількість країн, які представлені в рейтингу
Рейтинг країн світу за Індексом розвитку людського капіталу (The Human Capital Index)	2020	53	0,63	174
Рейтинг країн світу за Індексом глобалізації (KOF Swiss Economic Institute, The 2020 Index of Globalization)	2020	44	74,95	196
Рейтинг глобальної цифрової конкурентоспроможності (The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020)	2020	58	48,81	63
Рейтинг країн світу за Індексом інновацій 2020 р. (The Global Innovation Index 2020)	2020	45	36,32	131
Рейтинг країн світу за Індексом інновацій 2021 р. (The Global Innovation Index 2021)	2021	49	37,00	130
Індекс інновацій Агентства Bloomberg (2020 Bloomberg Innovation Index)	2020	56	48,24	60
Рейтинг талантів (The IMD World Talent Ranking 2020)	2020	42	53,43	63
Рейтинг талантів (The IMD World Talent Ranking 2021)	2021	46	50,37	64

За індексом інноваційного розвитку Агентства Bloomberg Україна посіла у 2020 р. 56 місце серед 60 досліджуваних країн. Падіння рейтингу порівняно з 2019 р. зумовлено послабленням позиції України за 4-ма із семи складових даного індексу. Це – інтенсивність досліджень і розробок (57 місце проти 54 у 2019 р.), концентрація дослідників (49 місце проти 46 у 2019 р.), ефективність вищої освіти (48 проти 28 у 2019 р.) та патентна активність (36 проти 35 у 2019р.).

Інноваційний розвиток економіки неможливий без навчання, залучення та утримання внутрішньої та міжнародної висококваліфікованої робочої сили задля укріплення конкурентоспроможності та досягнення зростання добробуту. За рейтингом талантів за 2020-2021 рр. IMD (WTR) оцінюється статус країни за трьома ключовими критеріями: «Інвестиції та розвиток» (те, як країна заохочує місцеві таланти), «Привабливість» (наскільки ефективно економіка утримує внутрішні таланти та залучає міжнародні) і «Готовність» (якість наявних навичок і компетенцій). За результатами проведеного дослідження рейтингу талантів, можна дійти висновку, що Україна у 2021 р. втратила свою позицію у порівнянні з 2020 р. на чотири пункти (з 42 на 46 позицію із загальної кількості 64 країн, які представлені у рейтингу).

Позиції України у міжнародних рейтингах, що відображають стан розвитку інноваційної діяльності засвідчують, з одного боку, наявність високого рівня освітньо-наукового потенціалу, який є підґрунтям для продукування

новацій, інновацій, наукових розробок, нової техніки чи технології тощо. Але, з іншого боку, демонструють цілу низку проблем: наявність неефективного та слабого механізму впровадження інновацій у сферу економічної діяльності та подальшої комерціалізації; зменшення обсягів фінансування науки та інновацій, розвитку освіти; захист прав на інтелектуальну власність, насамперед існування піратства, високі інвестиційні та фінансові ризики; рівень кібербезпеки; пандемія і політична нестабільність; низький рівень співпраці між інноваційними підприємствами та науково-дослідними установами тощо.

Таким чином, проведений порівняльний аналіз позиції України в міжнародних рейтингах відносно світового рівня, на основі міжнародних індексів, дозволив констатувати, що Україна має освітній та науковий потенціал, здатний продукувати інноваційний та цифровий розвиток в сучасних умовах економіки, проте є проблеми. Для вирішення наведених проблем, що приводять до гальмування розвитку країни й як наслідок падіння її позицій у міжнародних рейтингах, необхідно вирішити низку завдань, що мають зрушити зростання інноваційної діяльності, серед яких можна виділити: запровадження дієвих інструментів сприяння державою реалізації результатів науково-технічної та інноваційної діяльності; сприяння збільшенню інвестицій в науково-технічну та інноваційну діяльність; поширення науково-технічних програм, що передбачають співпрацю наукового та виробничого секторів; впровадження програмних розробок в секторах, які покривають масові ринки й швидко масштабуються; налагодження партнерських відносин з країнами ЄС та світовими лідерами інноваційного розвитку; модернізацію вітчизняної освітньої системи та наукової підготовки відповідно до міжнародних стандартів; удосконалення системи інформаційно-комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності тощо.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг країн світу за Індексом розвитку людського капіталу. The Human Capital Index. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/human-capital> (дата звернення: 20.10.2022)
2. Рейтинг країн світу за Індексом глобалізації. KOF Swiss Economic Institute, The 2020 Index of Globalization. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/kof-globalization-index> (дата звернення: 20.10.2022)
3. Адміністрація Держспецзв'язку України. Конкурентоспроможність України. URL: <http://www.dstszi.gov.ua> (дата звернення: 20.10.2022)
4. Індекс інновацій Агентства Bloomberg. Джерело: URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-mostinnovative-nation> (дата звернення: 20.10.2022)
5. Рейтинг талантів The IMD World Talent Ranking 2021. URL: <https://imd.cld.bz/IMD-World-Talent-Ranking-2021/62/> (дата звернення: 20.10.2022)
6. Рейтинг країн світу за Індексом інновацій 2021 р. The Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/ua.pdf (дата звернення: 20.10.2022)

**Курганська М. Г., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Діагностика структурних галузевих трансформацій сільського господарства в Україні

На сучасному етапі поширення глобалізаційних процесів та кризових явищ в світі, зокрема в Україні, існує потреба в нових підходах до організації виробництва сільськогосподарської продукції, для того, щоб гармонізувати структуру галузі, оскільки існують галузеві особливості, специфіка державної політики та інші чинники, які визначають напрямки економічного розвитку аграрної сфери країни. Проблема структурних трансформацій в галузі сільського господарства і зайнятості в аграрній сфері присвячено багато наукових дослідження таких науковців: О.М. Трегуб, С.В. Засанської, Л. О. Потравки, І. В. Кошкалди, А. П. Павлюк, Д. С. Покришки, Я. В. Белінською та ін. Проте, прогресуючі сьогодні зміни у структурі виробництва продукції сільського господарства та пов'язані з ними зміни у зайнятості сільського населення у рослинництві і тваринництві зумовлюють необхідність подальшого дослідження.

Погоджуючись з думкою Потравки Л. О., вважаємо, що в межах концепції структурних перетворень сільського господарства варто визначити формування конкурентного інституційного середовища, що буде стимулювати активізацію підприємництва з залученням капіталу у різні галузі сільського господарства. Окрім цього, важливим пріоритетом є здійснення структурної диверсифікації сільського господарства з метою збалансованого просторово-економічного розвитку. Техніко-технологічна модернізація галузей сільського господарства на основі використання новітніх досягнень науки також визначається пріоритетним напрямом структурних трансформацій сільського господарства [1, с. 120].

Дослідження Засанської С. В. дають змогу побачити, що виробництво продукції тваринництва скорочується. У сільськогосподарських підприємствах та у господарствах населення найбільше потерпає кількість великої рогатої худоби та птиці. Подорожчання ринкової ціни молодняка, а також витрат на його вирощування особливо відчуваються товаровиробниками [2].

Підтримуємо думку О. М. Трегуб що, гармонізація галузевої структури сільськогосподарських підприємств – це складний багатогранний процес приведення сукупності одиниць, які беруть участь у виробництві продукції та послуг сільського господарства, у стан збалансованості та узгодженості. Галузева структура може існувати на будь-якому рівні економічних систем: на рівні окремих сільськогосподарських підприємств, регіонів, областей, країн. При цьому галузь, так само, як і галузева структура, певною мірою теж є структурою. Галузеву структуру утворює саме склад галузей та співвідношення між ними.

Гармонізація має проводитись із дотриманням принципів: планування, обмеження, стабілізації та узгодження [3, с. 116-117]. Досліджуючи питання

* Науковий керівник – В. В. Ярова, канд. екон. наук, доцент

галузевої структури аграрних підприємств Трегуб О. М. поділяє господарства за структурою чистого доходу від реалізації продукції і послуг у такі групи: диверсифіковані підприємства в яких рівень спеціалізації за ентропійним показником коливається від 0,002 до 0,153; середньо спеціалізовані підприємства з коефіцієнтом від 0,153-0,264; вузькоспеціалізовані підприємства мають коефіцієнт від 0,264 до 0,387; вузькоспеціалізовані з ознаками гармонійної структури з коефіцієнтом 0,387 до 0,610.

Отже, вважаємо, що гармонізація структури галузі сільського господарства в Україні є першочерговим завданням. Враховуючи, що аграрне підприємство є системою, а галузь - підсистемою, доцільно оцінювати такі показники як чистий дохід від реалізації продукції, структуру витрат, та структуру зібраних площ. Все це значно впливає на гармонізацію галузевою структури. Тому провели дослідження структури виручки від реалізації де з 28-ми підприємств Краснокутського району Харківської області лише 8 підприємств (або 28,6% загальної кількості) в 2020 році вирощувало продукцію тваринництва.

Нами було проведено аналіз динаміки частки основних видів сільськогосподарської продукції у структурі валової продукції в господарствах Харківської області для підтвердження тези про важливість гармонізації галузі сільського господарства. У результаті проведеного аналізу встановлено, що за 2010-2020 рр. відбуваються негативні тенденції, які розпочалися на початку 2000-х років і стосуються зменшення частки виробництва продукції тваринництва, з одного боку, і зростання питомої ваги продукції рослинництва, з іншого боку. Якщо у 2010 р. на долю продукції тваринництва припадало майже 30% від загального обсягу виробництва, то за 11 років цей показник зменшився удвічі і становить лише 15,1%. У розрізі окремих видів продукції тваринництва частка продукції вирощування сільськогосподарських тварин скоротилася на 6,1%, молока – на 4%, яєць – на 3,8%. По продукції рослинництва скорочення питомої ваги відбувається лише по групі технічних культур за рахунок суттєвого зменшення посівів цукрових буряків. Але, враховуючи те, що за цей період відбулося значне зростання посівів соняшнику, питома вага технічних культур у підсумку не зазнала змін. Головні зміни стосуються групи зернових і зернобобових культур, частка яких в загальному обсязі виробництва зросла з 19,6% до 40,8%, тобто на 21,2%. Тому питома вага продукції рослинництва в цілому зазнала змін в сторону збільшення на 14,5% до рівня майже 85%.

Зазначені тенденції є характерними і для інших областей України, таких як Луганська, Миколаївська, Полтавська, Сумська, Чернігівська, по яких частка продукції тваринництва в загальному обсязі не перевищує 30%. Проте, існують області, які приділяють значну увагу розвитку галузі тваринництва. Наприклад, в Івано-Франківській області питома вага продукції тваринництва більше 50%, Закарпатській області – 48,9%, Волинській області – 44%, Львівській та Черкаській області – 40%.

На нашу думку такі галузеві трансформації несуть негативні наслідки для зайнятості сільського населення та порушують раціональне співвідношення між окремими галузями та виробництвами.

Кукель Г. С. та Роледерс В. В. пропонують регулювання ринку праці через

розвиток органічного сільського господарства яке може бути реалізовано шляхом створення нових робочих місць в селі; підвищення ефективності господарств за рахунок диверсифікації сільськогосподарської продукції; збільшення доходів сільськогосподарських підприємств і, як наслідок, збільшення бюджетів сільських громад, інші позитивні соціальні зрушення, що є надзвичайно актуальними для держави. [5, с. 50].

Отже, вдосконалення підходів формування галузевої структури сільського господарства залежить від оптимального співвідношення між галуззю рослинництва і тваринництва, завдяки якому буде досягнуто високий рівень ефективного функціонування всіх підприємств галузі. В умовах обмеженості матеріально – технічних та фінансових ресурсів формування галузевої структури повинне здійснюватися з урахуванням скорочення низькорентабельних галузей та за рахунок перерозподілу ресурсів. Для досягнення стабілізації галузі тваринництва та подальшого збільшення поголів'я худоби необхідно здійснювати державне економічне регулювання шляхом забезпечення мотиваційних умов щодо нарощування рівня інтенсивності та підвищення ефективності інтенсифікації виробничих процесів.

Тому, метою трансформаційних процесів є гармонізація галузей сільського господарства, досягнення пропорційності у розвитку, збалансоване співвідношення між окремими виробництвами.

Список використаних джерел:

1. Потравка Л. О. Сучасний стан структурних трансформацій сільського господарства України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Випуск 4. С. 118-121.

2. Засанська С. В. Тенденції виробництва продукції сільського господарства. *Ефективна економіка*. 2014. №9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3364>

3. Трегуб О. М. Теоретичні засади гармонізації галузевої структури сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: економіка і менеджмент*. 2015. Вип.13. С. 115-118. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/13-2015/26.pdf>

4. Кошкалда І. В., Трегуб О. М. Концептуальні засади гармонізації галузевої структури сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2017. Випуск №3. С. 37-44.

5. Кукель Г. С., Роледерс В. В., Семчук І. В. Оцінка зайнятості в сільському господарстві України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Випуск №1(75). С.47-51. URL: http://www.psaejrnl.nau.in.ua/journal/1_75_2_2020_ukr/9.pdf

**Куценко І.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Національний університет біоресурсів та природокористування
України, Україна**

**Окремі аспекти дослідження впливу глобалізації на економічний
розвиток аграрного сектору України**

Економіка сільського господарства нашої країни має достатньо передумов для вдалого входження до світового співтовариства: значний природно-ресурсний та експортний потенціал, чималий людський капітал, поступово зростаюча характерна інвестиційна привабливість, підтримуючий уклад сільського життя й багатовікові традиції ведення господарства в сільській місцевості. Але, не зважаючи на це, сьогодні держава не повністю готова до глобальної інтеграції й міжнародної конкуренції. Сама держава з таким потенціалом не може залишатися ізольованою, тому її пріоритетною метою має стати наближення економіки до рівня провідних країн світу завдяки активізації інноваційних процесів, поліпшення стимулів до праці, покращення інвестиційної діяльності, пристосування законодавства до сучасних умов господарювання та, що є дуже важливим фактором, усебічної підтримки сільськогосподарського бізнесу.

Вивченню процесу глобалізації аграрного сектору присвячено чимало праць зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема Бородіної О., Ковальова Є., Осташко Т., Шпичака О., Власова В. та інших. Водночас, на даний час багато питань все ще є недостатньо висвітленими та потребують подальших досліджень вчених.

Глобалізація – це поєднання соціально-економічних процесів, що здійснюються в різних регіонах світу та викликають бажання фірм шукати кращі умови для своєї діяльності. Вона має вагомий вплив на агробізнес в основному через міжнародну торгівлю, яка створює передумови до значного поглиблення процесу поза ринками товару, наприклад, у сфері міжнародного руху капіталу та ресурсів праці [1, с.9].

Доцільно зазначити, що зовнішньоторговельний обіг продукції сільськогосподарського комплексу України за 2021 р. становив 25,9 млрд дол. США (на 0,5 % менше, ніж у 2020 р., або ж 18,5 % від зовнішньоторговельного обігу України). В АПК забезпечене позитивне багаторічне сальдо зовнішньої торгівлі: з 2018 р. цей показник зріс більш ніж удвічі та становив 8,6 млрд дол. США у 2021 р. (на 15 % менше за минулий рік). Беручи до уваги те, що в умовах гранично низьких світових цін на основні експортні позиції нашої держави за 2021 р. обсяги експорту у вартісному вираженні значно зменшилися, при тому що обсяги імпорту зросли майже на 9% (імпорт продукції рослинництва становив 6,4 млрд дол. США, або 74%, продукції тваринництва – 2,2 млрд дол. США, або ж 26 %) [3].

Важливою метою вітчизняного аграрного господарства є інтеграція з агропромисловим комплексом ЄС. На сьогодні цей процес відбувається із

* Науковий керівник – д-р. екон. наук, доцент Мірзоева Т.В.

значними труднощами, причиною яких є суттєва різниця в розвитку й занадто повільних структурних перетвореннях у сфері адаптації українського сільського господарства до стандартів Європи. Головним чином це стосується частки агропромислового комплексу у ВВП, яка в країнах ЄС у середньому складає близько 3,5%, а у нашій країні – 12-15%, а також зайнятості в аграрному секторі (ЄС – 5%, Україна – 8-20%). Усе це призводить до нижчої продуктивності праці в 6-8 разів у сільському господарстві держави, порівняно з країнами Євросоюзу. Достатньо високими є також й ризики українських виробників агропродукції в сьогоднішніх умовах трансформаційних процесів, наявних загроз і викликів [2, с.3].

Разом з тим, інтеграція до ЄС та об'єднання з їхнім сільським господарством дозволить Україні позбутися розриву у розвитку при належному використанні фінансових ресурсів на розвиток сільськогосподарських регіонів. Суттєвим значенням в процесі інтеграції українського агровиробництва з ЄС є послідовна лібералізація торгівлі продукцією сільського господарства та продовольством. Це надзвичайно актуально у зв'язку з глобалізаційними процесами, які відбуваються, та інтернаціоналізацією виробництва.

Виділяють основні стратегічні напрямки розвитку вітчизняного агрогосподарства у рамках глобалізації:

- послідовна дерегресивна оцінка значення агропродукції й самого аграрного виробництва як галузі національного господарства;
- нові сприятливі умови для науково-технічного прогресу в сільському господарстві, зокрема, у сфері біотехнологій;
- ресурсозбереження та розробка програм щодо залучення інвестицій;
- у програмуванні розвитку аграрного сектора вирішальну роль відіграють споживачі продовольства [4, с.15].

Процеси глобалізації мають вагомий вплив на розвиток світового продовольчого ринку. Загалом відбувається розвиток знань, науки та сучасних технологій, що в свою чергу впливає на продовольство, яке стає все більше переробленим продуктом. Глобальним фактором є зростання механізації праці в аграрному виробництві, розповсюдження нових сортів рослин та порід тварин. Безмежні технологічні можливості та зростаюча повсякчас конкуренція призводять до скорочення циклу життя багатьох товарів продовольства та безперервного створення їх нових видів.

Таким чином, розвиток сільського виробництва та українського агробізнесу значною мірою залежатиме від економічної потужності й нарощування її вираженими лідерами на світовому ринку – США та країн Євросоюзу. Економічна ситуація у глобальному масштабі, так само як і нові регулювання торговельної політики у світі мають своїм наслідком те, що значна частина країн вимушені пристосовуватися відповідно до змін на зовнішньому ринку. Процеси глобалізації формують міжнародне інституційне середовище, вплив якого неможливо не враховувати. Наступна інституційна трансформація українського агровиробництва має сприяти його стабілізації. Варто не очікувати, а йти назустріч глобальним процесам, брати активну в контексті реальної інтеграції вітчизняного сільськогосподарського бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Кирилов Ю. Є. Методологічні орієнтири розвитку аграрного сектора України в умовах глобалізації. Економіка АПК. 2012. № 11. 107 с.
2. Мірзоева Т.В. Щодо необхідності оптимізації структури сівозмін в умовах сучасних загроз і викликів. Екологічна безпека та збалансоване природокористування в агропромисловому виробництві. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Частина 2. (Україна, Київ, 7–8 липня 2022 р.). К. ДІА. 2022. 186 с.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Пасхавер Б.Й. Сценарії розвитку агросфери. Економіка України. 2011. № 11. 144 с.

Морозова Г.С. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інноваційний розвиток аграрного сектору: концепція, напрями та оцінка ефективності

Порівнюючи можливі шляхи розвитку підприємства в цілому, та аграрного сектору зокрема, слід відмітити, що екстенсивний шлях розвитку (який базується на збільшенні обсягів виробництва, шляхом кількісного приросту всіх елементів продуктивних сил, насамперед факторів виробництва при незмінному рівні технічної основи виробництва) практично вичерпав себе. На його зміну прийшов інноваційний розвиток, який є логічним продовженням інтенсивного, що, в свою чергу, представляє собою процес суспільного виробництва, що базується на застосуванні ефективних засобів виробництва, предметів праці, кваліфікованої робочої сили, передових форм і методів організації праці, зростаючої інформованості у відповідності з найновішими досягненнями науково-технічного прогресу.

Тож, основною концепцією при екстенсивному розвитку є збільшення обсягів виробництва, при інтенсивному – зниження питомих витрат, а при інноваційному – збільшення доходів на основі зниження витрат.

Серед напрямів інноваційного розвитку, які підприємства аграрного сектору найчастіше впроваджують, можна виділити: використання удосконалених технологій вирощування сільськогосподарських культур, що призводить до зниження їх собівартості й підвищення конкурентоспроможності; вирощування нових сортів сільськогосподарських культур; вдосконалення виробничих (системи удобрення, хімізації, збирання тощо) та управлінських (в т.ч. маркетингових) процесів; організація процесу переробки продукції власного виробництва на інноваційній основі; заходи щодо збереження та відновлення якості ґрунту, як використання науково обґрунтованої сівозміни; організація системи оплати праці; організація системи зберігання та реалізації продукції рослинництва; покращення умов і підвищення безпеки праці тощо.

Наукові погляди більшості авторів щодо критеріїв оцінки інноваційної діяльності ґрунтуються на визначенні ефективності шляхом співставлення ефекту (результату) використання інновацій та понесених витрат на інноваційний процес, виробництво інноваційної продукції. Тобто отримання додаткових доходів, які підприємство може залучати у інші сфери діяльності для свого розвитку. На сьогоднішній день існує певна система показників оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, до основних з яких віднесено:

- показники виробничої ефективності науково-технічних заходів: темп приросту ефективності виробництва конкретних видів продукції (робіт) від використання науково-технічних заходів; відносна економія собівартості продукції в результаті запровадження науково-технічних заходів;

- показники фінансової ефективності науково-технічних заходів: приріст прибутку в результаті реалізації науково-технічних заходів; приріст доданої вартості, включаючи амортизацію, в результаті реалізації науково-технічних заходів; приріст доходу за рахунок реалізації науково-технічних заходів;

- показники інвестиційної ефективності науково-технічних заходів: ці показники характеризують кількість впроваджених науково-технічних засобів, зростання питомої ваги прогресивних технологічних процесів та нових інформаційних технологій, підвищення коефіцієнта автоматизації та організаційного рівня виробництва і праці, кількість патентів або авторських свідоцтв, підвищення конкурентоспроможності підприємства, товарів (послуг) на ринку;

- показники соціальної ефективності науково-технічних заходів, яка полягає у створенні більш сприятливих умов для життєдіяльності суспільства в цілому та оцінюється через показники якості життя населення. На рівні підприємства соціальний ефект оцінюється через: покращення умов праці працівників; приріст доходів персоналу;

- показники екологічної ефективності науково-технічних заходів, яка полягає в зменшенні екодеструктивного впливу на довкілля та поліпшенні якості навколишнього середовища [1].

Досліджуючи показники інноваційного розвитку, слід також відмітити, що існують прямі чи основні показники інноваційності розвитку та непрямі чи опосередковані. Якщо говорити про першу групу показників, то до них відносяться приріст валової продукції, чистого доходу, прибутку, зниження собівартості, що може бути забезпечено в результаті запровадження тієї чи іншої інновації. Як правило, ці показники використовуються перш за все в науково-дослідній діяльності. Коли на дослідному полі закладають певні досліди, то це буде ділянка з потенційними інноваціями. І тоді чітко можна визначити і приріст урожайності, і приріст чистого доходу чи прибутку.

Але на практиці в межах одного підприємства це дуже важко зробити. І тому на рівні підприємств більш часто використовують саме непрямі опосередковані (додаткові) показники інноваційності розвитку, до яких

відносять тенденції зміни валової продукції, чистого доходу, прибутку (при умові, що прибуток буде зростати більш швидкими темпами, ніж темп інфляції), собівартості (при умові, що собівартість якщо і буде зростати, то меншими темпами, ніж в середньому по сукупності господарств) тощо.

Таким чином, на основі узагальнення теоретичних основ інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та сутності його організаційно-економічного забезпечення визначено, що стале економічне зростання сфери аграрного виробництва неможливе без впровадження агроінновацій. Тому розвиток аграрної галузі повинен забезпечуватися шляхом інноваційно-інвестиційного зміцнення матеріально-технічної бази аграрного сектору, впровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій.

Список використаних джерел:

1. Циліорик Г.І. Інноваційна діяльність в умовах економічної конкуренції /Г.І. Циліорик// Облік і фінанси АПК: освітній портал. 2021. С. 234-240.

**Нікітіна К.С., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна**

Глобальні передумови формування «зеленої логістики»

Діяльність екологічної логістики включає вимірювання впливу на навколишнє середовище різних стратегій розподілу, зменшення споживання енергії в логістичній діяльності, зменшення кількості відходів та управління їх переробкою [1]. З точки зору сталого розвитку, зелена логістика може бути визначена як «виробництво та розповсюдження товарів у стійкий спосіб, враховуючи екологічні та соціальні фактори». Це широке визначення екологічної логістики відповідає визначенню сталого розвитку WCED (1987) і визначенням корпоративної відповідальності. Три стовпи сталого розвитку можна застосувати до зеленої логістики – суспільство, економіка, навколишнє середовище. Зараз проблема довкілля стала проблемою. Це розглядається як фактор вартості. Деякі компанії вже врахували зовнішні витрати на логістику, пов'язані, зокрема, з екологічними проблемами, такими як зміна клімату, забруднення та шум. Таким чином, екологічна логістика визначається як зусилля з вивчення способів зменшення цих зовнішніх ефектів і досягнення більш сталого балансу між екологічними, економічними та соціальними цілями. Таким чином, усі зусилля в сфері «зеленої» логістики зосереджені на сприянні та забезпеченні стійкості.

За останні 40 років «Зелена логістика» представила багато природних маршрутів, найбільш помітні такі:

- зниження транспортних витрат,
- міська логістика,

* Науковий керівник – В.В. Резніков, доктор з держ. управл., канд. екон. наук, доцент

- корпоративні екологічні стратегії щодо логістики,
- реверсивна логістика,
- екологічне управління ланцюгом поставок.

Глобальні підприємства постійно намагаються розробити нові, гнучкі, застосовні та інноваційні методи для підвищення свого успіху та конкурентоспроможності.

Незважаючи на те, що управління стійким ланцюгом поставок (SC) було широко досліджено в останні роки, увага зосереджена на практиках, прийнятих окремою компанією, тому не вистачає загальної картини на рівні SC [2].

Відповідно до теоретичної точки зору існує два аспекти впливу глобалізації на корпоративну соціальну відповідальність.

По-перше, економічне зростання не тільки змушує громадськість і національні уряди зосереджуватися на підвищенні добробуту та його перевагах для суспільства, але також змушує їх визнати, що економічний розвиток є наслідком поєднання соціальних, економічних і моральних наслідків.

По-друге, під час процесу глобалізації фірми можуть максимізувати ефективність і результативність свого бізнесу шляхом розподілу ресурсів у всьому світі. Тим не менш, фірми стикаються з жорсткою конкуренцією поза межами країни чи регіону. Конкуренція не тільки приносить більше цінності та інтересів для їхніх споживачів, але також змушує фірми переосмислити свої інтереси щодо соціальних, етичних та екологічних питань та процесу прийняття рішень.

Екологізація логістичної діяльності та ланцюгів поставок означає забезпечення того, щоб ці види діяльності були екологічно чистими та не марнотратними, а також зосереджені на скороченні викидів вуглецю в усьому ланцюзі поставок.

Постачальники логістичних і транспортних послуг повинні збільшити впровадження нових технологій, видів палива та пов'язаних процесів там, де є позитивне ділове обґрунтування, розгорнути мережеві аналізи великих закритих мереж для забезпечення ефективної ієрархії та вузлових структур, прагнути інтегрувати зусилля з оптимізації в кількох мережах, уможливити подальше співпрацю між кількома вантажовідправниками та/або між перевізниками та прагнуть перейти до більш екологічно чистих режимів у своїх власних мережах [3, 4].

Охорона навколишнього середовища стала серйозною проблемою. Перетворення охорони навколишнього середовища на бізнес-цілі тепер є необхідним кроком, а не просто ознакою доброї волі. У світі вже існує достатньо різноманітних рішень, щоб компанія захотіла змінити ситуацію та інвестувати свій час і гроші. Одним із найбільших забруднювачів є транспорт, який є частиною логістики. Поступовий перехід до зеленої логістики – це успішна основа, на якій бізнес може отримати вигоду від скорочення витрат, підвищення конкурентоспроможності, розширення іміджу на ринку, можливих податкових пільг чи інших державних бонусів. Важливість зеленої логістики полягає не тільки в оптимізації логістики в цілому, а й у підвищенні законодавчих вимог держави до роботи з поворотною тарою, відходами та іншими матеріалами.

Зростання його важливості також сприяє поширенню «зеленого» способу мислення. , коли менеджери орієнтуються не лише на економічні показники, а й намагаються ввести діяльність компанії в екологічний контекст. Глобалізація та зростаюча потреба в ресурсах захисту навколишнього середовища та матеріалів вимагає значного покращення та координації різних форм діяльності та появи нового Інтернет-ринку, логістика стає ще більш складною.

Список використаних джерел:

1. A. Sbihi, R. W. Eglese, Combinatorial optimization and Green Logistics. *Annals of Operations Research* ,175(1), 159-175 (2009).
2. M. Golini, A. Moretto, F. Caniato, M. Caridi, M. Kalchmidt, Developing Sustainability in the Italian meat Supply Chain: Empirical investigation, *International Journal of Production Research*, 4, 1183-1209 (2017).
3. D. Malindžák, *Teória Logistiky* (2007).
4. J. Mentzer, S. Min, L. Michelle Bobbitt, Analysis of workplaces supply in a production company, *Int. J. Phys. Distrib. Logist. Manag.* 34, 606–627 (2004).

Писарчук О. В. канд. екон. наук, доцент
Шевченко Д.О. здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна

Вплив глобалізації на доступність товарів

Глобалізація є складним і суперечливим питанням. Глобалізація, як термін, сама по собі пов'язана з тим, що національні економіки стають все більш взаємопов'язаними та інтегрованими. Інтеграція національних економік у глобальну економічну систему стала однією з найважливіших подій минулого століття. Цей процес матеріалізувався в помітному зростанні торгівлі між країнами. Результати аналізу [1] динаміки вартості світового експорту у постійних цінах, індексовані за цінами 1913 року показує надзвичайне зростання міжнародної торгівлі за останні кілька століть: експорт сьогодні більш ніж у 40 разів більше, ніж у 1913 році.

У сучасній глобальній економічній системі країни обмінюються як кінцевими продуктами, так і проміжними продуктами. Це створює складну мережу економічних взаємодій, що охоплює весь світ.

За останні кілька століть світова економіка пережила стійке позитивне економічне зростання, і за той же період цей процес економічного зростання супроводжувався ще швидшим зростанням світової торгівлі.

Аналогічним чином, якщо ми подивимося на дані країн за останні півстоліття, ми виявимо, що існує кореляція між економічним зростанням і торгівлею: країни з вищими темпами зростання ВВП мають вищі темпи зростання в торгівлі.

До факторів, які можуть сприяти зростанню внаслідок більшої глобальної економічної інтеграції можна віднести наступні. Конкуренція (фірми, яким не вдається впровадити нові технології та скоротити витрати, з більшою ймовірністю зазнають невдачі та будуть замінені на більш динамічні фірми). Ефект масштабу (фірми, які можуть експортувати по всьому світу, стикаються з більш високим попитом, і за правильних умов вони можуть працювати у більших масштабах, де ціна за одиницю продукту нижча). Навчання та інновації (торговельні фірми отримують більше досвіду та можливостей для розробки та впровадження технологій та галузевих стандартів у іноземних конкурентів).

Поряд з цим, можна виділити основні переваги глобалізації:

Глобалізація надає підприємствам конкурентну перевагу, дозволяючи їм отримувати сировину там, де вона недорога. Глобалізація також дає організаціям можливість скористатися нижчими витратами на робочу силу в країнах, що розвиваються, одночасно використовуючи технічний досвід і досвід більш розвинутих економік.

З глобалізацією різні частини продукту можуть виготовлятися в різних регіонах світу. Глобалізація вже давно використовується в автомобільній промисловості, наприклад, коли різні частини автомобіля можуть виготовлятися в різних країнах. Підприємства в різних країнах можуть займатися виробництвом навіть, здавалося б, простих продуктів, таких як бавовняні футболки.

Глобалізація також впливає на послуги. Багато компаній, розташованих у Сполучених Штатах, передали свої кол-центри або послуги інформаційних технологій компаніям в Індії. У рамках Північноамериканської угоди про вільну торгівлю (НАФТА) американські автомобільні компанії перенесли свою діяльність до Мексики, де вартість робочої сили нижча. Результатом є більше робочих місць у країнах, де потрібні робочі місця, що може позитивно вплинути на національну економіку та призвести до вищого рівня життя. Китай є яскравим прикладом країни, яка отримала величезну користь від глобалізації. Іншим прикладом є В'єтнам, де глобалізація сприяла збільшенню цін на рис, піднявши багатьох бідних рисоводів із злиднів. З підвищенням рівня життя все більше дітей із небагатих сімей залишили роботу й пішли до школи [2].

Споживачі теж виграють. Загалом глобалізація знижує вартість виробництва. Це означає, що компанії можуть пропонувати споживачам товари за нижчою ціною. Середня вартість товару є ключовим аспектом, який сприяє підвищенню рівня життя. Споживачі також мають доступ до більшої різноманітності товарів. Крім того, це допомагає країнам з браком робочої сили заповнити важливі посади. Однак це питання теж досить спірне, оскільки вільний рух робочої сили може спричинити надмірний тиск на житло та соціальні послуги в деяких країнах. Такі країни, як США, відреагували на цей процес, активно намагаючись перешкодити мігрантам з інших країн.

Глобалізація також сприяла підвищенню рівня інвестицій. Це полегшило країнам залучення короткострокових і довгострокових інвестицій. Інвестиції транснаціональних компаній можуть зіграти велику роль у покращенні економіки країн, що розвиваються.

Однак, глобалізація принесла з собою не лише доступні товари через дешеву вартість їх виробництва, але є завдає шкоди світовій економіці.

Вільна торгівля може завдати шкоди економікам, що розвиваються. Країни, що розвиваються, часто намагаються конкурувати з розвиненими країнами, тому стверджується, що вільна торгівля приносить більше переваг розвинутих країнам. Існує аргумент щодо зародження промисловості, згідно з яким галузі в країнах, що розвиваються, потребують захисту від вільної торгівлі, щоб мати можливість розвиватися. Проте країни, що розвиваються, часто страждають від тарифного захисту сільського господарства західної економіки.

Не все в глобалізації приносить користь. По суті, це означає, що робітники в розвинених країнах світу повинні конкурувати за робочі місця з ринками з нижчими витратами; Профспілки та працівники можуть бути не в змозі захиститися від загрози корпорацій, які пропонують альтернативу між нижчою оплатою праці або втратою робочих місць на користь постачальника на менш дорогому ринку праці.

Ситуація складніша в країнах, що розвиваються, де економіка зазнає швидких змін. Дійсно, умови праці людей у деяких точках ланцюга постачання жалюгідні. Наприклад, у швейній промисловості в Бангладеш, за оцінками, працює близько чотирьох мільйонів людей, але середній робітник заробляє менше за місяць, ніж робітник США заробляє за день [3]. Критики також припускають, що можливості працевлаштування дітей у бідних країнах можуть посилити негативний вплив дитячої праці та заманити дітей із бідних сімей подалі від школи. Загалом критики звинувачують тиск глобалізації у створенні середовища, яке експлуатує працівників у країнах, які не пропонують достатнього захисту.

Одна з проблем глобалізації полягає в тому, що вона збільшила використання невідновлюваних ресурсів. Це також сприяло збільшенню забруднення та глобальному потеплінню. Компанії також можуть передавати виробництво туди, де екологічні стандарти менш суворі. Однак, можливо, проблема полягає не стільки в глобалізації, скільки в неспроможності встановити задовільні екологічні стандарти.

Також глобалізація дозволяє працівникам пересуватися вільніше. Таким чином, деяким країнам важко утримувати своїх найкращих працівників, яких приваблюють вищі зарплати в інших країнах.

Наразі глобалізація спричинила податкову конкуренцію та ухилення від сплати податків. Багатонаціональні компанії, такі як Amazon і Google, можуть відкривати офіси в таких країнах, як Бермудські острови та Люксембург, з дуже низькими ставками корпоративного податку, а потім спрямовувати свої прибутки через ці дочірні компанії [4]. Це означає, що вони платять дуже невеликі податки в країнах, де ведуть більшу частину свого бізнесу. Це означає, що уряди повинні збільшити податки на ПДВ і податок на прибуток. Це також розглядається як недобросовісна конкуренція для вітчизняних фірм, які не використовують ті самі заходи для ухилення від сплати податків.

Більша мобільність капіталу означає, що країни намагаються заохотити внутрішні інвестиції, пропонуючи найнижчий податок на корпорації (наприклад,

Ірландія пропонує дуже низьку ставку податку). Це спонукало до нижчого корпоративного податку, що призводить до більш високих форм інших податків.

Загалом наявні дані свідчать про те, що спрощення та здешевлення торгівлі справді підвищує економічну ефективність. Цей результат є важливим, тому що він показує, що торгівля приносить прибуток. Але, звісно, ефективність – не єдина важлива думка. Як ми побачили, вигода від торгівлі, як правило, не розподіляється між усіма порівну.

Список використаних джерел:

1. Beyond 20/20 WDS. *UNCTADstat*. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>
2. Вплив глобалізації на економічну нерівність та бідність. *Education and Science*. URL: http://www.rusnauka.com/13_NPT_2008/Economics/31863.doc.htm
3. World Report 2021: Rights Trends in Bangladesh. *Human Rights Watch*. URL: <https://www.hrw.org/world-report/2021/country-chapters/bangladesh>
4. Neate R. Amazon paid no corporation tax. *the Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2021/may/04/amazon-sales-income-europe-corporation-tax-luxembourg>

Сорокотяга М.С., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна

Економічний розвиток аграрних підприємств на засадах диверсифікації

У сучасних умовах господарювання диверсифікація охоплює всі галузі економіки, незалежно від стану їх розвитку, проте її напрямки залежать від кожного суб'єкта господарювання зокрема. Якщо його діяльність досягає того рівня, на якому розширення в обраному виді виробництва вже неможливе, то виходом із цього становища є проникнення в інші економічні сфери, тобто диверсифікація.

Диверсифікацію в аграрному секторі економіки застосовують з метою: зменшення ризиків, збільшення виручки підприємства, розширення номенклатури продукції, забезпечення більшої стабільності результатів та уникнення коливань в одержанні прибутку, освоєння нових виробництв, тощо. Шеленко Д. І. наголошує: "У зв'язку зі зміною кон'юнктури ринку в перехідний період економіки, аграрні підприємства тяжіють до організації виробничої діяльності на засадах диверсифікації з метою отримання додаткового доходу" [1, с.143]. Зоренко О.В. у своїх дослідженнях підкреслює, що диверсифікація виробництва у сфері агропромислового комплексу – це розширення номенклатури й асортименту, зміна виду продукції, що виробляється підприємством, освоєння нових видів виробництва для підвищення ефективності

* Науковий керівник – О.М. Таран, канд. екон. наук, доцент

виробництва, отримання економічної вигоди, запобігання банкрутства з урахуванням екологічних та соціальних потреб населення [2, 144–147].

З метою зменшення величини ризику діяльності аграрних формувань та підвищення їх фінансової стійкості необхідно раціонально поєднувати ступінь спеціалізації та диверсифікації, а товаровиробникам доцільно організувати виробництво такої продукції, робіт, послуг оплата яких при їх реалізації буде обов'язково проводитись лише грошовими коштами. З метою забезпечення повної платіжної готовності товарообмінні операції повинні бути зведені до мінімуму.

Передумовами диверсифікації підприємств аграрного виробництва є: удосконалення системи державного регулювання АПК; удосконалення організації праці та підвищення кваліфікації керівників та робітничих професій; впровадження прогресивних технологій, механізації, комп'ютеризації агропромислового виробництва; організація раціонального поєднання інноваційної політики із застосуванням інвестицій; детальний аналіз фінансово-економічної характеристики сільськогосподарського підприємства; ефективний розвиток соціальної інфраструктури; інтеграція переробних підприємств [3].

Диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств відрізняється цілою низкою особливостей, зумовлених специфікою аграрного виробництва, і передбачає об'єднання основного виробництва сільськогосподарської продукції з переробкою, торгівлею, обслуговуванням, впровадженням товарів-новинок, товарів-замінників, а також освоєння нових сегментів ринку.

Розвиток диверсифікації діяльності аграрної сфери обумовлений такими причинами: необхідність виживання в умовах нестабільної ринкової економіки та кризових умовах, за рахунок збільшення видів підприємницької діяльності, які здатні утворити синергічний ефект, що дозволить забезпечити економічну стійкість підприємства; можливість підвищення зайнятості населення та збільшення робочих місць у сільськогосподарській сфері, що дасть можливість отримання стабільних сімейних доходів в умовах сезонності та традиційних сільськогосподарських робіт; повне використання ресурсів.

Основними напрямками диверсифікації діяльності для аграрних підприємств може бути перехід на виробництво екологічно-чистої продукції або рідкісної продукції сільського господарства: квітникарство, декоративне та репродуктивне садівництво, розведення декоративних видів тварин та птахів, вирощування лікарських трав, виготовлення спецій, агротуризм та інше. Таким чином господарства, забезпечуючи товарне виробництво, мають змогу підкорити нові або неосвоєні ніші ринку.

Агротуризм розглядається як невід'ємна складова розвитку сільської економіки, яка може компенсувати зниження доходів сільського населення. Він зможе допомогти вирішити таке питання, як зайнятість населення, створюючи додаткові робочі місця як для місцевих жителів, так і для мешканців інших територій; може бути вагомим фактором залучення іноземців, які бажають вивчати наші національні традиції, а отже і залучення додаткових інвестицій.

Слід відзначити, що для впровадження диверсифікаційних процесів потрібна належна підтримка з боку держави, особливо це стосується розвитку малого бізнесу, належне нормативно-правове регулювання, виважена державна політика, фінансова та інформаційна підтримка. Передусім вона повинна стосуватися забезпечення сільськогосподарських підприємств доступним та дешевим кредитуванням, навчання та інформування власників господарств щодо сучасних можливостей їх діяльності та вимог до якості продукції, технології виробництва, ринків збуту тощо [4].

Список використаних джерел:

1. Шеленко Д.І Сільськогосподарські підприємства Івано-Франківського Прикарпаття після реформи. Івано-Франківськ : Видавничо-дизайнерський відділ ЦІТ, 2007. 180 с.; 2. Зоренко О.В. Диверсифікація аграрного підприємства: сутність, напрями, види. *Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету*. 2005. № 1. С. 144–147; 3. Томілін О.О. Диверсифікація аграрних підприємств як дієва стратегічна орієнтація в агропромисловій сфері. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2012. №3 (69). С. 205-211; 4. Богатова Д.Р. Диверсифікація як чинник конкурентоспроможності аграрного підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. №10. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6624> дата звернення 01.10.2022).

**Філіпчук А.А., Руденко Р.Ф. здобувачі вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Психологічні особливості управлінської діяльності

Соціальне управління є однією з найскладніших галузей людської діяльності, в якій виявляються персоніфіковані відносини між людьми, об'єднаними трудовим процесом. Сучасне соціальне управління являє собою як управління людьми, так і управління діловою інформацією, технологічними процесами. Необхідність управлінської діяльності зумовлюють такі чинники:

1) управлінська діяльність – цілеспрямований процес вияву активності людини відповідно до потреб суспільства;

2) управлінська підсистема представлена спільною діяльністю великої групи ієрархічно пов'язаних керівників, залучених до суспільних процесів на підставі соціокультурної та етнопсихологічної специфіки;

3) у процесі управління відбувається перетворення актів індивідуальної діяльності в цілісну спільну управлінську діяльність відповідно до правил і норм організації, а також на підставі економічних, технологічних, правових, організаційних і корпоративних вимог.

Важливими чинниками підвищення ефективності управлінської діяльності, за умови їх умілого використання, можуть стати соціально-

* Науковий керівник – О.М Таран, канд.екон.наук, доцент

психологічні аспекти управління – засоби і прийоми управлінських впливів, що базуються на використанні об'єктивних наукових положень, методів психології і соціального розвитку суспільного устрою в цілому. Управління як особливий вид (складова) професійної діяльності передбачає володіння і свідому реалізацію системи специфічних знань, які великою мірою є знаннями психологічними. До основ психологічного знання, яке складає зміст психологічної підготовки кваліфікованого управлінця, мають входити питання психологічних основ управлінської діяльності, професійного становлення особистості, закономірності формування і розвитку колективів, мотивації трудової діяльності, проведення організаційних заходів з урахуванням соціально-психологічних закономірностей міжособистісної взаємодії та ін. Сучасний керівник має розуміти психологічну природу управлінських процесів, розуміти і у своїй діяльності враховувати закономірності планування та прогнозування власної діяльності і діяльності групи, мати розвинене уявлення про особливості організаційної поведінки, механізми мотивації людей, соціально-психологічні аспекти малих груп, вміти чітко висловлювати свої думки, оцінювати і робити висновки, мати сформовану позицію щодо етичних норм поведінки та відповідальності управлінця [1].

Неоднозначна позиція психологів лише підкреслює актуальність проблеми визначення необхідних управлінських якостей, завдяки яким досягається максимальна ефективність спільної діяльності. Численні психологічні дослідження дали можливість встановити, що в управлінській діяльності керівників різних рангів є ряд схожих рис, що дозволяє змоделювати основні якості керівника [2, с.30].

Обґрунтування професійно та інтелектуально важливих, психологічно і соціально необхідних якостей особистості керівника є однією з найактуальніших проблем психології управління. психологічному аспекті вони залежать від характеру, структури, спрямованості, досвіду, здібностей особистості, умов праці. Це складні, багатогранні феномени, конкретні вияви яких залежать від структури особистості і від дії різних чинників [3, с.64].

У вітчизняній науковій літературі найчастіше виокремлюють такі обов'язкові для управлінця якості [4]: компетентність; висока відповідальність, особиста гідність; відчуття нового та вміння йти на розумний ризик, творчо розв'язувати проблеми, сміливість у прийнятті рішень; гнучкість, розуміння ситуації, гостре сприйняття нових потреб, відчуття часу, подій; висока працездатність, постійне прагнення бути кращим і робити все якнайдосконаліше; комунікабельність; увага до підлеглих.

Проблема професіоналізму управлінської діяльності є особливо значущою. Непрофесіоналізм в управлінні організацією спричинює величезні втрати в економічній сфері, нагнітає психологічний дискомфорт, напруженість у міжособистісних та міжгрупових відносинах, конфлікти. Від рівня індивідуальної самореалізації учасників управлінського процесу залежать зростання, масштаби й успіх управлінської діяльності. Професіоналізм керівника характеризується певним рівнем психологічної готовності до управлінської діяльності. З одного боку, він є інтегральною якістю, властивістю особистості,

що формується у діяльності й спілкуванні, з іншого – процесом і результатом діяльності та спілкування. В сучасних умовах важливим елементом професіоналізму керівника постає рівень його психологічної культури. Сучасне управління послідовно психологізується, а пошук шляхів активізації людського чинника в організації, врахування психологічних і соціально-психологічних особливостей персоналу є однією з важливих умов підвищення ефективності управлінської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Сивогракова З.А., Алексеєнко Н.В. Психологія управління: Конспект лекцій. Харків: УкрДАЗТ, 2014. 41с. 2. Старовойтенко Н.В. Психологія управління: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни/ авт.-упор.: Н. В. Старовойтенко, В. І. Осипенко, І. А. Чемерис, Л. І. Білик, С. І. Ключка; М-во освіти і науки України, ЧДТУ. Черкаси: ЧДТУ, 2020. 300 с. 3. Прищак М.Д., Лесько О.Й. Психологія управління в організації: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Вінниця, 2016. 150с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Pryschak_Mykola/Psykholohiia_upravlinnia_v_orhanizatsii.pdf 4. Карамушка Л.М. Психологія освітнього менеджменту: навч. посібник. Київ : Либідь, 2004. 424 с.

Ханова О.В., канд. геогр. наук, доцент
Данилевич О.Я., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна

Інноваційні принципи розвитку міжнародної логістики

Логістика 4.0 та управління ланцюгами поставок 4.0 або інтелектуальне управління ланцюгами поставок стосуються різних аспектів наскрізної логістики та управління ланцюгами поставок у контексті Індустрії 4.0, Інтернету речей, кіберфізичних систем, нових технологій, передової аналітики даних та автономні рішення, дозволені штучні інтелекти.

Індустрію 4.0 часто називають Логістикою 4.0. Вона змінює виробничу логістику та трансформує вимоги щодо логістичних організацій. Логістика 4.0 змінить повністю всю міжнародну логістику в цілому та принесе нововведення, які спростять сам процес логістики та ланцюг поставок [1].

Оцифрування чи іншими словами діджиталізація призведе до зростання постачальників 4PL, і тут очікуються складнощі, оскільки зміна відносин у логістиці та технологічні можливості дозволяють новим гравцям вийти на ринок 4PL [2].

Термін Логістика 4.0 зосереджений на конкретних застосуваннях Індустрії 4.0 у галузі логістики. Відповідно до існуючих наукових визначень, Логістика 4.0 представляє логістичну систему, що забезпечує стійке задоволення

індивідуальних потреб клієнтів без збільшення витрат [3]. Логістика 4.0 змінює існуючі рішення, вже прийняті в традиційній логістиці, та впроваджує нові технології, що сприяють, такі як кіберфізичні системи, які дозволяють нам реалізувати мережу та автоматизацію транспортування системи зберігання, а також децентралізований контроль програмного забезпечення [4]. В інших випадках підтримка технології Інтернету речей (IoT) дозволяє зв'язувати фізичні об'єкти, щоб забезпечити візуалізацію даних у режимі реального часу з метою автоматизації логістичних потоків [5] під невизначений або заданий попит, та при розгляді різних видів матеріалів. Знову ж таки, впровадження великих даних в логістику та операції з ланцюжками поставок сприяє поліпшенню видимості, гнучкості та інтеграції глобальних ланцюгів поставок та логістичних процесів, ефективному управлінню нестабільністю попиту та усуненню коливань витрат [6]. Прийняття екологічних рішень дозволяє поліпшити екологічні показники та може відкрити нові сегменти ринку, які раніше не вивчалися.

Існує нова частка ринку, що характеризується споживачами, які потребують детальних знань та інформації про екологічні витрати того, що вони споживають та використовують. Відповідно, вони можуть забезпечити успіх продукту, який включає як атрибути якості та дизайну, так і стійкості. У цьому напрямку увага до споживачів, пройденої відстані та прийнятих транспортних засобів інтегрується з оцінками потоків енергії, ресурсів та матеріалів, необхідних для виробництва, транспортування та використання продукції. Мета – зменшити їх вплив на зовнішнє середовище, зробивши їх стійкими також з економічної, соціальної точки зору. Ці драйвери формують динамічне та складне середовище для компаній, і особливо у виробничих галузях, їх можна вирішити за допомогою Індустрії 4.0 [7].

Є широкий спектр інноваційних технологій Логістики 4.0. Нові рішення додаються майже щодня. Особливо з огляду на технологічний характер ринку, компанії стикаються з великою проблемою розробки конкретних рішень та застосувань для власних потреб [8].

Логістика 4.0 визначається як розумна логістика, оскільки її компоненти забезпечують інтелектуальне управління процесами. Компонентами Логістики 4.0 є: автоматична ідентифікація, місцезнаходження в реальному часі, автоматичний збір даних, підключення та інтеграція, обробка та аналіз даних та бізнес-послуги. Автоматична ідентифікація всіх об'єктів та учасників логістичних процесів, можливість їх розташування та збір даних у режимі реального часу дозволяють керувати якістю, планувати та оптимізувати. Обробка та аналіз даних створюють нові знання, умови для інтелектуального управління та нові ділові послуги.

Важливою складовою логістичної реальності майбутнього стануть кіберфізичні системи (CPS), які включають вбудовані системи, такі як обладнання, будівлі та транспортні засоби, а також процеси логістики, координації та управління та Інтернет-послуги. Завдання цих систем включають:

- фіксувати фізичні дані за допомогою датчиків і впливати на фізичні процеси за допомогою виконавчих механізмів;

- оцінювати та зберігати зібрані дані та активно або реактивно взаємодіяти з цифровим та фізичним світом;

- отримувати доступ до глобально доступних даних та послуг за потреби.

Для виконання цих завдань CPS з'єднані між собою за допомогою цифрових мереж, а також мають різні мультимодальні інтерфейси людина-машина, які забезпечують диференційовані та спеціальні можливості для спілкування та управління (наприклад, мови та жести) [9].

Саме Логістика 4.0 зробила інтеграцію та координацію можливою через корпоративні кордони. Завдяки залученню технологій, логістичні питання, що стосуються як вхідних, так і вихідних матеріальних потоків, легко та миттєво впорядковуються в значній мірі. Компанії віддають перевагу Логістика 4.0 для об'єднання всіх складських приміщень з товарними лініями та процесами [10].

Технологічний привід Логістика 4.0 дозволяє компаніям ефективніше, ніж будь-коли раніше, працювати з клієнтами та партнерами, наприклад постачальників, виробників, оптовиків, роздрібних торговців та постачальників логістики [11].

Список використаних джерел:

1. Strandhagen, J.O.; Vallandingham, L.R.; Fragapane, G.; Strandhagen, J.W. Logistics 4.0 and emerging sustainable business models. Stangeland; A.B.H. Stangeland; N. Sharma. Adv. Manuf. 2017; 2. Winkelhaus, S.; Grosse, E.H. Logistics 4.0: a systematic review towards a new logistics system. Int. J. Prod. Res. 2019; 3. Carli, R.; Dotoli, M.; Epicoco, N.; Angelico, B.; Vinciullo, A. Automated evaluation of urban traffic congestion using bus as a probe. In Proceedings of the 2015 IEEE International Conference on Automation Science and Engineering (CASE), Gothenburg, Sweden, 24–28 August 2015; pp. 967–972; 4. Rosa, P.; Sassanelli, C.; Urbinati, A.; Chiaroni, D.; Terzi, S. Assessing relations between Circular Economy and Industry 4.0: A systematic literature review. Int. J. Prod. Res. 2019; 5. Urbinati, A.; Chiaroni, D.; Chiesa, V.; Frattini, F. The role of digital technologies in open innovation processes: An exploratory multiple case study analysis. R D Manag. 2018; 6. Wang G.; Gunasekaran A.; Ngai E.W.T.; Papadopoulos, T. Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and applications. Int. J. Prod. Econ. 2016, p. 98–110; 7. Nagy J.; Oláh, J.; Erdei, E.; Máté, D.; Popp, J. The role and impact of industry 4.0 and the internet of things on the business strategy of the value chain-the case of Hungary. Sustainability 2018, p. 10; 8. Simchi-Levi and Kaminsky, Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies, third edition, McGraw-Hill International Edition, page 250; 9. Haseeb, M.; Hussain, H.I.; Slusarczyk, B.; Jermstipparsert, K. Industry 4.0: A solution towards technology challenges of sustainable business performance. Soc. Sci. 2019. p. 154; 10. Nick Ostdick. Do Transport Logistics Add Business Value? December 19, 2017 URL: <https://blog.flexis.com/does-transport-logistics-add-business-value>; 11. Brian Hoey. A Fruitful Union: The Intersection of Industry 4.0 and Logistics 4.0. May 22, 2018. URL: <https://blog.flexis.com/a-fruitful-union-the-intersection-of-industry-4.0-and-logistics-4.0>.



СЕКЦІЯ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА МІКРО-, МЕЗО-, МАКРОРІВНЯХ

Amit Kumar Goel Ph.D. docent
Integral University, Lucknow, India
Marchenko M. higher education Ph.D.*
Iefremov A. higher education Ph.D.*
State Biotechnological University, Ukraine

Digitalization of economic planning of competitive marketing activities in the conditions of globalization

The current paradigm of the organizational and economic mechanism of agrarian marketing, like marketing of other sectors, is based on the fact that the success of the activity of the subjects of agrarian business is to grow in their buildings at the same time, to be reasonably positively satisfied. As a rule, there are two borderline options for the interests of the people: high quality and low price. It is true that the majority of markets, on which there are varieties of agricultural products, are considered to be pure competition markets, so the problem of varying the price on the quality of the products can be taken into account. And yet, in the minds of the ever-increasing competition in the market of products from the agricultural sector, the marketing functions of selecting, analyzing and processing information about the constant changes in the outer medium are of particular relevance.

Enterprises must constantly adapt to the conditions of the external environment, adjusting not only their strategic programs, but also their current activity plans. To ensure competitiveness, the planning process must be continuous. The level of development of the agrarian sector of the Ukrainian economy has a significant impact on the standard of living of the population of Ukraine. Therefore, it is one of the most important among other sectors of the economy, with which it is closely related. One of the most important problems of modern planning of the activities of enterprises, especially agricultural ones, is the stereotyped attitude of the participants of entrepreneurial activity to the essence of planning and the plan as such. This attitude involves reducing the planning process to the formal development of a standard document without taking into account changes, risks and time. Enterprises strive by all means to achieve the stability of plans, trying to minimize the number of changes and adjustments in the plan in the process of its preparation and execution, or at least reduce their number. In order to minimize the number of adjustments, companies try to establish long-term relationships with suppliers and customers. But no matter how much the company tries to reduce the number of adjustments and clarifications, the plan is not often final.

After adjusting the plans of the enterprise as a whole and its separate areas of activity, changes are made to the strategic plan and the impact of changes in the plans of the enterprise on the effectiveness of the results of its economic activity is again analyzed. In this sense, the entire process of planning (changing plans) merges into the general process of managing the activities of the business entity. Solutions to the problems of planning the activities of enterprises operating in an uncertain market

* Науковий керівник – Л. О. Ломовських, д-р екон. наук, професор

environment lie in the construction of an adaptive planning system. Such planning allows the enterprise to simulate numerous possible changes not only in order to choose the most acceptable of them, but also to have backup solutions at its disposal, ensuring a quick and rational response in the event that unforeseen events do not allow adherence to the adopted decision. The main result of such planning is the determination of goals, strategies and programs, as well as the allocation of resources. This allows the enterprise to meet the uncertain future and influence it most successfully.

The market economy requires a radical revision of the requirements for the very technology of developing plans. As already mentioned, the market economy is characterized by a high degree of uncertainty. Under these conditions, planning methods must be constantly improved in accordance with the ever-changing market environment. Planning methods should be such as to ensure a constant process of adaptation and quick response to changes in market conditions. To this end, it is necessary to resolutely introduce market planning tools into planning practice, clearly correlating them with the real operating conditions of the enterprise.

In recent years, the traditional method of planning using the simplest computing tools has been replaced by mechanized and automated methods. Digitization of planning is taking place. The form of presentation of calculated indicators of plans (tables, drawings, diagrams, network graphs, etc.) reflects the culture and visibility of a particular method of planning the enterprise's activities. The accuracy and relevance of planning depend on the timely receipt of the necessary information. The fulfillment of this condition is all the more important, the more complicated the economic process of developing and adjusting the plan, which requires an operational solution.

Thus, the use of modern computer technology ensures the collection and processing of the necessary information, allows you to quickly and reliably prepare the initial planning and economic parameters, which are used for operational planning of the main indicators of economic activity.

References:

1. Lomovskykh L., Marchenko M., Amit Kumar Goel. (2019) Digitalization of economic business-processes while making management decisions in marketing activity. Galician economic journal (Tern.), vol. 61, no 6, pp. 104-110.
2. Діджиталізація бізнесу: сьогодні і майбутнє. Збірник матеріалів круглого столу (м. Київ, 28 січня 2021 року). К.: «Хай-Тек Прес», 2021. 88 с.

**Hanushchak-Yefimenko Liudmyla, Doctor of Economics, Professor,
Yershova Olena, PhD in Economics
Kyiv National University of Technologies and Design**

Business incubator as an organizational structure for supporting innovative entrepreneurship

In the creation of innovations and their practical application, a significant role is played by a small business, which can be included in the innovation process at its various stages: from the creation of innovations to their use at the fading stage. The flexibility and mobility of small enterprises ensures high receptivity to innovation. However, due to the small scale of activity, very often these firms are unable to implement a promising business idea on their own, as they do not have the appropriate funds. Therefore, in order to support the development of entrepreneurial structures at the stage of their formation, many countries create business incubators.

A business incubator (BI) is an organizational form of an innovative enterprise, the purpose of which is to create favorable conditions for the effective operation of small innovative and manufacturing enterprises that develop and implement new technologies, equipment, products, services [1].

Also, BIs are an important part of the startup and business environment. They often become partners of innovation centers, technology companies, scientific or technical parks and investment funds. Incubator experts help newcomers establish useful connections and help attract investments, provide mentoring support, legal, financial, communication consulting and also teach business management.

The main services of business incubators include: lease of space (office, production, laboratory, conference halls); technical and administrative service (mail, Internet, telephone, copier, office secretary, etc.); consulting (on business planning, legal, tax and other issues); economic (services of an accountant, financier, economist, marketer, manager); investment (search for investors, attraction of loans, start-up financing of newly created companies, creation of credit unions); scientific and technical (introduction of new technologies, know-how, new products); educational (trainings, retraining courses, training in the program of general management and other economic disciplines necessary for running a business); presentational (exhibitions, contests, conferences); information (creation of databases, transfer of new information technologies that can be used in business, Internet centers and networks); publishing (publication of booklets, advertising brochures, leaflets, latest methodical developments, etc.); employment (job search, entry into the database of professions and vacancies, preparation of resumes, preparation for interviews with employers, etc.).

The pioneers in the creation of business incubators were the USA, in total there are about 1,300 of them today, they contributed to the creation of 19,000 small firms and more than 245,000 jobs.

The importance of the introduction and development of business incubators in Ukraine is determined by a number of factors, including: growth in the demand of business structures for new learning technologies, information support; the credit

policy of banks does not contribute to the company's ability to take loans for the purchase of fixed assets; enterprises that are just starting their work, in terms of the country's tax policy, need time to establish themselves in the market and adapt to it, other factors.

Currently, with the beginning of mass digitalization and the gradual state support of the innovative direction of the Ukrainian economy's development, business incubators are emerging, which are still relatively new, but are already operating and bring considerable benefit to the participants of these business incubators and the regions as a whole.

Thus, one of the platforms that provide mentoring assistance and support to projects at all stages (from the birth of an idea to its implementation and business development) is the first full-cycle state business incubator, the "Ukrainian Future" business incubator of the Small Academy of Sciences. This BI includes an educational and consulting center (here innovative ideas are transformed into effective business models and teachers are upgraded); co-working (a comfortable space is provided for the coordinated work of like-minded people); prototyping laboratory (production of various prototypes); access to the Library of materials with a database of more than 10,000 copies; meeting rooms and a conference hall for business negotiations and other events.

Priority sectors of "Ukrainian Future" include mechanical engineering, electronics and instrument engineering, materials science and nanotechnology, information and communication technologies, robotics, ecology and resource conservation, artificial intelligence, biotechnology, virtual reality [2].

Unfortunately, so far business incubators are only beginning to develop normally in Ukraine, financial support from the state is insufficient, mostly domestic BIs exist at the expense of the finances of international donor organizations, grant programs, and only to a small extent at the expense of local state administrations.

Summing up, it should be noted that the functioning of business incubators brings great benefits not only to those who gain entrepreneurial experience as part of them, but also to the region in which they are created, since the business structures that came out of the care of the business incubator later help to solve a number of problems of this region: increasing number of jobs, population employment; revenues to local budgets are increasing, regional infrastructure is being developed, and the standard of living of the population is improving. Therefore, a business incubator as an organizational structure of assistance to innovative entrepreneurship in Ukraine is extremely important and requires support and development from the state.

References:

1. Savchenko, V. F. & Dolhopolov, M. H. 2017. Business Incubators As An Instrument Of State Support Of Small Business. Scientific bulletin of Polissia. 2, 4(8) (Mar. 2017), 202–207.
2. Business incubator «Ukrainian Future». URL: <https://www.ufincubator.com/ua/pro-uf/pro-uf>.

**Havrylenko Ya., Mykolaenko M., applicants of the second (master's) level of
higher education***

State Biotechnological University, Ukraine

Professional career as an object of research

Professional career as an object of scientific research is a very complex category that has an interdisciplinary nature and requires a more complex approach than, for example, such categories as "labor resources", "human capital", "personnel management", etc. In this regard, it is necessary to consider this category from the point of view of different methodological approaches. Having analyzed the vision of a number of domestic and foreign authors from various scientific fields regarding professional career issues, a number of conclusions can be reached.

A lot of attention is paid to the issues of ensuring career growth and career development from the point of view of a specific person in the scientific literature on psychology. There is career is the result of a certain activity, to achieve which it is necessary to rationally combine both one's own personal qualities and acquired professional skills, knowledge and abilities that form the achieved level of professional competences, which in turn are necessary for professional development in the enterprise [2].

At the same time, career issues arise not only in the system of general psychology from the point of view of revealing the content of such imperatives as individual behavior in various conditions, the influence of childhood and family on the choice of a career and career growth, deviant behavior of a child and its future career etc. The choice of a career is also influenced by organizational psychology, within which close attention is paid to the psychological aspects of managing career development in the enterprise.

Scientists believe that career management, from an organizational and psychological point of view, is the search and determination of an ideal combination of the goals of the enterprise and a specific individual, in which both of them are satisfied with the process of interaction and its results [4].

Some authors [1, 3] believe that for employees with a higher level of competence, the development and management of a professional career may have a close connection with a specific enterprise or company, since their skills and abilities may be needed in any enterprise of the corresponding profile or industry. On the contrary, the lower the level of general professionalism, the lower the probability of changing the place of work due to the impossibility of quick adaptation to new conditions.

Career management, from an organizational and psychological point of view, assumes, on the one hand, that the individual himself forms his own individual career growth in accordance with opportunities and self-esteem. At the same time, self-evaluation should be considered as objective (the result of self-evaluation is based on the opinion of the external environment and specific results achieved in the

* Supervisor - Zaika S.

professional sphere) and subjective (self-evaluation involves the exclusive opinion of the individual himself about his professional, educational, managerial knowledge, skills and abilities). On the other hand, enterprises must create optimal conditions for the further development of their own employees. It should solve key image issues: increase the level of attractiveness and image of the enterprise as a potential employer on the labor market, create favorable conditions for expanding the potential of organizational culture, and reduce the level of stress in the employees themselves employees of the enterprise [5].

In general, in organizational psychology, quite a lot of attention is paid to the responsibility of enterprises for the career growth of their employees. At the same time, it can be about the organizational culture itself and the established system of organizational behavior, as well as the issue of optimizing the personnel management system and personnel management from a psychological point of view based on the identification of individual needs, tendencies and motives of a specific employee.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. The essence and problems of motivation as a factor in the development of modern enterprises. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 15. С. 48-52. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/15.8>
2. Біскуп В.С. Декомпозиційна структура інтегральної кар'єрної компетентності та її складові. *Психологія і суспільство*. 2010. №4. С. 82–91.
3. Заїка С.О. Мотивація та стимулювання як чинники забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 222-236.
4. Мазнев Г.Є. Заїка С.О., Грідін О.В. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу. *Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії»*. 2016. Вип. 10. С. 36-47.
5. Савельєва В.С., Єськов О.Л. Управління діловою кар'єрою: навч. посібн. К. : Центр учбової літератури, 2007. 176 с.

**Sofiullah Md, M.Sc. Economics and Finance, Scientific Research
Associate, Business Administration
Darr Dietrich, Doctor of Forest Sciences, Professor of Agribusiness
Gomes Vale Eleydiane, Doctor of Economics, Scientific Research
Associate, Agribusiness
Rhine-Waal University of Applied Sciences, Kleve, Germany**

Does entrepreneurial intention develop by classroom example? An experiment for teaching entrepreneurship in higher education

With increasing numbers of university graduates and dim employment opportunities in light of economic uncertainties in many countries, the development of entrepreneurial competences (EC) that prepare students to establish their own businesses in the future is of growing importance (Fejes et al., 2019; Hameed and Irfan,

2019; Teixeira and Pereira, 2019; Tittel and Terzidis, 2020). Entrepreneurial education (EE) is the process of developing the students' entrepreneurial attitudes and skills (Fayolle et al. 2006; Ferreira and Pinheiro, 2018), and their capacity for self-negotiated action (Jones 2010) through building their idea generation, opportunity recognition and strategic decision-making competencies (Valerio *et al.*, 2014; Sirelkhatim and Gangi, 2015; Aziz and Rowland, 2018; Teixeira and Pereira, 2019; Stagias and Retalis, 2020).

Entrepreneurial intention (EI) can be defined as the cognitive state in which the entrepreneur is determined to engage in entrepreneurial activities, and EI is the essential variable that forecasts the entrepreneurial behavior of university students (Krueger et al., 2000). Internal, individual factors such as personality traits such as creativity (Raine and Pandya, 2019), demographic factors, entrepreneurial motivation (EM), entrepreneurial competence (EC), and external factors such as the social environment, social network, familial background, role models, and situational factors such as risk-taking tendency, task difficulty, problem-solving capabilities, locus of control, etc., significantly develop EI both directly and indirectly (Liñán and Chen, 2006; Liñán, Rodríguez-Cohard and Rueda-Cantuche, 2011; Hou et al., 2019; Hameed and Irfan, 2019; Arafat et al., 2020).

While traditional EE teaching methodologies primarily focused on lecture-based teaching with assignments, presentations, extended case study tutorials and standardized formal exams, where the majority of the students played passive roles, contemporary approaches foster more exploratory settings for experiential learning and discovery-based instruction through problem-solving activities and interactive simulations that arouse real-time decision-making under uncertainty, critical evaluation of decisions upon immediate feedback, and collaborative planning through teamwork, that better improve entrepreneurial skills in comparison to tradition EE teaching approaches (Anderson *et al.*, 2017; Hameed and Irfan, 2019; Stagias and Retalis, 2020).

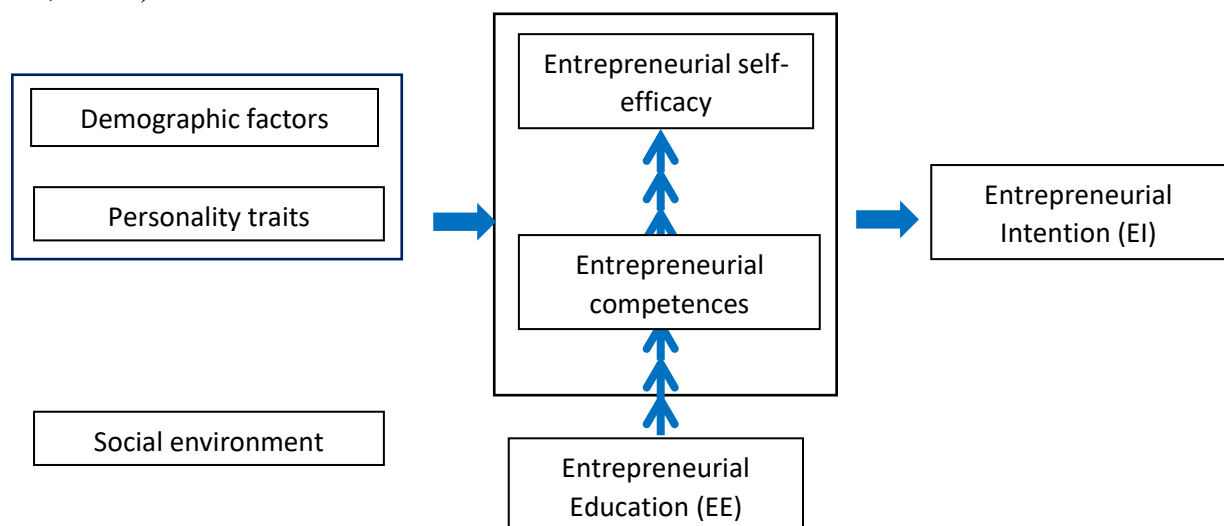


Figure 1. Proposed Entrepreneurial Intention (EI) theoretical model

Source: own elaboration

The aim of the current study is to investigate how an online-based entrepreneurial simulation (TOPSIM business StartUp simulation) helped to build

entrepreneurial intentions among a culturally and demographically diverse group of 75 university students from Germany, Ghana, Kyrgyzstan, Ukraine, and Russia. More specifically, we endeavor to (a) verify whether business simulations, as an EE teaching methodology, are an effective approach to promote EI; (b) reveal the impact of the students' heterogeneous entrepreneurial exposure, experiences and traits on their EI; and (c) validate the impact of heterogeneity on the effectiveness of the business simulation. Thus, apart from highlighting the general benefits of EE, our study will demonstrate the impact of student heterogeneity on the formation of entrepreneurial intentions.

The theoretical EI model of the existing research is conceptualized on the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) and the Shapero's Entrepreneurial Event model (SEE) (Shapero and Sokal, 1982).

The Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) was devised based on theoretical justifications and prior literature and comprised of Likert-item and Likert scale questions ranging from a 1 to 7 scale. Data analysis was conducted via SPSS on the responses acquired from participants. The synthetic control methodology (SCM) is applied to understand the impact of EE intervention on EI. Furthermore, principal component analysis (PCA) was applied to deduce the size of constructs, maintaining reliability and validity measures such as the Cronbach's alpha and KMO and Barlett's Test. To understand heterogeneity between student groups based on a particular characteristic, non-parametric tests such as the Kruskal-Wallis H Test and the Mann-Whitney U Test was adopted and conclusions were justified at the 0.05 level of significance. Furthermore, ordinal regression analysis was conducted on the key variables of interest to determine causal factors of dependent variables that affect EI and p-values for independent variables were evaluated at 0.05 threshold.

Previous studies provide ambiguous conclusions regarding the impact of EE on EI (Herman and Stefanescu, 2017; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). To better understand the EI development, the current study extends the theoretical foundations of SEE and TPB by investigating personal and situational factors (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018).

Reference

1. Anderson, M., Hinz, B., & Matus, H. (2017). The Paradigm Shifters: Entrepreneurial Learning in Schools. *Research Report*. Retrieved August 27, 2020 from http://vuir.vu.edu.au/38687/1/Paradigm-Shifters_entrepreneurial-learning-in-schools.pdf.
2. Arafat, M.Y., Saleem, I., Dwivedi, A.K. and Khan, A. (2020). Determinants of agricultural entrepreneurship: a GEM data based study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 345-370.
3. Aziz, A.A.A. & Rowland, S., (2018). The entrepreneurship skills that biotechnology graduates need: findings from entrepreneurial employees in a developing economy. *Entrepreneurship Education*, 1(1), 61-83.
4. Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.

5. Fejes, A., Nylund, M. & Wallin, J. (2019). How do teachers interpret and transform entrepreneurship education?. *Journal of Curriculum Studies*, 51(4), 554-566.
6. Ferreira, F.M. and Pinheiro, C.R.M.S. (2018). Circular Business Plan: Entrepreneurship teaching instrument and development of the entrepreneurial profile. *Gestão & Produção*, 25(4), 854-865.
7. Hameed, I. & Irfan, Z. (2019). Entrepreneurship education: a review of challenges, characteristics and opportunities. *Entrepreneurship Education*, 2(3), 135-148.
8. Hou, F., Su, Y., Lu, M. & Qi, M., (2019). Model of the entrepreneurial intention of university students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in psychology*, 10, 916.
9. Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: Revisiting our role and its purpose. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(4), 500-513. <https://doi.org/10.1108/14626001011088697>
10. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*. 15(6), 411–432. doi: 10.1016/s0883- 9026(98)00033-0
11. Liñán, F. & Chen, Y.–W. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two–country sample*. Working paper. Barcelona: Departament d'Economia de l'Empresa, Facultat d'Economia i Empresa, Universidad Autònoma de Barcelona.
12. Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J.C. & Rueda-Cantuche, J.M., (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.
13. Raine, A.L. and Pandya, M. (2019). Three keys to entrepreneurial success: curiosity, creativity, and commitment. *Entrepreneurship Education*, 2(3), 189 -198.
14. Shapero A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, eds., *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 72–90.
15. Sirelkhatim, F. & Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*, 2(1), 1-11 <http://dx.doi.org/10.1080/23311975.2015.1052034>.
16. Stagias, I. & Retalis, S. (2020). Secondary school students build multiple skills in evaluating business opportunities via technology-enhanced learning activities. *Entrepreneurship Education*, 3(2), 197-214.
17. Teixeira, A.A. & Pereira, I. (2019). The perceived usefulness of the business plan in formal entrepreneurship education: the perspective of alumni entrepreneurs. *Entrepreneurship Education*, 2(3), 91-133.
18. Tittel, A. and Terzidis, O. (2020). Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences. *Entrepreneurship Education*, 3(1), 1-35.
19. Valerio, A., Parton, B. & Robb, A. (2014). *Entrepreneurship education and training programs around the world: dimensions for success*. The World Bank.

**Nasho Ah-Pine Elda, PhD, Dr Associate Professor
ESC Clermont BS/CleRMA (Université Clermont Auvergne), France**

Teaching on responsible innovation: engaged scholarship and social innovation serving environmental protection

Our humanity is confronted with many complex challenges such as socio-economic and health crises, the fight against global warming and social and epistemic injustices, and even deep institutional crises. Many are the uncertainties concerning the management of these crises. However, life is characterized by movement and innovation initiatives to address these crises are abundant (the invention of the anti-covid vaccine in only a few months, the use of digital technology in many fields, the implementation of various actions within companies and public policies to identify new ways to address the climate emergency, etc.).

However, notwithstanding the *prima facie* positive effects of these innovations, more and more researchers are being critical about the injunction that innovation is necessarily synonymous with societal progress (Coyle, 2017; Kuppelwieser et al., 2019; Brulé & Munier, 2021, Coad et al., 2021). Some other propositions even go one step further by suggesting the very opposite of innovation, namely "désinnovation" to find sustainable solutions to the climate emergency and its pernicious effects on humans and the planet (Bonnet et al., 2021). Despite these controversies, it is not always easy to distinguish between on one hand, non-responsible innovations that would even worsen the above-mentioned crises, and on the other hand, responsible innovations (RI) that would be on the contrary positive for humans and the planet.

There are many definitions of RI. For the EU a RI is "the transition to a new situation - and an expansion of opportunities - to meet the requirements and honor more responsibilities towards other human beings, the environment, the planet and future generations than was previously the case" (Kormelink, 2019, p. 11). This vision of RI remains unclear and is subject to many different interpretations. The substantive question therefore still remains: how to innovate responsibly?

We intend to answer this question in the context of a pedagogical reflection and experience, in which we mobilize, within an interdisciplinary context (political science and management), a teaching based on engaged scholarship and social innovation (SI) to serve environmental protection. Considering the magnitude of the climate emergency we are experiencing, the course is based on a strong conception of SI, endowed with a significant emancipatory and transformative potential in association with an enterprise that must be inclusive, operating in a multi-dimensional and multi-actor framework, mobilizing new responses to new needs, and working towards a sustainable transformation of the society by bringing to life veritable development models (Bélanger, 2007; Richez-Battesti, 2011; Besançon, 2015; Moulaert, 2016; Avelino et al., 2019). This responsible innovation posture incarnated in this strong SI approach establishes a strong connection between innovation and social transformation.

Moreover, this teaching is inspired by the philosophy of engaged scholarship, as reconceptualized by Andrew Van de Ven (2007; 2020) insofar as: 1/ the teaching is co-

constructed with relevant stakeholders (students in this case) according to Van de Ven's proposals; 2/ we have conceived our own societal responsibility as a teacher-scholar. More precisely, it is a pedagogical innovation implemented since September 2020, in the framework of a 27-hour course taught to about 120 students in Master 1 at ESC Clermont Business School. This interdisciplinary course is entitled "Business in an innovative and international context faced with the geopolitics of the environment". Its objective is to support and encourage students to proactively project themselves into a world that is uncertain and complex, so that they can think about positive and sustainable solutions regarding the many environmental and socio-economic challenges.

From a methodological point of view, this is an exploratory research based on the content analysis of 70 SI projects that have been defended by students since the beginning of this course. The research aims to: 1/analyze to what extent students have assimilated the criteria of transformative SI from an environment protection perspective; 2/are able to propose such SI projects in different countries of the world. In addition, we plan to conduct semi-structured interviews with a dozen students to analyze students' critical reflexive posture in relation to the SI teachings.

Références bibliographiques

1. AVELINO, F., WITTMAYER, J. M., PEL, B., WEAVER, P., DUMITRU, A., HAXELTINE, A., KEMP, R., JØRGENSEN, M. S., BAULER, T., RUIJSINK, S. (2019), Transformative Social Innovation and (dis) Empowerment, *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 195-206.
2. BELANGER, P. (2007), Innovations sociales et rapports sociaux, in Klein, J-L., Harrisson, D. (eds) *L'innovation sociale : émergence et effets sur la transformation des sociétés*, Québec, CRISES, Presses de l'Université du Québec, 413-423.
3. BESANÇON, E. (2015), La diffusion de l'innovation sociale, un processus de changement multiforme. Une illustration à partir d'une recyclerie, *Sociologies pratiques*, 31, 31-40.
4. BONNET, E., LANDIVAR, D., & MONNIN, A. (2021). *Héritage et fermeture : Une écologie du démantèlement*. Editions Divergences.
5. BRULÉ, G., & MUNIER, F. (2021). *Happiness, technology and innovation*. Springer.
6. COAD, A., NIGHTINGALE, P., STILGOE, J., & VEZZANI, A. (2021). The dark side of innovation. *Industry and Innovation*, 28(1), 102-112.
7. COYLE, D. (2017). *Precarious and productive work in the digital economy* (National Institute Economic Review, Vol. 240). Cambridge University Press.
8. MOULAERT, F. (2016), Social Innovation: Institutionally Embedded, Territorially (re)produced, in MacCallum, D., Moulaert, F., Hillier, J., Vicari, S. (eds) *Social Innovation and Territorial Development*, Routledge, 27-40.
9. KORMELINK, J. G. (2019). *Responsible Innovation: Ethics, Safety and Technology*. TU Delft Open.
10. KUPPELWIESER, V. G., KLAUS, P., MANTHIOU, A., & BOUJENA, O. (2019). Consumer responses to planned obsolescence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 157-165.

11. RICHEZ-BATTESTI, N. (2011), L'innovation sociale comme levier du développement entrepreneurial local, Un incubateur dédié en Languedoc-Roussillon, *Relief*, 33, 97-109.
12. VAN DE VEN, A. H. (2007). Engaged scholarship: A guide for organizational and social research, Oxford University Press on Demand.
13. VAN DE VEN, A. H. (2020). Cours en ligne, "Problem Formulation, Theory Building, Research Design, and Problem Solving", printemps 2020, Université de Minnesota, <<https://sites.google.com/a/umn.edu/avandeven/course-websites/mgmt-8101-theory-building-and-research-design>>.
14. ZUBOFF, S. (2019), *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, London, Profile books.

Serhiienko S., Specialist of the educational and methodological department of distance learning technologies of the Center for Information Technologies in Education of the Institute of Postgraduate Education, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Safety innovative strategy for the development of agrarian enterprises: management aspect

An important role in increasing the innovative activity of agrarian enterprises is played by the selection and implementation of the appropriate strategy for the innovative development of the enterprise. To determine the future strategy of an agrarian enterprise, information is needed on the amount of innovation potential and the level of its use. The evaluation of the level of innovative potential is an urgent task, since its solution allows making strategic and tactical decisions regarding the innovative development of an agrarian enterprise and the development of its sustainable competitive advantages.

Strategic innovation management is a component of innovation management. It solves a wide range of issues of planning and implementation of innovative projects and programs, which are designed for qualitative changes in the organization's activities in the market, production or social sphere of an agrarian enterprise (organization).

It should be noted that any strategic steps of an agricultural enterprise are innovative in nature, as they are somehow based on innovations in the economic, production, sales or management spheres. For example, one of the strategies characteristic of market economy - the product strategy - is aimed at the development of new types of products and technologies, spheres and sales methods, that is, it is based exclusively on innovations. This applies to other types of strategies as well. Thus, the strategy of the development of an agrarian enterprise provides for the provision of stable rates of its growth and functioning in the future and is based on the use of scientific and technical achievements in the field of technology, organization, technology, management, that is, on a complex of innovations [1, 2].

However, for the purpose of planning innovation processes, it is advisable to consider innovation strategies separately. The strategy of innovations (innovation policy) involves combining the goals of technical policy and capital investment policy and is aimed at introducing new technologies and types of products and services. In this sense, strategic innovation management focuses on achieving future results directly through the innovation process.

According to its content, the innovation strategy takes into account the main basic processes in agricultural enterprises and in their external environment, the possibilities of growth of their innovative potential.

Innovative strategies are the basis of modern innovative management in the conditions of constant environmental changes.

Thus, the crisis situation in the innovative sphere of the Ukrainian economy is caused primarily by the lack of an innovative strategy in the management of innovative activities. According to the researchers, the main goal of the innovation strategy is to prevent the disintegration of the scientific and innovative sphere and create prerequisites for the rapid and effective introduction of technical and technological innovations in all spheres of economic activity, ensuring the structural and technological prerequisites both at the level of enterprises and the economy as a whole.

Список використаних джерел:

1. Зось-Кіор М., Кирилюк Є., Терентьєва О. Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки». 2021. Випуск 3. С. 65-72.

2. Шарий Г.І., Зось–Кіор М. В., Кирилюк І.М. Модель земельних відносин в Україні: інституціональний розвиток Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки». 2020. Випуск 2. С. 107-116.

**Shvedun V., Dr. of Sciences (Public Administration), Full Professor
National University of Civil Defence of Ukraine, Ukraine**

The global trends of systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems

The 90s were marked by the flourishing of ERP-systems as an interactive tool for systematizing knowledge on the development of innovation in socio-economic systems. Enterprise Resource Planning (ERP) systems are a new generation of information systems designed to solve current business problems, taking into account the multiple functional areas of large corporations. ERP systems for the organization of highly integrated solutions relied on the use of common databases, i.e. all the necessary information had to be stored in a single database. As a result, corporations have faced the need to use existing programs and data within a single ERP system. Attempts to solve this integration problem came from the software vendors themselves

(SAP, Oracle, PeopleSoft, BAAN, J.D. Edwards, etc.). Suppliers claimed that the use of their products automatically canceled the integration task. As a confirmation of their theory, they put forward the following arguments:

1) any ERP-system automates most processes (personnel management, payroll, order processing, procurement and supply management, etc.);

2) all these programs are already integrated, as they are supplied by one development company;

3) accordingly, the implementation of the ERP system eliminates the need to invest heavily in application integration [1; 3].

The statement that the ERP system is already integrated is quite conditional, because when installing a new version of one of the applications included in the ERP system, one needs to update other modules. Therefore, vendors must be able to implement different versions of their applications, which also requires integration. In addition, companies always have a few outdated applications. The fact is that the implementation of all modules of the ERP-system takes years, and while they are installed, existing programs are used, i.e. again the necessary integration. Mergers and acquisitions are a source of integration problems, because companies often use ERP systems from different suppliers.

Therefore, the development of additional modules that implement the required functionality requires further integration. This provides the necessary effectiveness of systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems.

Over the past five decades, all the opportunities that appear with the development of information technology (hereinafter - IT) systematization of knowledge on the development of innovation in socio-economic systems, have been actively used to automate data collection and processing. However, neither the methods of organization nor management of production activities during all this time have not changed significantly. Much of business activity tends to function, not process. The focus of IT applications on the systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems is the tasks of improving efficiency, rather than reorganizing processes by eliminating unnecessary activities [2; 3].

The most common modern approach to the systematization of knowledge on the development of innovation in socio-economic systems is Big Data. Initially, the term "Big Data" was used in academia to solve problems related to the problem of growth and diversity of data. The first solutions based on Big Data appeared in the second half of the zero years and were considered as an alternative to the classic relational database management systems (DBMS) in matters of business intelligence.

The direction of systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems based on the use of Big Data can be applied in cases where the data is too much to be processed by traditional means, including a server with a relational database. However, the exact quantitative values of the information at which the data become "large" are not defined. The scope of the technology depends on the computing hardware capacity and the number of records in the database, i.e. in some cases gigabytes of data can already be considered as Big Data, because the computer system cannot handle their timely processing, and in others - petabytes of information

are processed using classic methods and, therefore, are not "big". Big Data is often associated with the Hadoop framework, although this technology is also based on the concept of NoSQL data warehouses and the technique of parallel processing of distributed MapReduce data.

Currently, among the main principles of technology integration of information resources within the systematization of knowledge on the development of innovation of socio-economic systems are the following approaches: Enterprise Application Integration (EAI), and Business-to-Business Integration.

In particular, in the business process integration (BPI), the company must define, implement and manage the exchange of corporate information between business systems of different levels and purposes. As a result, the organization has the ability to simplify operations, reduce costs and improve the quality and speed of response to customer requests [1; 2].

References:

1. Buslov P.V., Analysis of the peculiarities of the application of communication models in social groups and virtual communities. "Ukrainian Scientific Journal of Information Security", 2017, vol. 23, issue 1, pp. 39-44.
2. Rob P., Coronel K., Database systems: design, implementation and management, St.-Peterburg, BXB-Peterburg, 2004.
3. VanVoorhis C.R.W., Morgan B.L., Understanding power and rules of thumb for determining sample sizes, "Tutorials in Quantitative Methods for Psychology", 2007, volume 3(2), pp. 43-50.

**Yessengaziyeva Saule K., Candidate of Economic Sciences, Professor
Kazakh National Agrarian Research University, Kazakhstan**

Development of Agri-Industrial Complex of the Republic of Kazakhstan

The agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan, being one of the leading branches of the economy is urged to provide the needs of the population for the food, to expand export potential and to be competitive in the conditions of market economy. Therefore, it has the necessary conditions and factors. The republic takes ninth place in the world by area of territory where half of the population lives in rural areas. The level of development of agro-industrial complex in the country is still low. Agriculture mainly develops an extensive method. Therefore, the use of innovative technologies in this area is very actual issue. For this, it is necessary to develop new quality measures for state support of the agro-industrial complex.

About 30% of production and economic activity in the country falls on the agro-industrial complex. Agricultural raw materials eventually produce about 70% of the entire set of consumer goods produced in the country.

The land area in Kazakhstan is 272 million hectares, of which 215 million hectares are agricultural land. This is more than 4% of global resources. Over the past 10 years, the volume of production in agriculture has increased almost 4 times.

The Republic is one of the ten largest grain exporters in the world. Every year up to 6 million tons are exported to Central Asian countries and up to 2 million tons of grain to the European Union. Generally, the geography of Kazakhstan's exports includes 70 countries, and by exporting flour takes one of the leading places in the world.

Gross grain harvest in 2020 amounted to more than 22,7 million tons.

It is necessary to solve the key problems of the agro-industrial complex:

- self-sufficiency in socially important food products;
- steady increase in the incomes of millions of rural residents;
- increasing labor productivity by 2.5 times;
- increasing exports of agro-industrial complex products by 2 times.

Key issues of the agro-industrial complex:

- Irrational use of resource potential, including land, water, and labor resources.

For example, over the past 20 years, as a result of erosion, the fertility of arable land has decreased by 20-30%;

- small-scale production. In the republic, 200 thousand agricultural formations and 1.6 million households are engaged in agricultural production. 94% of them peasant farms, which produce only 28% of gross output. The law "On Agricultural Cooperation" was adopted to create large scale farms;

- low level of technical equipment. The existing tractor fleet is 80% morally and physically obsolete (абсолейт), the rate of its renewal remains extremely low - 1 - 3% per year;

- low investment attractiveness. The total volume of investments in 2020 in the republic amounted to 29 billion US dollars, including in agriculture 1,3 billion US dollars. Thus, its share in the total volume of investments does not exceed 4.5%;

- Low level of state support, which is to the value of gross output in Belarus - 11%, in Kazakhstan - 4,4%. Although the threshold level of direct state support for Kazakhstan under WTO rules is set at 8.5%.

- Import dependence of the country in terms of providing the population with agricultural products. For some types of products Kazakhstan provides itself - by 60%. An especially high share of imports in the capacity of the market is observed for fruits, poultry, sausages, dairy products, canned fruits and vegetables, etc;

- the share of processed agricultural products remains low. For example, the processing of meat accounts for about 24% of the total production, milk - 30%, cereals - 27%, fruits and vegetables - 7%. For these reasons, as well as because of underdeveloped market infrastructure, intermediaries appropriated 70-75% of the retail price, while in developed countries intermediaries receive only 25-30% of the retail price.

- Since the beginning of independence, 10 program documents have been developed in Kazakhstan, on the basis of which the state policy in the field of agriculture is being implemented.

- The agro-industrial complex has the lowest labor productivity. On average, \$ 5,000 is produced per worker employed in agriculture.

- A similar indicator in Belarus is 33.5 thousand, in Russia - 18.4 thousand, and in developed countries - 90-100 thousand US dollars.

- Labor productivity can be increased by switching to highly profitable crops (lentils, flax, soybeans), which are in high demand in the world.

- It is necessary to develop the production of organic agricultural products, introduce modern agricultural technologies and innovations.

- It is necessary to create an appropriate material and technical base.

These are insufficient technical equipment, poor implementation, transfer of effective agricultural technologies and their inaccessibility to small and medium-sized farms. For example, by the number of agricultural tractors, Kazakhstan lags far behind other countries. There is less than 1 tractor per 1 hectare of agricultural land, while in the US there are 27, India - 16, Brazil - 11.

- 86% of the tractor fleet and 68% of the combine fleet is equipment with a service life of more than 10 years.

- The average wear of the entire fleet of agricultural machinery is 76%.

- At the same time, the average level of renewal of agricultural machinery is 3.5%, while the optimal level is 6%.

- In turn, the use of worn-out and outdated equipment increases the cost of repairs and fuel and lubricants by an average of 20%, which ultimately leads to lower yields.

- Investment subsidies have been introduced for the purchase of agricultural machinery and equipment, which provides for reimbursement of 20 to 80% of the costs of rural entrepreneurs.

- There is irrational use of resource potential, including land, water, labor resources. For example, over the past 20 years, as a result of erosion, the fertility of arable land has decreased by 20-30%. To solve this issue, it is necessary to increase soil fertility on the basis of mineralization, build ready licensed plants for the production of fertilizers and pesticides with the involvement of foreign investors.

- It is necessary to improve the legal and methodological basis of land inventory, to accelerate the process of digitalization of land cadastre and transition to space monitoring of land use.

- The area of used irrigated land decreased from 2.5 million hectares to 1.1 million hectares.

- According to the Ministry of Ecology, Geology and Natural Resources of the RK, in recent years the area of irrigated land increased to 1.5 million hectares.

- Today, they provide 42% of gross crop production.

- It is well known that a significant amount of agricultural production is produced in households that do not have the opportunity to implement innovative technologies in production. Households account for 66% of gross livestock production. These households, due to the lack of proper infrastructure, are forced to sell their products to intermediaries (at low prices).

To improve the efficiency of households, experts believe, it is necessary to take government support measures, such as:

- stimulating the creation of service and sales cooperatives;

- subsidizing and lending to cooperatives;

- microcrediting;

- training of employees of private household plots in farming skills - this is the use of new technologies, the introduction of high-yielding varieties of agricultural crops, animal breeds, etc

Recently, the Asian Development Bank decided to create 15 agro-logistic and 5 wholesale and distribution centers in the republic. The preliminary cost of the project is \$160 million. US dollars.

The implementation of this project will reduce the number of intermediaries.

It is estimated that sales of products without intermediaries will increase the load of processing enterprises by 1.3 times. And the trade margin due to the reduction of intermediary links will decrease by 15-20%.

Weak provision of agriculture with modern innovative technologies, where the main role is given to science. Volume of financing for scientific researches as a whole on republic is about 200 million US Dollars, and half of them directed on applied researches. For agricultural science about 40 million USD is allocated, which makes up 20% of the total amount.

In Kazakhstan the majority of scientific projects and programs financed from the budget remain unclaimed or hardly demanded by domestic economy. According to the Ministry of Agriculture of the RK, only 8% of the results of scientific and technical activities are implemented in production.

The solution to this issue is the proper distribution of financial resources for science, since there are serious disproportions in its financing. More than 90% of all funds are allocated for scientific research, on experimental works - less than 10%, and on transfer and commercialization - 0%. In the world practice these three blocks account for approximately equal volumes of financing - 30-35% each.

Scientific research annually covers more than 6000 farms, which is only 3% of the registered AIC subjects. At the same time domestic agrarians badly need the implementation of effective technologies. Therefore, to resolve this situation it is necessary to choose the optimal format of interaction between two parties - the scientific community and business, including small ones.

By 2025 it is planned to increase financing of science to 1% of GDP, it will be a great impetus for the development of domestic science.

Zaika S.O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kharchevnikova L. S., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
State Biotechnological University, Ukraine

The role of innovations in the development of tourism

Tourism activity is a strategically important and priority branch of the national economy, which gives it huge opportunities for the development of innovations.

Innovations are innovations in various spheres of human activity, including in the social sphere, that is, in enterprises that provide services to the population [2].

On the one hand, innovative processes have their own, specific features, on the other hand, they are subject to the general patterns of economic development. This also applies to tourism.

Tourism business is related to various forms and methods of organizing recreation, travel, and cultural leisure. Its development is possible only taking into account the introduction of new ideas, improvement of the production processes of goods and services, expansion of their assortment.

Since various innovations are introduced in tourism every day, the study of innovation processes and the reasons for the emergence of innovations has a practical scientific interest.

Tourism business is an activity, the result of which is a set of various goods and services (transportation, accommodation, food, entertainment, etc.) that are provided to temporary visitors.

Tourism develops dynamically and is the initiator of the introduction of various innovations, it constantly changes the forms and methods of offering and providing services, and develops new opportunities.

In the tourism business, the beginning of the innovation cycle occurs from the moment of the formation of the idea of opening a new direction of travel, the formation of a new tourist product or making changes to the existing one, the introduction of new technologies or communications. The target direction of the product is formed, analyzed, determined with an orientation to a specific consumer, its approximate content.

After creating and developing the idea of the future product, the possibilities of implementing it in practice are analyzed, there is a search and selection of suppliers and partners, planning of basic and additional services, transportation, medical insurance, etc.

Next, an experiment is carried out, product testing: presentation, trial sales, demand and competitiveness assessment. All this is a period of creating innovation.

The next stage of the innovation cycle in tourism is a set of activities aimed at promoting the tourist product and introducing it to the market, implementation and commercialization (advertisements, direct marketing, sales promotion, etc.). At this stage, a sales management system is created, which includes employee incentives.

The innovation cycle in tourism ends when other subjects of this market begin to actively use this innovation in their activities.

In innovative activity, this business is based on the foundation of accumulated knowledge. The economic situation in the state, the social condition of the population, national legislation, intergovernmental and international agreements significantly influence the implementation of innovations here.

The motives and reasons for the emergence of innovations in tourism in each state are different. However, several characteristic features can be distinguished: growing needs of the population in tourist services; saturation of many basic travel directions; danger of losing the market quota in inbound tourism; increased competition, increased supply of standardized global products; the need to restrain the departure of the population to areas that are similar in terms of conditions to the regions of one's own country (nature, culture, climate), etc. [3-5].

One of the main methods of attracting consumers and increasing tourism income is to offer the consumer a new product. In the tourism industry, this product can be a new route or a place of rest. At the same time, almost every agency has a fear of being the first to use innovations, to improve the mechanism of working with the client.

Because innovation carries a certain level of risk. Consider, for example, such an effective and profitable innovation as booking tours through an online service, it saves time, and also speeds up the processing of the application and confirmation of the selected tour.

Not all customers like this service, not everyone uses it, but nevertheless the industry is being automated. Periodically, the tour operator introduces new innovations, because in order to interest the consumer, it is necessary to attract his attention. Innovation plays an important role in attracting tourists.

Various factors influence the development of innovative activities of tourist enterprises: economic and technological - insufficient funds for financing, weak material and technical base, outdated technology, etc.; political and legal - instability in politics, restrictions in legislation, etc.; organizational and managerial - focus on short-term payback, dominance of vertical information flows, etc.; socio-psychological and cultural - resistance to the new, fear of uncertainty [1].

These factors are influenced by the state of the external and internal environment, so their analysis during the organization of innovative activities at the tourist enterprise should be carried out constantly. The development of innovative activities, both in the tourism business and in other spheres and branches of business, contributes to the growth of economic efficiency.

Therefore, innovations in tourism activities are systemic measures that have a qualitative novelty that lead to positive changes in this field. The innovation process receives its recognition, on the one hand, through the tourist market and the degree of consumer satisfaction, and on the other hand, through the adoption of joint decisions by tourism enterprises and management bodies of different levels.

The development of society is possible only under the condition of constant renewal in various spheres of life. The main tool of this renewal is innovation.

An innovative project in the field of tourism, which is actively implemented, can be called agrarian tourism, which involves the use of agricultural, natural, cultural-historical and other resources of the countryside for the formation of a tourist product that is relevant for the consumer.

Another one of the current areas of innovative tourist activity is event tourism. It involves visiting the area at a specific time when a significant, extraordinary, bright event is taking place (Eurovision, festivals, fairs, etc.).

So, innovations in tourism make it possible to solve a number of tasks today. They are connected both with the growth of the level of satisfaction of the cultural needs of the population of our country, and with the formation of conditions for the development of innovative forms of small business, with the involvement of young people in innovative activities, etc.

Literature:

1. Bilgihan A., Nejad M. (2015), "Innovation in hospitality and tourism industries", Journal of Innovation, vol. 6 (3), available at: <https://doi.org/10.1108/JHTT0820150033>; 2. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. (2016), "Global innovations in tourism", Innovative Marketing, 12(3). doi:10.21511/im.12(3).2016.04; 3. Skudlarski J., Zaika S. O., Gridin O. V. (2017) Innovations features in tourism, Visnyk KhNTUSH: ekonomichni nauky, vol. 182, pp. 13-23; 4. Zaika S. (2018) Features of the tourist market as a market of services // II International Scientific Conference Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, Part II, Kielce, Poland, January 26, pp. 12-14; 5. Zaika S. O., Shabinsky O. V. (2017) Analysis peculiarities of travel agencies activities. Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky, vol. 3, pp. 5-15.

**Баєва Д.В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Роль ефективності молочного скотарства в продовольчому забезпеченні країни

Молочне скотарство у складі сільського господарства посідає особливе місце та значною мірою визначає економічну ефективність сільськогосподарського виробництва та продовольче забезпечення національного господарства. Тривалий диспаритет цін на промислові та сільськогосподарські товари, зниження рівня забезпеченості кормами та неповне дотримання технологічних процесів у молочному скотарстві, а також монополізм переробної промисловості та інші фактори зумовили кризові явища в галузі.

Стан та динаміка розвитку молочного скотарства веде до деградації галузі, робить нашу країну залежною від імпорту продукції тваринництва та формує продовольчу небезпеку. Тому варто розробити програму стабілізації та відновлення економічного зростання молочного скотарства, створити необхідні організаційні, економічні та технологічні передумови для відродження та подальшого розвитку галузі та впровадження інтенсивних

* Науковий керівник: Антощенкова В.В., д.е.н., доц.

форм її ведення. Від інтенсифікації розвитку молочного скотарства значною мірою залежить ефективність функціонування агропромислового комплексу загалом і забезпеченість населення необхідними молочними продуктами.

Молочне скотарство – одна з найважливіших продовольчо-безпекових галузей України, призначення якої полягає в забезпеченні виробництва молока в обсягах, які достатні для завантаження виробничих потужностей молокопереробних підприємств з подальшим виробництвом молочної продукції. Стан розвитку агропромислового комплексу, в тому числі і її важливої складової – галузі молочного скотарства, впливає на соціальну та економічну стабільність економічної системи [1, с.25].

Молочне скотарство завжди займало вагому частку в обсягах та структурі валової продукції сільського господарства. 2021 рік був найгіршим для молочного скотарства за останні 6 років та одним з найневдаліших з точки зору прибутків. За роки незалежності України поголів'я корів скоротилося більш ніж в 5 разів (в тому числі в сільськогосподарських підприємствах поголів'я корів становить всього 6,9 % показника 1990 року), обсяги виробництва молока скоротились в три рази (в тому числі в с.г. підприємствах обсяг виробництва молока становить 14,9 % показника 1990 року). Лише завдяки зростанню продуктивності корів в два рази (в тому числі більш ніж в 2,5 рази в с.г. підприємствах) вдалося стримати повний занепад молочного скотарства. В табл. проаналізовано стан та динаміку розвитку молочного скотарства України за 1990-2021 роки.

Таблиця

Стан молочного скотарства в Україні в 1990-2021 роках

Показники	1990	2000	2010	2019	2020	2021	2021 до 2010 в %
Чисельність поголів'я корів станом на кінець року, тис гол	8378,2	4958,3	2642,8	1788,5	1673,0	1544,0	18,43
<i>в тому числі на с.г. підприємствах</i>	6191,6	1851	589,1	438,6	423,9	424,6	6,86
Виробництво молока, тис тонн	24508,3	12657,9	11531,0	9663,2	9263,6	8713,9	35,55
<i>в тому числі на с.г. підприємствах</i>	18634,1	3668,7	3047,9	2728,6	2761,2	2767,7	14,85
Середній річний удій молока,	2675	2177	4082	4976	5129	5155	192,71
<i>в тому числі на с.г. підприємствах</i>	2676	1469	3975	6101	6634	6863	256,46
Рівень рентабельності, %	32,2	-6,0	17,9	20,6	20,4**

*Примітки.....відсутня інформація

Джерело: складено автором за даними [2;3].

Ефективність сільськогосподарського виробництва – економічна категорія, заснована на дії системи економічних законів та відображає одну з головних сторін виробництва – результативність. Важливо, щоб виробництво сільськогосподарської продукції не було матеріаломістким, щоб отримані

результати супроводжувалися скороченням витрат у розрахунку на одиницю та було вищим їх відшкодування під час реалізації продукції. Тому сутність ефективності полягає не так в ефекті як результаті будь-яких дій або виробництва, але й у тому, наскільки цей ефект виправданий [4, с.40].

Слід розрізнити поняття ефект та економічна ефективність. Ефект – це наслідок, результат тих чи інших дій, заходів. Наприклад, у молочному скотарстві ефект від порід тварин, кормових раціонів, нових технологій переробки продукції та підготовки її до реалізації, вибору ринку збуту, термінів продажу та ін. Ефект може бути отриманий у натуральній чи грошовій формі, у вигляді економії ресурсів. Категорія ефективності суспільного виробництва, сформульована економічною наукою як виробництво продукції з найменшими витратами праці та коштів. У теоретичному аспекті поняття ефективності виробництва обумовлено законом економії робочого часу, відбиває основу розвитку науково-технічного прогресу. Категорія ефективності включає економію робочого дня, затрачуваного у процесі праці та втіленого у споживаних засобах виробництва.

У цілому нині сутність ефективності сільськогосподарського виробництва характерна для розвитку різних галузей, проте є певні особливості, зокрема, для молочного скотарства. За визначенням сутності економічної ефективності молочного скотарства є різні погляди. Виходячи з класичної методології, принципів і методичних положень вчених-економістів слід розуміти сутність ефективності молочного скотарства в отриманні максимального обсягу продукції з урахуванням її якості за оптимальних витратах на її виробництво та отримання прибутку.

При вивченні економічної ефективності молочного скотарства необхідно враховувати низку специфічних особливостей галузі, які впливають на її рівень. По-перше, продукція виробляється та реалізується протягом року, що особливо важливо за високої інфляції. По-друге, молоко відноситься до продуктів першої необхідності та незалежно від економічної та політичної ситуації попит на нього не зникне. По-третє, продукція йде на переробку та безпосередньо на продаж та є ринком прямого попиту. По-четверте, молочне скотарство пов'язано з породним складом тварин та їх селекційно-племінними якостями. По-п'яте, є велика залежність виробництва продукції від кормової бази (обсяги виробництва кормів та їх якість). Отже, щоб ефективно керувати виробничими процесами у молочному скотарстві, об'єктивно оцінити його рівень, темпи та результативність, потрібна об'єктивна система економічних показників.

Для визначення економічної ефективності молочного скотарства застосовуються вартісні та натуральні показники. До числа найважливіших відносяться: обсяг прибутку; собівартість продукції; рівень рентабельності виробництва; продуктивність праці; фондвіддача; термін окупності капітальних вкладень; молочна продуктивність тварин; витрати кормів та праці на виробництво одиниці продукції; якість молока; кількість валової та товарної продукції в натуральному та грошах [5, с. 295]. У ринкових умовах серед вартісних показників основне місце посідає показник прибутку. Саме прибуток виступає як узагальнюючий критерій ефективності молочного скотарства, що

характеризує кількісну та якісну сторони господарської діяльності сільгосп підприємства.

Отже, аналіз сучасного стану молочного скотарства свідчить про те, що ця найважливіша галузь сільського господарства виявилася непідготовленою в системі ринкової економіки, оскільки через її специфічні особливості вона надмірно залежить від багатьох зовнішніх факторів та інших галузей агропромислового комплексу, та потребує державної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Антощенкова В.В. Сучасний стан молочного скотарства в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. №2. С. 25–32. ISSN 2415-8453;
2. Антощенкова В.В., Кравченко Ю.М. Сучасні тенденції виробництва та споживання молока в світі в умовах глобалізації. Економічний аналіз. №4. 2022. С.7-14. DOI: <http://dx.doi.org/10.35774/econp2022.02.007>;
3. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>;
4. Антощенкова В.В., Кравченко О.М. Економічна ефективність виробництва та реалізації молока в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. Харків: ХНТУСГ №3 2016. С. 39-44;
5. Антощенкова В.В. Основні елементи ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства як основа економічної та продовольчої безпеки. Економічний аналіз. 2020. Том 30. № 3. С. 291-298.

Батюк Л.А., канд. екон. наук, доцент
Тоберт М.Ю., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Деякі аспекти міжнародного досвіду державної підтримки впровадження цифрових технологій в аграрний сектор

Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору на сучасному етапі неможливе без інновацій, що ґрунтуються на цифрових рішеннях. Цифрові технології сприяють підвищенню продуктивності, оптимізації витрат, забезпечуючи сталий розвиток сільського господарства.

Важливо передбачити державну підтримку впровадження цифрових технологій у сільське господарство поряд із відповідною системою державного регулювання, у тому числі, стимулюючою забезпечення у сільській місцевості доступу до Інтернету [2].

З метою підвищення продуктивності сільське господарство пройшло шлях від збирання до обробітку полів та культивуванні рослин, до використання добрив та засобів механізації, до автоматизації виробництва. Настав новий технологічний етап – впровадження цифрових технологій. За традиційним підвищенням продуктивності, якості продукції, скороченням виробничих витрат та енергоємності відкриваються нові перспективи: цифровий збір даних про стан посівних площ та тваринництва з можливістю їх деталізації до конкретної ділянки поля та тварини в режимі реального часу, впровадження технологій

штучного інтелекту тощо. Цифровізація допоможе аграріям дати відповідь на головні питання: як отримати з одного гектара більше врожаю та високу продуктивність худоби, витрачаючи при цьому менше ресурсів як людських, так і матеріальних. Стримуючими чинниками у цьому питанні є, зокрема, неготовність інфраструктури, відставання освітніх програм агрономів, проблеми фінансування. Однак, якщо залишатися осторонь цифрової трансформації, то це буде загрожувати втратою конкурентоспроможності.

І у зв'язку з цим величезного значення набуває реалізація державою комплексу заходів стимулюючого та регуляторного характеру, взаємопов'язаність яких і зумовлюватиме впровадження цифрових технологій в аграрну сферу. До таких заходів можна віднести: розвиток цифрової інфраструктури (наприклад, доступ до Інтернету); модернізацію освітньої системи та розробку нових програм підвищення кваліфікації; спрощену систему фінансування інновацій; державне регулювання; цифровізацію процесів надання державної підтримки сільського господарства.

Розглянемо заходи державної підтримки щодо розвитку цифровізації в аграрному секторі економіки, що здійснюються в деяких країнах.

У США державна політика зосереджена на різних напрямках цифровізації сільського господарства: точне землеробство, цифрові фінансові послуги, розвиток системи обліку та управління даних, розширення підтримки інформаційних технологій та ін. США властива централізована система сільськогосподарських досліджень, що регулюється Національним інститутом продовольства та сільського господарства, підвідомчим Департаменту сільського господарства США. Інститутом регулярно проводяться дослідження в галузі цифровізації через надання грантів. Країна стабільно займає лідируючі позиції у міжнародних рейтингах цифровізації за різними напрямками, наприклад, у глобальному інноваційному індексі США посідають 3 місце. [6, 7].

У Нідерландах оптимізація виробничих процесів за допомогою цифрових технологій, ефективна логістика та висока продуктивність праці вивели цю країну на провідні позиції у світі. Створена «харчова долина», ідейним центром якої є Вагенінгенський університет, підняла країну до рівня світових лідерів з експорту продовольчої продукції та показниками у цифрових рейтингах. Протягом останніх років експорт голландської продукції перевищує 100 млрд. дол., а в індексі мережевої готовності держава посідає 1 місце за підсумками 2020 року [6, 7].

У Німеччині реалізуються різні досвідчені рішення, наприклад створення «цифрових полів» та експертних груп при Федеральному міністерстві продовольства та сільського господарства, що складаються з представників науки та бізнесу. Особлива увага приділяється питанню розвитку цифрової інфраструктури та покриттю доступним широкосмуговим інтернетом сільської місцевості. В Індексі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій Німеччина посідає 12 із 176 місце [6, 7].

В Ізраїлі головною рисою розвитку цифрових технологій є міждисциплінарний підхід у вирішенні проблем конкурентоспроможності. На чолі інноваційних досліджень стоїть Дослідницький центр Вулкані. У

міжнародних рейтингах цифровізації Ізраїль стабільно посідає високі позиції, наприклад, у Глобальному інноваційному індексі країна знаходиться на 15 місці із 132 країн [6, 7].

Відмінною особливістю державної політики у сфері цифровізації АПК у Польщі є спрощення бюрократичних процедур та підвищення ефективності адміністрування державних послуг за допомогою застосування цифрових технологій. У країні функціонує єдине вікно для фермерів, а також здійснюються заходи державної підтримки сільського господарства, що побічно впливають на підвищення рівня цифрової грамотності країни. В Індексі розвитку електронного уряду країна посідає 24 місце зі 193 країн [3].

Чилі досягла великого прогресу в цифровізації і займає лідируючі позиції в латиноамериканському регіоні. Успішним прикладом у сфері державної підтримки сільського господарства є інформаційна доступність субсидій. Візуалізація та допомога у підборі субсидії, залежно від організаційної форми ведення ферми та багатьох інших аспектів, допомагають чилійським виробникам правильно підібрати необхідний захід державної підтримки. Незважаючи на те, що країна не займає вражаючих позицій у світових рейтингах, наприклад, в Індексі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій 56 місце зі 176 країн, показники країни є найвищими у регіоні [7].

Розвиток технологій в агропромисловому комплексі має великий потенціал в Україні, але вони потребують державної підтримки та галузевої взаємодії бізнесу та держави. Цифрові технології, з одного боку, сприятимуть поліпшенню якості управлінських рішень, забезпечать цільові інструменти заходів державної підтримки, автоматизують збір статистичної інформації, покращать механізми страхування аграріїв, забезпечать доступність виробників до цих технологій. З іншого боку, застосування сільськогосподарськими товаровиробниками цифрових технологій стає важливим інструментом для підвищення економічної ефективності виробництва сільськогосподарських товарів та конкурентоспроможності підприємств. При цьому слід зазначити, що для переходу до цифрових технологій важливо забезпечити належний рівень розвитку традиційного сільського господарства [1].

У рамках міжнародного досвіду підтримки розвитку цифрових технологій у агропромисловому комплексі спостерігається тенденція адресної підтримки підприємств у вигляді надання грантів. Як свідчить досвід передових країн, фундаментально важливим вважається підтримка інформаційно-комунікаційної інфраструктури. Без сучасної доступної телекомунікаційної інфраструктури неможливий концептуальний розвиток цифрової галузі в АПК. Отже, доступність інформаційних комп'ютерних технологій є фундаментом для побудови цифрової економіки.

При цьому основною складовою розвиненої інфраструктури є ширококутний доступ до Інтернету, який має задовольняти потреби сільськогосподарських товаровиробників за доступними тарифами. Уряди багатьох країн світу розглядають ширококутний доступ до Інтернету як фундаментальну основу своїх програм розвитку. Наприклад, Сполучені Штати

Америку фінансують із федерального бюджету проекти щодо розширення доступу сільського населення до інтернету.

Слід зазначити, що застосування цифрових технологій у сільському господарстві сприяє підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва через прийняття раціональних рішень на основі аналізу великих даних, а також підвищенню результативності державного регулювання підтримки сільського господарства, у тому числі для забезпечення прозорості ринків та виробничо-збутових ланцюжків.

Ці технології також породжують колосальні обсяги даних, які можна поєднувати з іншою інформацією, зберігати, аналізувати та використовувати для підтримки процесів прийняття рішень. Такі «великі дані» можуть містити низку інформаційних активів, які можна обробляти за допомогою нових методів аналізу, таких як машинне навчання, та оцінювати можливі наслідки з урахуванням низки дій та умов. Усе це може стати підмогою планування подальших заходів.

Список використаних джерел:

1. Цифрові трансформації в Україні: чи відповідають вітчизняні інституційні умови зовнішнім викликам та європейському порядку денному? URL: http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/Research_DT_PF_WG2_ua-1.pdf;
2. Наявність ВОЛЗ у населених пунктах. URL: <https://thedigital.gov.ua/fiber>.
3. EU4Digital. В рамках Програми EU4Digital розпочалося техніко-економічне обґрунтування зони міжнародного роумінгу між Східними країнами-партнерами і ЄС URL: <https://eufordigital.eu/uk/eu4digital-launches-feasibility-study-on-international-roamingarea-between-eastern-partner-countries-and-the-eu/>.
4. EU4Digital. Другий мережевий захід в галузі ІКТ-інновацій: нові перспективи співпраці між альтернативними суб'єктами фінансування у Східних країнах-партнерах та мережами ЄС. URL: <https://eufordigital.eu/uk/ict-innovation-secondnetworking-event-new-prospects-for-cooperation-between-alternative-finance-actors-in-easternpartner-countries-and-eu-networks/>.
5. Global Innovation Index 2022. Report / Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO). URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section1-en-gii-2022-at-a-glance-global-innovation-index-2022-15th-dition.pdf>.
6. Global Launch of the UN E-Government Survey 2022. URL: <https://publicadministration.un.org/en/Research/UN-e-Government-Surveys>.
7. Networked Readiness Index: URL: <https://networkreadinessindex.org/2021/>.
8. ICT Development Index. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017.aspx>.

**Бережний Є.В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Інноваційні технології у логістиці як фактор підвищення ефективності

Великий вплив на сучасну діяльність аграрного сектора економіки мають глобалізаційні процеси. Управління матеріальними потоками в аграрній галузі є найважливішим питанням для багатьох країн світу. Якщо розглядати сільськогосподарське виробництво з позицій логістичної діяльності, то воно є первинним джерелом сировини, де бере початок матеріальний потік, який, проходячи через функціональні сфери логістичної системи відповідними ланцюгами, перетворюється і доводиться до кінцевого споживача у вигляді готової продукції. Саме ефективне управління матеріальними потоками є потужним інструментом підвищення ефективності діяльності аграрного сектора і дозволяє збільшити прибутковість за рахунок зниження загальновиробничих витрат, скорочення часу обігу товарів і створення безперервного ланцюга управління матеріальними потоками [1, с.62].

Логістика, як наука та практика управління матеріальними та пов'язаними з ними потоками фінансових ресурсів та інформації стає все більш затребуваною в галузях АПК [2, с.50]. Вочевидь, особливо актуалізується необхідність використання інструментарію логістики у процесі матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва та збуту сільськогосподарської продукції, тобто у сфері обігу АПК. Організація ресурсного забезпечення сільгоспвиробників та просування їх продукції на ринок на інноваційних засадах логістики дає значний економічний, соціальний та екологічний ефект.

Технологічні інновації відіграють все більшу роль в агропромисловому виробництві і логістика та управління ланцюжком поставок також не може залишатися осторонь цього процесу [3, с.79]. Оскільки в логістичній галузі активно використовуються великі обсяги даних, які зберігаються розрізнено і в різних програмах, і дуже часто вводяться вручну, то, можливо, саме логістика більше виграє від впровадження нових способів роботи. Інновації в логістичній сфері пов'язані не тільки із прагненням логістичних компаній впроваджувати нові технології для того, щоб не відстати від розвитку галузі – значною мірою цього вимагають клієнти логістів – представники різних сфер бізнесу, які вимагають, щоб їх товари або послуги приходили до замовника швидше та з меншими витратами. Виділимо найбільш важливі інноваційні логістичні тренди. 1. Управління ланцюжком поставок у режимі реального часу: ланцюжок поставок у режимі реального часу (SCV) перестав бути «технологічною родзинкою» в логістиці. У 2019 році його почали впроваджувати багато компаній. Дані в реальному часі зараз більш затребувані все більшою кількістю клієнтів, і це означає, що підприємствам логістики та управління ланцюжками постачання повинні зосередитися на них. В даний час з'явилася велика кількість стартапів,

* Науковий керівник - Антощенко В.В., д-р. екон. наук, доцент

рішення яких забезпечують прозорість ланцюжка поставок, надають технологію, яка сприяє швидкому реагуванню на зміни, дозволяючи компаніям використовувати дані в реальному часі. Такі дані включають схеми переміщення транспорту, погодні умови в певній місцевості до стану доріг або під'їзних шляхів до портів, що дозволяє оптимізувати маршрути доставки. У 2019 році проводилися дослідження, які показали, що логістичні компанії, які використовують повністю інтегровані ланцюжки поставок, на 20% ефективніші в порівнянні зі своїми конкурентами.

2. Зростаюча важливість нових моделей та нових гравців на ринку: майбутнє логістики формують не лише нові технології, не менш важливою є роль нових бізнес-моделей та нових гравців у галузі. Нові системи, що часто приводяться в дію стартапами, включають елементи економіки спільного використання, швидко завойовують популярність. Не маючи великого досвіду роботи з логістичними активами, стартапи прагнуть зосередитися на «легких» частинах ланцюжка поставок, перетворюючись, наприклад, на цифрових експедиторів.

3. Роботизація складських операцій: підвищити ефективність і швидкість складських процесів можуть як технології, так і транспортні засоби без водія або багатофункціональні роботи. Завдяки технологіям машинного навчання та датчикам, що забезпечують граничну точність та простоту відстеження, на сучасних складах з'явиться велика кількість автономних роботів. Роботів для використання у сільському господарстві зазвичай відносять до категорії «польових роботів», ця категорія у свою чергу входить до категорії сервісних роботів. Можна виділити такі підкатегорії, як безпілотники, роботи для використання в точному землеробстві, наприклад агроботи, роботи для використання в тваринництві, наприклад, доїльні роботи і т.п. Іноді роботів для доїння виділяють окрему підкатегорію, що входить у категорію польові роботи, поруч із сільськогосподарськими роботами. Інші категорії роботів для сільського господарства: роботи роздавачі корму, роботи для збирання гною, роботи-роздавачі кормів, роботизовані трактори, роботизовані комбайни, роботизовані автомобілі. Як окремі класи об'єктів можна виділити роботизовані теплиці, роботизовані вертикальні ферми, роботизовані ферми з розведення харчових комах (наприклад, цвіркунів). Можна виділити такі завдання роботизації у сільському господарстві: моніторинг та прогнозування; зниження собівартості сільгоспвиробництва; поліпшення якісних показників; зниження екологічного навантаження сільгоспвиробництва; підвищення конкурентоспроможності середніх та дрібних сільськогосподарських виробників; підвищення безпеки с-г виробництва; вирішення проблем з кадрами; зниження витрат, пов'язаних з несумлінністю співробітників; розширення можливостей використання сільськогосподарської техніки – роботи можуть працювати у будь-який час доби та за будь-якої погоди.

4. Штучний та доповнений інтелект: за останні кілька років галузь логістики почала інтегрувати у свою діяльність рішення щодо штучного інтелекту (ШІ), включаючи інтелектуальні перевезення, планування маршрутів та планування попиту, і це лише початок. Одним із технологічних трендів, що

змінюють логістику досить швидко, стає штучний інтелект. Допоміжні, доповнені та автономні системи ШІ вирішують та допомагають вирішувати наступні завдання: аналіз колосальної кількості онлайн-замовлень з миттєвим отриманням результатів про напрямки транспортування та прогнозування часу доставки на основі даних про погоду, ситуацію на дорогах тощо; застосування комплексних систем керування (ERP); автоматизація систем управління складами з адресним зберіганням (WMS); алгоритми розрахунку раціональних маршрутів вантажоперевезень та аналізу ефективності логістичних схем; автоматизація систем керування парком транспорту (TMS); управління складськими роботами та іншими засобами автоматизації складу. Особливу роль відіграє такий тип ШІ, як розширений інтелект, який поєднує в одну екосистему досвід живого фахівця з можливостями автоматичних розрахунків та аналізу.

5. Цифрові двійники: (цифрові копії фізичного об'єкта або процесу), можливо, є однією з найбільш захоплюючих тенденцій у галузі логістичних технологій. Багато логістів знають, що продукти ніколи не будуть такими ж, як їх комп'ютерні моделі. Моделювання в його поточному стані не враховує, як деталі зношуються та замінюються, як накопичується знос в конструкціях або як власники вносять зміни відповідно до їх змінних потреб. Однак технологія цифрових двійників змінює це раз і назавжди: тепер фізичний та цифровий світи можуть бути об'єднані в один, що дозволяє нам вперше взаємодіяти з цифровою моделлю фізичного об'єкта або частини так само, як і з їхніми фізичними аналогами.

Отже, у вирішенні проблем виходу сільського господарства України з кризи, досягнення стійких показників розвитку аграрного сектору економіки, важлива роль належить інноваційній логістичній діяльності, освоєнню інновацій, здатних забезпечити безперервне оновлення технічної, технологічної, організаційної бази сільськогосподарського виробництва та отримання нової конкурентоспроможної продукції, ефективне проникнення її на світові агропродовольчі ринки.

Список використаних джерел:

1. Антощенко В.В. Характеристика матеріальних потоків в логістичній системі агропромислового виробництва. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 2. Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus. 2019. С.62-71.

2. Антощенко В.В., Кравченко Ю.М. Управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 206. С. 45-55.

3. Батюк Л.А., Антощенко В.В. Інноваційно-технологічні чинники глобального економічного розвитку. Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ», №1, Національний університет харчових технологій, ГО «Інститут проблем конкуренції», Видавничий дім «Гельветика», Київ, 2019. С.76-80.

**Божко І.О. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Формування інноваційної стратегії енергорозподільчого підприємства

В умовах сучасних геополітичних та глобальних економічних викликів найважливішим завданням України є вибір ефективної моделі розвитку, розробка стратегії та системи національної безпеки, важливим аспектом якої стає забезпечення стійкого функціонування енергетичної галузі.

Електроенергетика є базовою складовою енергетичної галузі, що має значний вплив як на виробничу, так і на невиробничу сферу економіки. Згідно з Енергетичною стратегією на період до 2030 р. споживання електроенергії збільшиться у 2,2 рази і за прогнозними даними досягне 400 млрд. Квт.год. Отже, на найближчі 20 років електроенергетична галузь збереже свої позиції, значення електроенергії як важливого ресурсу виробництва не зменшиться, а навпаки зросте.

У світі відбуваються зміни у підходах до формування енергетичної політики держав: здійснюється перехід від застарілої моделі функціонування енергетичного сектору, в якому домінували великі виробники, викопне паливо, неефективні мережі, недосконала конкуренція на ринках природного газу, електроенергії, вугілля – до нової моделі, в якій створюється більш конкурентне середовище, вирівнюються можливості для розвитку й мінімізується домінування одного з видів виробництва енергії або джерел та/або шляхів постачання палива. Разом з цим віддається перевага підвищенню енергоефективності й використанню енергії із відновлюваних та альтернативних джерел. Впровадження заходів із запобігання та адаптації до зміни клімату також є одним із пріоритетів глобального розвитку енергетики.

Україна використовує для власних потреб різноманітні джерела енергії, такі як нафта, природний газ, вугілля, атомна і гідроенергія, енергія вітру і сонця тощо. Традиційно найбільш затребуваними в Україні наразі є викопні ресурси: природний газ і вугілля, які сумарно становлять понад 60% вітчизняного енергетичного балансу. Водночас в останні роки внаслідок змін цінової кон'юнктури, технологій та світових трендів, частка інших видів енергії у споживанні поступово зростає. До того ж сьогодні є підстави очікувати їх подальшого зростання з відповідним зменшенням частки викопного палива в енергетичному балансі країни [1, с.120].

Наявність в Україні усіх зазначених ресурсів, створення конкурентного ринкового середовища та умов до системного розвитку ресурсної бази для атомної енергетики, модернізації генеруючих потужностей та заміщення сировинної бази альтернативними видами палива, подальша розвідка та видобуток вуглеводнів, у тому числі й нетрадиційних, а також більш ефективне використання потенціалу в галузі відновлюваної енергії сприятимуть поступовому посиленню позиції України у раціональному виробництві енергії та

* Науковий керівник - Антощенко В.В., д-р. екон. наук, доцент

ощадливому її споживанні [2, с.79].

Стратегічною метою АТ «Харківобленерго» є розвиток електричних мереж із забезпеченням енергетичної та економічної ефективності, екологічної прийнятності, зовнішньої конкурентоспроможності та ринкових умов функціонування, що забезпечить надійне, безпечне, якісне розподілення електричної енергії галузям економіки і соціальної сфери міста Харкова та Харківської області.

Основними напрямками в роботі товариства були: забезпечення рентабельної роботи товариства; забезпечення своєчасних розрахунків по платежах в усі рівнях бюджетів і цільових фондів; подальше зниження втрат електроенергії в мережах (досягнення рівня втрат нижче нормативних); реалізація інвестиційних проєктів, спрямованих на поліпшення технічної бази компанії й зниження нормативних втрат; забезпечення виконання виробничих планів підрозділів, виконання програми планово-попереджувальних ремонтів; підвищення рівня надійності енергетичного устаткування. В табл.1 проаналізовано динаміку доходів і витрат АТ «Харківобленерго»

Таблиця

Динаміка доходів і витрат АТ «Харківобленерго»

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. у % до 2019р.
Чистий дохід від реалізації продукції	2545093	3585730	4652669	182,8
Собівартість реалізованої продукції	2839955	3456994	4398812	154,9
Валовий прибуток	-	128736	253857	-
збиток	-294862	-	-	-
Інші операційні доходи	399719	347168	373859	93,5
Адміністративні витрати	182237	226049	260810	143,1
Витрати на збут	2213	184052	224911	+101 рази
Інші витрати	89505	70300	97724	109,2
Фінансовий результат від операційної діяльності:	х	х	х	х
прибуток	-	-	44271	-
збиток	-169098	-4497	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:	х	х	х	х
прибуток	-	-	40964	-
збиток	-36533	-2211	-	-
Чистий фінансовий результат:	х	х	х	х
Прибуток (збиток)	1139	4994	29485	+26 рази

Джерело: складено автором за даними [3].

У 2021 році діяльність товариства була орієнтована на виконання показників затвердженого фінансового плану [3]. Порівнюючи звітні показники 2019-201 років, необхідно відзначити наступне: чистий дохід від реалізації продукції склав 4652,7 млн. грн., що на 2107,6 млн. грн. (82,8%) більше 2019 року; собівартість реалізованої продукції склала 4398,8 млн. грн., що на 1558,9 млн. грн. (54,9%) більше 2019 року; в 2021 році отримано валовий прибуток в

розмірі 253,9 млн.грн, а в 2019 році було отримано валовий збиток – 294,9 млн.грн; інші операційні доходи склали 373,9 млн.грн., що на 25,9 млн.грн (6,5%) менше порівняно з 2019 роком; адміністративні витрати склали 260,8 млн. грн., що на 78,6 млн. грн. (43,1%) більше 2019 року; витрати на збут становили 224,9 млн.грн., що в 101,6 рази більше порівняно з 2019 роком; прибуток від операційної діяльності становив 44,3 млн.грн, на відміну від збитку 2019 року на рівні 169,1 млн.грн.; розмір прибутку до оподаткування становив в 2021 році майже 41 млн.грн., на відміну від збитку 2019 року на рівні 36,5 млн.грн.; чистий прибуток склав 29,5 млн. грн., що на 28,4 млн. грн. (26 разів) більше 2019 року.

Якщо розглядати організацію системи заходів щодо забезпечення організаційно-економічної безпеки як формування відповідної стратегії, то визначення стратегії організаційно-економічної безпеки може бути наступним: стратегія організаційно-економічної безпеки підприємства є підсистемою стратегічного управління розвитком підприємства, довгострокові цілі, завдання та курс дій, якій спрямовані на забезпечення високого ступеня захищеності всіх структурних компонентів підприємства в процесі реалізації стратегії його сталого розвитку в зовнішньому навколишньому середовищі, що циклічно змінюється [4, с.119].

Отже, стратегія розвитку АТ «Харківобленерго» має включати заходи, що направлено на реконструкцію та модернізацію електричних мереж, зниження або недопущення понаднормативних витрат електроенергії на інноваційній основі. Технічне переозброєння та реконструкція електричних мереж АТ «Харківобленерго», як і їх розвиток, дозволять вирішити проблему забезпечення потреб споживачів у електричних потужностях та необхідний власний корисний відпуск за рахунок використання додаткових джерел живлення та збільшення встановленої потужності, підвищити рівень їх надійності, стійкості, якості розподілення електроенергії споживачам та забезпечити екологічну безпеку мешканців Харківської області.

Список використаних джерел:

1. Антощенкова В.В., Антощенков Р.В. Енергоефективність як критерій інноваційного розвитку та конкурентоспроможності держави. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2018. Вип. 191. С. 109-121.

1. Батюк Л.А., Антощенкова В.В. Інноваційно-технологічні чинники глобального економічного розвитку. Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ», №1, Національний університет харчових технологій, ГО «Інститут проблем конкуренції», Видавничий дім «Гельветика», Київ, 2019. С.76-80.

2. Офіційний сайт АТ «Харківобленерго» URL: <https://www.oblenergo.kharkov.ua/>

3. Антощенкова В.В. Енергозбереження і підвищення енергетичної ефективності в Україні. Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи: матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. 7 квітня 2018 р. Харків: ХНТУСГ. С. 117-120.

Бойко Я.М. канд. екон. наук, доцент
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна

Розвиток ІТ-сфери: нові можливості для західного регіону

Основою ефективного продуктивного розвитку освіти і науки є акцент на зв'язках між освітою, дослідженнями та реципієнтами інновацій (бізнесом) як на державному рівні, так і на рівні територіальних громад. Розробка механізму активізації співпраці освіти, науки та бізнесу базується на: необхідності подолання бар'єрів і обмежуючих умов, що діють між ними; перспективних цільових орієнтирах і завданнях функціонування інноваційної системи. Обмеженість ресурсів потребує їх концентрації на заходах, які здатні дати найбільш масштабний ефект для країни. Слід виділити три напрями активізації взаємодії у сфері «освіта-наука-бізнес»: ідентифікаційний, комунікаційний та організаційний.

Ідентифікаційний напрям передбачає визначення інноваційних пріоритетів, потреб та можливостей і охоплює:

- ідентифікацію/коригування середньострокових пріоритетів (існування яких передбачено Законом України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні"), які будуть підпорядковані стратегічним національним пріоритетом (із цього ж закону);

- ідентифікацію продуктів, які користуються попитом на певній території і потенціал для виробництва яких уже наявний, виробництво яких може активізувати інноваційний процес. На ці продукти можливе державне замовлення, дотації виробникам, пільги;

- ідентифікацію реальних можливостей наукових і освітніх установ, які вони можуть запропонувати у контексті трансферу знань та інновацій.

Комунікаційний напрям передбачає просування інформації та обміну нею (щодо наявних результатів, оперативних потреб, пропозицій). Даний напрям спрямований на:

- усунення інформаційних бар'єрів між потенційними учасниками трансферу знань та технологій;

- формування майданчику для обговорення, обміну думками, ідеями;

- підвищення мотивації бізнесу до довгострокових проектів і через формування розуміння того, що без інновацій довгострокового ефекту немає;

- проведення інформаційних заходів щодо результатів науково-дослідної діяльності;

- сприяння до комунікацій у напрямі від освіти в ланках «освіта-дослідження», «освіта-бізнес, реципієнти інновацій» через матеріальне стимулювання спецкурсів, лекцій за результатами досліджень, гостьових лекцій;

- поширення інформації про інноваційну політику на різних рівнях, її напрями, можливості.

Організаційний напрям передбачає створення, підтримку чи активізацію існуючих посередників та організацій-ланок взаємодії: бізнес інкубаторів;

наукових парків; індустріальних парків; платформ; спільнот тощо. Діяльність таких структур повинна бути спрямована на:

- мотивацію бізнесу та інших потенційно можливих суб'єктів до участі у інноваційному процесі;
- максимальне використання переваг горизонтальної взаємодії у моделі;
- структурування заходів комунікаційного та ідентифікаційного напрямів у вигляді формування: платформ обміну ідеями, потребами і можливостями; центрів трансферу технологій; Робочих груп для ідентифікації пріоритетів тощо.

Для ефективного функціонування і взаємодії освіти, науки та бізнесу важливою є як їхня активізація, так і посилення зв'язків між ними (освіта-наука, наука-реципієнти інновацій, освіта-реципієнти інновацій). Це передбачає заходи, що сигналізуватимуть про розвиток середовища, сприятливого до інновацій, творчості, креативу та дослідного пошуку. Суттєвим аспектом тут є ефективне кадрове забезпечення, основи якого закладаються ще на рівні базової середньої освіти. Так, це програми популяризації науки серед школярів, різні конкурси, в т.ч. і на інноваційні розробки та ідеї, воркшопи тощо. Важливою є увага та акцент та одному з найперспективніших секторів української економіки – ІТ-сфері (який ще донедавна займав третю сходинку у структурі ВВП України, а на сьогодні став ще актуальнішим з огляду на великі руйнування чи повне знищення найбільших інфраструктурних об'єктів, а також виробничих потужностей АПК та металургійного сектору економіки), що може забезпечити найбільший мультиплікативний ефект серед усіх галузей. Так, за даними асоціації ІТ Україна, за І квартал 2022 року експортна індустрія інформаційних технологій забезпечила рекордні \$2 млрд надходжень [1]. Це чи не єдина галузь, що продовжує стабільну роботу, донатить сотні мільйонів гривень на підтримку армії та сплачує податки наперед.

Так, на сьогодні в Україні працює 22 ІТ-кластери. Наймолодший із них – закарпатський, створений 5 квітня 2022 року і зареєстрований як ГО «Закарпатський кластер інформаційних технологій». Наразі він об'єднує понад 120 резидентів – як компаній, так і ФОПів. Зараз розглядаються ще майже 80 заявок на резидентство від компаній та ще 300 від ФОПів [1]. Більшість з них – це релокований бізнес з інших регіонів України. Причому айвівці релокують свій бізнес не лише в усі міста Закарпаття, але й села та територіальні громади по всій Закарпатській області. Від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну вже близько 35 тис. працівників ІТ-компаній переїхали на Закарпаття, в т.ч. і з сусідніх західних областей [2]. Звісно, що працівники переїжджають не самі, а зі своїми родинами. До того ж, за даними компаній-засновників Закарпатського ІТ-кластеру, 30-60% їхніх айтівців хочуть залишитися жити в Закарпатті [3] (хоча це і не репрезентативна інформація, проте попередні дані є досить високими). Тому питання проектування так званих ІТ-містечок – це також потреба кластеру на перспективу.

Зокрема, Літня школа математики (на базі наукового ліцею м.Ужгорода) та Літня школа інформатики (на базі ДВНЗ «УжНУ»), що вперше стартували цього літа для школярів 6-11 класів Закарпаття завдяки спільним зусиллям освітніх і наукових закладів, місцевої влади та ІТ-кластеру Закарпаття – як

прикладі розвитку наукових здібностей школярів та можливого пошуку найбільш обдарованих серед них (мають безпосередній вплив на посилення та активізацію сфери освіти та взаємозв'язку «освіта-бізнес»). До роботи таких шкіл залучені провідні фахівці ІТ-компаній, науковці, професори, кандидати наук та кращі вчителі-предметники, в т.ч. з числа переселенців, які проводять майстер-класи та знайомлять з найсучаснішими знаннями в даних сферах.

Активізація спільної освітньої роботи ІТ-кластеру із загальноосвітніми та вищими навчальними закладами щодо трансформації ІТ-освіти, впровадження освітніх програм, розроблених спільно та за підтримки резидентів ІТ-кластерів, інтегрування викладання ІТ-дисциплін в школах/ліцеях – це посилення та активізація освітньої і наукової сфер, а також зв'язків «освіта-бізнес», «наука-бізнес», «освіта-наука».

Ще один продуктивний напрям – це створення фонду стартапів, (спрямованого на підтримку «українського продукту») за підтримки вітчизняних і зарубіжних інвестиційних і фінансових груп, великих інвестиційних структур тощо (що впливає на посилення та активізацію науки, освіти та зв'язків «освіта-бізнес», «наука-бізнес») – це те, над чим також в короткостроковій перспективі працюватиме Закарпатський ІТ-кластер.

Список використаних джерел:

1. У Закарпатському ІТ-кластері сьогодні вже близько 120 резидентів / Інтернет-видання «Угорська правда». URL: <https://kiszozs.net/2022/06/01/%D1%83-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83-%D1%96%D1%82-%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96-%D1%81%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD/>
2. Від початку війни близько 35 тисяч працівників ІТ-компаній переїхали на Закарпаття / Інтернет-видання «Прозахід». URL: <https://prozahid.com/vid-pochatku-vijny-blyzko-35-tysiach-pratsivnykiv-it-kompanij-pereikhaly-na-zakarpattia/>
3. 30-60% айтивців можуть залишитися на заході. Поговорили з ІТ-кластерами про житло та релокацію / Інтернет-видання «Ліга.Tech». URL: <https://tech.liga.net/ua/ukraine/article/tehnohaby-jile-s-ubejischem-i-podderjka-vsu-kak-it-klastery-pomogayut-strane-v-voynu>

Вергал К.Ю., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

Теоретичні аспекти розвитку цифрової економіки

Цифрова економіка як основа Четвертої промислової революції [6] та складова третьої хвилі глобалізації (цифрової) стала одним з пріоритетних стратегічних напрямків розвитку європейських країн. Сприяння діджиталізації суспільства, формування Єдиного цифрового ринку знайшли відображення у низці документів країн ЄС – у «Цифровому порядку денному для Європи» (Digital Agenda for Europe) [2], «Стратегії єдиного цифрового ринку для Європи» (A Digital Single Market Strategy for Europe) [1], «Підприємництво 2020» («Entrepreneurship 2020 Action Plan») [7], що говорить про пріоритетність цифровізації в структурі економічної політики країн-членів ЄС.

Феномен цифрової економіки привернув до себе увагу у середині дев'яностих років ХХ-го століття, зокрема дослідженнями Дона Тапскота "Digital Economy" (1994) [5] та Ніколаса Негропonte (1995) [3], який описав ідеологію нового типу економіки та визначив переваги цифровізації. В той же час сама ідея «цифрової економіки» стала результатом трансформації підходів до розуміння інформаційного суспільства як фази розвитку постіндустріалізму через генезис понять «інформаційна економіка» (Деніел Белл, 1960 рр.), «мережева економіка» (Мануеля Кастелла (2000)), «інтернет (веб) економіка».

Зі стрімким розвитком технологій інтернет економіка (мережева економіка), яка розглядалась через призму розвитку бізнесу в інтернеті: (відкриття сайту і віртуальних магазинів, використання електронної реклами та маркетингу, електронного документообігу [8]), доповнилась та ускладнилась за рахунок такого інструментарію як блокчейн, робототехніка, хмарні обчислення, штучний інтелект, інтернет речей, віртуальна та доповнена реальність (рис.), та була замінена більш широким поняттям «цифрова економіка».

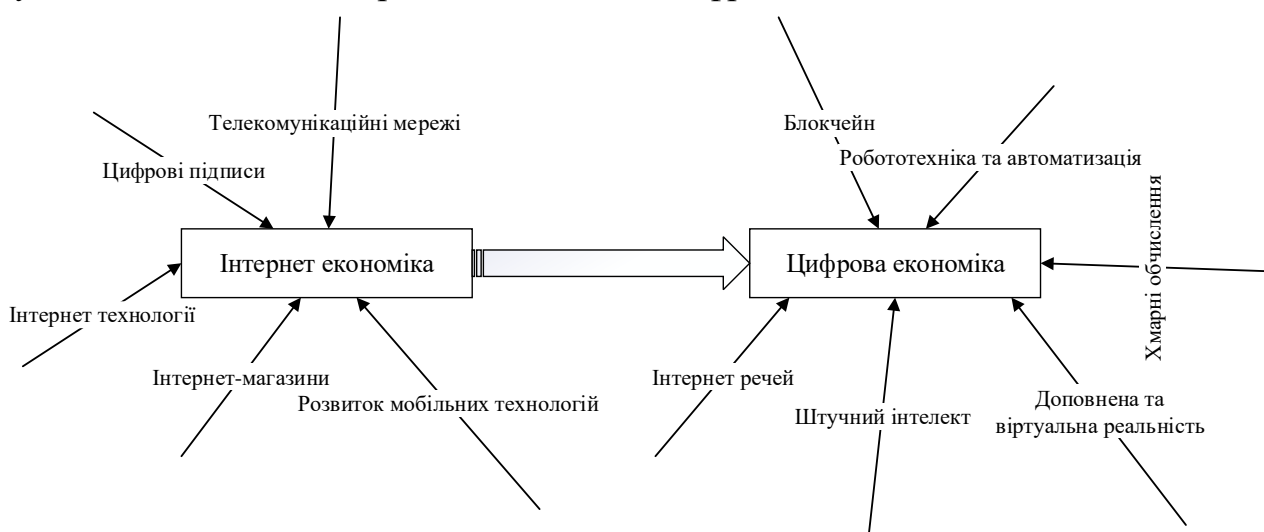


Рис. Розвиток цифрової економіки

Ґрунтуючись на таких складових як підтримуюча інфраструктура, електронний бізнес, електронна комерція, поєднуючи у єдину взаємопов'язану мережу комунікації постачальників цифрових послуг, цифрових провайдерів та цифрові додатки, цифрова економіка здійснює широкий вплив на соціально-економічний розвиток країни не лише за рахунок появи нових методів та форми торгівлі, але й спричиняє [4, с. 4; 9]:

- технічні зміни (розвиток інформаційних технологій),
- соціальні зміни - популяризація використання інформаційних технологій, цифрові навички, комунікація на основі ІТ технологій;
- мікроекономічні зміни - поява нових бізнес-моделей, створення нових цифрових послуг;
- макроекономічні зміни – трансформація ринків, створення інституційного поля для цифрового розвитку бізнес-моделей, розвиток цифрових сервісів, формування цифрової еко-системи.

Список використаних джерел:

1. A Digital Single Market Strategy for Europe. Brussels, 6.5.2015. Com (2015). 192 final (SWD (2015) 100 final). URL: <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=COM%3A2015%3A192%3AFIN>;
2. Europe 2020. A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth. URL: [https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET_EN_BARROSO%20%20007 - Europe 2020 – EN version.pdf](https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET_EN_BARROSO%20%20007_Europe_2020_-_EN_version.pdf);
3. Negroponte N. Being Digital. New York, N.Y.: Alfred A. Knopf, Inc., 1995. 243 p.;
4. Raisinghani, 2004, - Raisinghani, M.S., 2004. Business Intelligence in the Digital Economy: Opportunities, Limitations, and Risks. Idea Group Publishing, Hershey.;
5. Tapscott D. The Digital Economy. Anniversary Edition. N.Y.: McGraw Hill, 2014. 432 p.;
6. The Fourth Industrial Revolution. Klaus Schwab. 2016. World Economic Forum, Geneva, Switzerland. 184 pages.;
7. The Entrepreneurship 2020 Action Plan [Electronic resource]. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/entrepreneurship-2020/index_en.htm;
8. Ковач М. Й. Роль і місце інтернет-економіки в сучасній економічній системі. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2016. Вип. 1(2). С. 188–192;
9. Шиманська К.В., Бондарчук В.В. Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 1(95). С. 17–22.

Внукова Н.М. д-р екон. наук, професор
НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку НАПрНУ,
Україна

Розвиток інноваційних систем Індустрії 4.0 в умовах глобалізації

Інноваційність систем Індустрії 4.0 передбачає комплексну цифровізацію та автоматизацію виробничих процесів і управління.

Воєнний стан в Україні з одного боку на початковому етапі суттєво знизив інтерес до механізмів Індустрії 4.0, а з іншого саме за рахунок цифрової трансформації створюються передумови для технічного переозброєння, що вимагає процесу вдосконалення використання інструментів Індустрії 4.0 [3] в умовах особливого правового періоду.

Встає питання щодо рівня зацікавленості системами Індустрії 4.0 в Україні і світі. В умовах особливого правового періоду важливо визначити тренди змін. Автором використано пошуковий інструмент Google Trends [1], який визначає зацікавлення цільових груп у світі і різних країнах світу, зокрема, Україні.

Досвід розвинених країн світу дозволив розробити в Україні національну стратегію Індустрії 4.0. В період глобальних трансформацій під час воєнного стану існуючі сучасні структурні диспропорції національного промислового розвитку можуть бути швидше подолані із використанням технологій 4.0 для інноваційного оновлення промисловості [7]. Світовий тренд цифрової трансформації глобального виробництва призведе до неодмінних змін в організації та управлінні виробничими процесами через просування технологій Індустрії 4.0, адитивних технологій, Big Data, роботизацію виробництв [5].

Попередні дослідження показали, що розподіл інтересу до цифрової трансформації і Індустрії 4.0 був рівномірним, і тренди співпадали [2], але тепер необхідно визначитися щодо впливу цифрових трансформацій на розвиток механізмів Індустрії 4.0 у світі і Україні. На рис.1 подано порівняння рівня зацікавленості темою Індустрії 4.0 та інноваціями (пошук термінів англійською мовою) в Україні за останні рік (на 30 жовтня 2022 року). Як видно, рівень зацікавленості темою інновацій дещо вищий, але в цілому рівень низький, хоча останнім часом зростає, але має високі коливання.

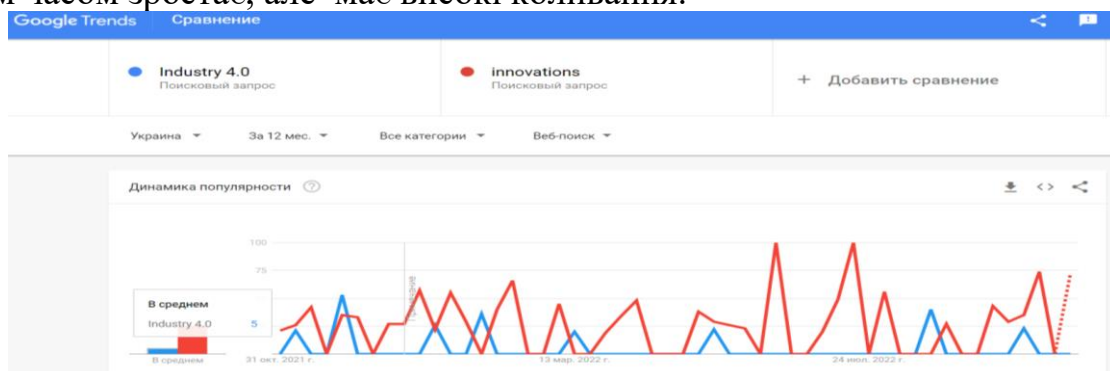


Рис.1. Розподіл рівня зацікавленості темою Індустрії 4.0 інновацій в Україні

На рис.2. наведено розподіл рівня зацікавленості темою інновацій і Індустрії 4.0 у світі за той же період.

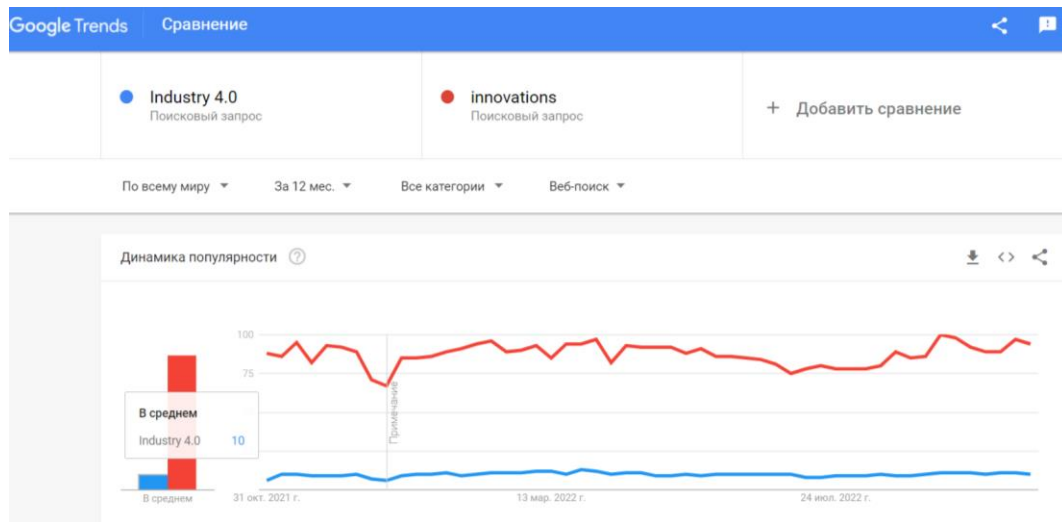


Рис.2. Розподіл рівня зацікавленості темою Індустрії 4.0 та інновацій у світі

Як видно з рис.2. у світі зацікавленість темою Індустрії 4.0 є вдвічі вищою, ніж в Україні, але значно більш низькою, ніж тема інновацій в цілому, але тренд рівномірний щодо цих двох термінів. Серед країн, в яких переважає зацікавленість терміном Індустрія 4.0 над інноваціями, є Індонезія, високий рівень балансу в країнах Італії, Малайзії, Сінгапурі і Турції. Але тренди у зацікавленості по країнах змінюються, що теж треба враховувати. Зовсім недавно у склад найбільш зацікавлених входила, наприклад, Словаччина [4]. Отже, для України перспективно вивчати досвід цих країн, а також розширювати поінформованість щодо суті інноваційних змін в Індустрії 4.0.

Попередні дослідження [3] показали, що в умовах особливого правового періоду для прискореного розвитку технологій Індустрії 4.0 є перешкоди і обмеження.

Між тим у рішеннях КМУ [8] відзначено, що необхідно сприяти утворенню та діяльності центрів впровадження технологічного підходу “Індустрія 4.0” у певних регіонах. Після глобальних змін військового часу інноваційні перетворення мають запроваджуватися у кожному регіоні України.

Уряд з метою забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів має розглянути питання про створення цільових фондів для фінансування проектів впровадження технологічного підходу “Індустрія 4.0” зазначених центрів у визначених регіонах.

Міжнародний досвід має бути використаний для національного рівня в Україні, щоб стимулювати розвиток не тільки інновацій, а саме технологічних стартапів паралельно зі створенням самої екосистеми Індустрії 4.0, яка буде здатна їх підтримувати [4].

Трансформації у господарської діяльності, які відбуваються у військовий час, можна розглядати як такі, що нерівномірно впливають на можливості

використання змін у технологіях Індустрії 4.0, з іншого боку швидко створюється основа для розвитку інформаційних технологій, які можуть спільно трансформуватися за участі іноземних партнерів.

Вплив інноваційних процесів на розвиток Індустрії 4.0 є неспростовним. Створення умов до розвитку Індустрії 4.0 для відновлення України очевидно буде відбуватися виключно інноваційним напрямом.

Інструменти координації стейкхолдерів з різних країн можуть бути надзвичайно корисними для відновлення галузей промислових хайтек. З цією метою пропонується в моніторинговому режимі з'ясувати зацікавлені у змінах і запровадженні технологій Індустрії 4.0 країни, можливий порівняльний аналіз трендів у потенційно нових напрямках аутсорсингу інжинірингових та цифрових компаній на глобальному ринку. Перехід на модель цифрової економіки є пріоритетом можливих учасників платформи Industry4Ukraine у поточній ситуації та перспективі.

Список використаних джерел

1. Google Trends – руководство как пользоваться. URL: <https://livepage.pro/knowledge-base/google-trends.html>
2. Внукова Н.М. Визначення зацікавленості темою цифрових трансформацій у економіці Індустрії 4.0. *Збірник наукових праць НДІ ПЗІР НАПрН України*. Вип. 5: Цифрові трансформації України 2021: виклики та реалії: за матеріалами II круглого столу (м. Харків, 20 вересня 2021 року) / за ред. С. В. Глібка, К. В. Єфремової. – Харків: НДІ ПЗІР НАПрН України, 2021. С.22-26.
3. Внукова Н.М. Зміна механізмів індустрії 4.0 в особливий правовий період. *Господарська діяльність в особливий правовий період*: зб. наук. праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, 30 березня 2022 р. / за ред. М. Петрової, С. Глібка, Велико-Тирново, Болгарія, Вид-во: ACCESS PRESS, 2022. <https://ndipzir.org.ua/?s=%D0%92%D0%BD%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0>
4. Внукова Н.М. Світовий тренд прискорення стартапами інноваційних змін в Індустрії 4.0. *Право та інновації*. 2022. №3.С.17-22. URL: <https://pti.org.ua/index.php/ndipzir/article/view/857/656>
5. Кушніренко, О. М. Гахович, Н. Г. Вплив технологій Індустрії 4.0 на структурні трансформації в економіці. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2020. Вип. 4.С.63-73. ISSN 2617-5932
6. Чайкіна А.О. Індустрія 4.0: особливості цифрової трансформації України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. Том 32 (71). № 3. С.24—31.
7. Чех Л. М., Корогодова О. О. Інноваційний розвиток економіки України в умовах Індустрії 4.0. 2020. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/37700/1/APEU2020-14_1-12.pdf
8. Щодо сприяння впровадженню технологічного підходу “Індустрія 4.0” в Україні: Постанова КМУ № 750 від 21 липня 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/750-2021-%D0%BF#Text>

В'юник І.М. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна

**Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення
конкурентоспроможності**

Головною умовою стимулювання інноваційного розвитку підприємства є здійснення ним інноваційної діяльності, яка уможливить спроможність нарощувати й активно використовувати організаційно-економічні, техніко-технологічні та інші інноваційні можливості, що становлять інноваційний потенціал. Таким чином, актуальними залишаються питання розвитку методичних і практичних підходів до управління інноваційною діяльністю. В даний час проблема формування інноваційного потенціалу різних суб'єктів досліджується багатьма вченими. Поняття «інноваційний потенціал» стало концептуальним відображенням феномена інноваційної діяльності, яке розгорталось й уточнювалося шляхом методологічних, теоретичних та емпіричних досліджень і отримало розвиток на початку 80-х років ХХ ст.

В Україні створено певний теоретичний фундамент аналізу інноваційного потенціалу підприємств та рівня його використання. Інноваційний потенціал підприємств є однією з основних характеристик, яка поєднує в собі сукупність фундаментальних властивостей інноваційної діяльності та здатність вигідно для себе використовувати вплив зовнішнього середовища і потенційні можливості, що існують у внутрішньому середовищі. Це дозволяє використовувати інноваційний потенціал підприємств як потужний інструмент прийняття зважених управлінських рішень в процесі здійснення інноваційної діяльності [1].

Більшість сучасних вчених у галузі управління інноваційним потенціалом виділяють такі основні завдання інноваційного потенціалу, як:

- 1) визначення стратегічних напрямів інноваційної діяльності і постановка цілей у кожному з них;
- 2) орієнтація діяльності організації на інновації;
- 3) планування інноваційної діяльності організації;
- 4) вибір найоптимальнішої інноваційної стратегії розвитку для кожного напрямку діяльності;
- 5) мотивація учасників інноваційної діяльності;
- 6) організація інноваційної діяльності;
- 7) систематична оцінка результатів інноваційної діяльності.

Інноваційний потенціал складається з двох основних понять – це «інновація» та «потенціал». Усі визначення сутності дефініції «інновація» ґрунтуються на визначенні Й. Шумпетера, який розумів під інноваціями використання нових комбінацій існуючих продуктивних сил для вирішення комерційних завдань [2]. Потенціал можна розглядати двосторонньо: з однієї сторони він є результатом використання потенційних можливостей, проте з іншої – фактором подальшого саморозвитку в результаті здійснення діяльності.

* Науковий керівник – О.М. Таран, канд. екон. наук, доцент

Закон України «Про інноваційну діяльність» [3] інноваційний потенціал визначає як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

У загальному розумінні під інноваційним потенціалом варто вважати сукупність наявних інтелектуальних, технологічних, фінансово-економічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням, які здатні створювати нові знання та ефективний механізм комерціалізації та сприяти розвитку [4].

Інноваційний потенціал кожного підприємства залежить від масштабів та специфіки його діяльності, а ступінь використання інноваційного потенціалу визначає його інноваційні можливості та здатність підприємства сприймати нововведення. Вагомий вплив на розвиток інноваційного потенціалу підприємства мають фактори ринкового середовища [5].

Пришвидшення процесів євроінтеграції супроводжується посиленням конкурентної боротьби як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, зростанням вимог до якості продукції та обслуговування, що змушує підприємство весь час розвивати свій стратегічний потенціал, шукати можливі варіанти його ефективного використання, розробляти конкурентну стратегію та працювати над створенням нових конкурентних переваг.

Традиційним визначенням конкурентоспроможності є визначення, яке запропонував М. Портер [6]. Науковець розглядає конкурентоспроможність як властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин, які виступають на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Конкурентоспроможність є необхідною умовою для збільшення прибутку організації та тривалості її існування. Конкурентні переваги – це реальні чинники підприємницької діяльності, які має конкретний господарюючий суб'єкт, але чинники, які відсутні у суперників (або є такими ж або краще, ніж у суперників) та завдяки використанню яких отримується можливість пропонувати ринку нижчі ціни або нові товари, нову якість, нові умови реалізації. Головним завданням, виходячи з розглянутого визначення, є аналіз чинників, здатних забезпечити підприємству конкурентоспроможну позицію на ринку.

В рамках ресурсної теорії в якості джерела конкурентних переваг розглядають можливості підприємства, під якими розуміє потенціал групи ресурсів в здійсненні певної мети або діяльності. Отже, для підтримки стійкої конкурентоспроможності підприємство повинно використовувати ресурси та можливості, які протягом тривалого часу не знецінюються, не застарівають, насилу можуть бути скопійовані, придбані та відтворені. Конкурентні переваги підприємства можуть бути розділені на два основні види:

1) переваги високого рангу (висока репутація, кваліфікований персонал, патенти, ведення довготривалих науково-дослідних робіт, розвинений маркетинг, сучасний менеджмент та ін.);

2) переваги низького рангу (наявність дешевої робочої сили, доступність сировини та ін.).

Особливе місце в перевагах високого рангу займає інноваційна діяльність підприємства, яка представляє собою складний процес створення та впровадження нововведень, яка вимагає від підприємства великої кількості ресурсів та специфічних здібностей, як правило, важко піддаються копіюванню і відтворенню.

Виходячи з розглянутих підходів до розуміння сутності інноваційного потенціалу підприємства, можна зробити висновок про те, що самим поширеним є ресурсний підхід та різні його модифікації, при цьому сутність підходу найчастіше зводиться до існуючих на підприємстві ресурсів (сукупність потенціалів: виробничо-технологічний, трудовий, фінансовий, організаційно-управлінський та інтелектуальний). Інноваційний потенціал володіє всіма тими характеристиками, які є необхідними для підтримки тривалої конкурентоспроможності підприємства: може існувати тривалий час при поповненні використаних ресурсів або заміні застарілих, являє собою складну систему взаємопов'язаних елементів, на яку впливає ряд факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, отже, має малу прозорість, низьку мобільність та відтвореність для конкурентів. На наш погляд, інноваційний потенціал повинен розглядатися в якості головної конкурентної переваги підприємства, здатного забезпечити довгострокову конкурентоспроможність, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Андрос С.В., Чан Сі Цо Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення конкурентоспроможності URL: <file:///D:/Downloads/201165-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-450015-1-10-20200422.pdf> (дата звернення: 3.09.2022).
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. В. С. Автономова, М. С. Любского, А. Ю. Чепуренко. Москва: Прогресс, 1982. 456 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України № 40-IV від 4.07.2002 із змінами, внесеними згідно із Законами від 16.10.2012. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 5.09.2022).
4. Спіфанова І.Ю., Гладка Д.О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка і суспільство*. Випуск 14. 2018. С. 354-360.
5. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку. *Приазовський економічний вісник. Економіка та управління підприємствами*. Випуск 3(03) 2017 С.55-58. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2017/3_03_uk/14.pdf (дата звернення: 6.09.2022).
6. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.

**Гіржева О. М. д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Роль інноваційного менеджменту в системі управління підприємством

Як свідчать умови сьогодення, інноваційна діяльність стає одним з головних факторів розвитку підприємств. Постійні зміни умов зовнішнього макро- і мікросередовища збільшують ступінь ризику ведення бізнесу і потребують від нього проведення таких дій, що забезпечать відповідність внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім. Природним шляхом забезпечення такої відповідності є інноваційна діяльність. Проте вона пов'язана з високим ступенем ризику, який стримує інноваційну активність підприємств. Але ті підприємства, які не створюють і зовсім не впроваджують інновації, ризикують ще більше. Невміння вести інноваційну діяльність приводить до неможливості адаптуватися до змін умов зовнішнього середовища з усіма наслідками, які витікають з цього.

Рушійною силою конкуренції є стимул до нововведень. Саме на основі нововведень вдається підвищувати якість продукції (послуг), покращувати корисний ефект товару, тим самим досягати конкурентної переваги даного товару. Забезпечення конкурентоспроможності товару потребує новаторського, підприємницького підходу, суттю якого є пошук та реалізація інновацій.

Власне інновації і інноваційна діяльність являються дієвим засобом забезпечення умов виживання і розвитку підприємств на ринку, який дозволяє адаптуватися до змін умов зовнішнього макро- і мікросередовища або програмувати ці зміни самостійно.

Стратегія інновацій потребує жорсткої дисципліни та контролю. В іншому випадку складно функціонувати в умовах, що швидко змінюються, що породжують невизначеність. Тому роль інноваційного менеджменту в системі управління підприємством дуже суттєва, він є серцевиною діяльності підприємства, необхідною умовою ведення успішного бізнесу.

Інноваційний менеджмент можна визнати функціональною діяльністю. Об'єкт цієї діяльності - низка чинників, серед цих фактів економічне, організаційно-управлінське, правове та психологічне вплив на процеси інновацій, а способи найбільш ефективно організації впровадження інновацій та інноваційних розробок.

Представляючи собою особливу організаційно-управлінську діяльність, інноваційний менеджмент спрямований на отримання економічних та соціальних результатів розвитку господарських систем шляхом виробництва та застосування у виробничо-комерційній діяльності різноманітних інноваційних продуктів як основні, а також фактори плідної праці.

Інноваційний менеджмент діє за умов високої невизначеності. Необхідно вміти давати правильну оцінку за результатами, приймати рішення про те, продовжувати або припиняти роботу, вибирати перспективніші шляхи на тому чи іншому етапі, долати опори змінам усередині колективу організації, що завжди вважається одним із центральних негативних факторів менеджменту.

Важливо враховувати, що на підприємствах, які дотримуються інноваційного розвитку, зазвичай, зберігається прийнята організаційна структура управління. Часто за цими показниками подібну організацію важко відрізнити від інноваційної.

Змінюється насамперед мета підприємства, її атмосфера. Звідси та інша логіка дій, інші пріоритети. Інноваційний менеджмент повинен будуватися з урахуванням розвитку евристики, психології нововведень, прогностики. Він має спиратися на мотивацію, професіоналізм та організацію ефективної колективної взаємодії.

Саме інноваційний менеджмент покликаний гарантувати найповніше використання інновацій у забезпеченні інноваційного типу розвитку господарських систем та сталого економічного становища підприємств у динамічному ринковому середовищі.

Інноваційний менеджмент: - це менеджмент переважної інноваційної спрямованості функціонування та розвитку підприємства, це менеджмент підприємства-лідера або того, хто прагне стати лідером у певній сфері, виді діяльності, ринку конкретних товарів та послуг;

- це менеджмент сучасної стадії розвитку цивілізації, так званого постіндустріального суспільства, для якого характерна самоорганізація заради соціального контролю та управління інноваціями та змінами людського знання на відміну від індустріального суспільства, що базується на взаємодії машин та людей для виробництва продукції.

Інноваційний менеджмент - управлінська діяльність, орієнтована отримання у виробництві нового позитивного якості різної якості (продуктового, технологічного, інформаційного, організаційного, власне управлінського та інших) внаслідок розробки та реалізації неординарних управлінських рішень.

Отже, інноваційний менеджмент є одним із основних напрямків стратегічного управління. Його метою є визначення основних напрямів науково-технічної та виробничої діяльності підприємства у таких галузях: розробка та впровадження нової продукції (інноваційна діяльність); модернізація та вдосконалення продукції, що випускається; подальший розвиток виробництва традиційних видів продукції; зняття із виробництва застарілої продукції.

Список використаних джерел:

1. Єщенко П.С. Економічне зростання без розвитку: причини і шляхи інноваційного перетворення економіки / П.С.Єщенко // Економіка України. – 2013. - № 10 (623). – С. 4 - 20.
2. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 400 с.
3. Ткаченко К. Г. Міжнародний досвід формування системи управління інноваційною діяльністю на підприємстві [Електронний ресурс] / К. Г. Ткаченко, Г. А. Мохньо // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки» - 2015. – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/3/33.pdf

**Грідін О.В., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Особливості та передумови застосування методу розгортання (структурування) функції якості (Quality Function Deployment – QFD) в операційній діяльності підприємства

Впровадження господарюючими суб'єктами сучасних прогресивних підходів, зорієнтованих на загальне підвищення ефективності управління якістю, у сучасних надскладних умовах соціально-економічного розвитку України, поза сумнівами, є вкрай актуальним напрямом, що, наразі, набуває принципово нового значення, оскільки якість нерозривно пов'язана із виробництвом конкурентоспроможної продукції, ефективністю виробничого процесу та розвитком зовнішньоекономічних зв'язків [4; 9, с. 5].

Відзначимо, що більшість науковців визначають «якість» як сукупність певних властивостей та характеристик об'єкта (процесу, явища тощо), що мають задовольнити вимоги та потреби споживача, групи споживачів чи суспільства у цілому [5, с. 205-206]. Стосовно визначення сутності поняття «якість продукції», то найточніше, на нашу думку, воно сформульоване Європейською організацією з контролю якості, а саме: «продукція вважається хорошою якості, якщо при мінімальних витратах впродовж усього її життєвого циклу вона максимально сприяє здоров'ю і щастю людей, які залучені до її проектування і відновлення (повторного використання) за умови мінімальних витрат енергії та інших ресурсів і при допустимій (прийнятній) дії на навколишнє середовище і суспільство» [1-2; 6].

Безперечно, ефективна організація діяльності підприємства є базисом забезпечення виробництва запланованого обсягу продукції, встановленої номенклатури та необхідної якості, спрямованої на задоволення очікувань споживачів [8, с. 28]. Одним із найефективніших методів, при цьому, є метод розгортання (структурування) функції якості (Quality Function Deployment – QFD), що базується на врахуванні вимог і побажань споживачів шляхом їх з'ясування та деталізації. Відбувається структурування потреб та вимог споживачів через розгортання функцій та операцій діяльності із забезпечення якості продукції, яка б одночасно гарантувала отримання підприємством певного економічного ефекту та забезпечувала максимально повне задоволення вимог споживачів (замовників). Розгортання функції якості є оригінальною японською методологією, що знайшла своє розповсюдження в усьому світі. Вона ставить за мету гарантувати якість з найпершої стадії створення і розвитку нового продукту, оскільки реалізується на стадії планування та проектування, що значно скорочує витрати на забезпечення якості [3, с. 111; 7; 8, с. 28]. Отже, розгортання функції якості (QFD) – це систематизований шлях розгортання потреб і побажань споживача через розгортання функцій і операцій діяльності компанії по забезпеченню такої якості на кожному етапі життєвого циклу новостворюваного продукту, яка б гарантувала отримання кінцевого результату, відповідного очікуванням споживача [7].

Зауважимо, що профіль якості структурно містить три складових: базова, бажана і необхідна якість. Профіль базової (основної) якості – це сукупність певних параметрів якості продукту, наявність яких споживач вважає за замовчуванням обов'язковим. Виробник має зважати на те, що базові показники якості для споживача не визначають цінності продукту, проте їх відсутність, з високою ймовірністю, спричинить негативну його реакцію. Профіль необхідної якості – це сукупність показників якості, що є технічними і функціональними характеристиками продукту, які відображають відповідність отриманого кінцевого результату початковому задуму. Зазвичай, саме ці показники якості, що рекламуються та гарантуються виробником, безпосередньо оцінюються споживачем і є для нього вирішальними при визначенні цінності продукту. Профіль бажаної якості – це група параметрів якості, що представляють для споживача несподівані (неочікувані) цінності пропонованого йому продукту, про наявність яких він міг лише мріяти, не припускаючи навіть можливості їх практичного втілення, у той же час їх наявність у продукті високо оцінюється споживачем, через що цю складову профілю якості називають *Exciting Quality* [7; 8, с. 27].

Необхідно відзначити, що метод структурування функції якості базується на декількох ключових елементах [3, с. 112; 7]: 1) визначення та конкретизація вимог споживача. Побажання споживача, зазвичай, мають абстрактну форму, що потребує їх практичного втілення виробником у продукт необхідний споживачеві із потрібними параметрами якості, що піддаються вимірюванню; 2) втілення (перекладання, трансформація) вимог споживача у загальні характеристики (параметри якості) продукту; 3) встановлення сили взаємозв'язку між відповідними компонентами, які ставлять питання «що» і «як», тобто що саме і як саме це потрібно робити; 4) окреслення мети, тобто таких значень параметрів якості створюваного продукту, які, на думку виробника, не лише відповідатимуть очікуванням (запитам) споживача, але й забезпечать відповідний рівень конкурентоспроможності створюваного продукту на певному сегменті ринку; 5) встановлення, за результатами опитування споживачів, рейтингу важливості компонент «що» і на основі цих даних визначення рейтингу важливості відповідних компонент «як».

Застосування методу QFD має цілу низку безперечних переваг, зокрема [3, с. 113]: забезпечує процес перетворення потреб споживача у виробничі стандарти, тобто об'єднуються конкретні потреби споживача та властивості продукту таким чином, щоб кінцевий продукт отримав параметри, які б краще задовольняли потреби; відбувається трансформація продукту в характеристики, що визначаються споживачами як найбільш істотні, мотивуючи їх купувати саме цей продукт; внаслідок того, що процес, по-суті, керується споживачем (клієнтом), це дозволяє з високою точністю визначити його бажання та втілити їх у процесі розробки продукту; полегшує та спрощує планування виробничого процесу, встановлюючи процесний контроль та технічну підтримку на усіх етапах виробництва; покращує виробничу ефективність за рахунок виявлення проблеми на ранніх стадіях, що сприяє зниженню загальних виробничих витрат; ефективно застосування методу вимагає командної роботи від колективу

підприємства з метою концентрації уваги та зусиль на досягненні спільної мети.

У той же час, ефективне застосування методу QFD вимагає обов'язкового врахування наступних особливостей та передумов, зокрема [3, с. 114]: потребує створення відповідної організаційної структури на підприємстві; вимагає новаторської, ініціативної, командної роботи, точного та детального аналізу даних; потребує достатньо тривалого часу для збору, документування та поєднання потреб споживача з кінцевим продуктом; не враховує цілої низки чинників, таких як: стратегію, тривалість життєвого циклу, вартість, постійно зростаючу кількість завдань, обсяги необхідних ресурсів тощо.

Отже, застосування методу QFD, безперечно, має відбуватися з обов'язковим урахуванням вказаних особливостей та передумов, оскільки нехтування ними не лише знівелює усі зусилля підприємства, а й призведе до викривлення результатів в оцінці пріоритетів споживача, як наслідок відбудеться розбалансування операційного процесу, внаслідок чого кінцева продукція не повною мірою відповідатиме побажанням споживача, що відзначиться на її конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства у цілому.

Список використаних джерел:

1. Безродна С.М. *Управління якістю : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей*. Чернівці : ПБКФ «Технодрук», 2017. 174 с.
2. Вакуленко А.В., Гарафонова О.І., Гарбуз Н.А. *Управління якістю : навчальний посібник*. К. : КНЕУ, 2010. 551 с.
3. Дудко П.М. Переваги та загрози від застосування методу QFD (структурування функції якості) на підприємстві. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 12. С. 110-114. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_12_22
4. Заїка С.О. Грідін О.В. Система управління якістю інноваційного проекту / С.О. Заїка, О.В. Грідін // *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2016. Вип. 171. С. 113-124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2016_171_14
5. Заїка С.О. Грідін О.В. Теоретичні аспекти сутності та змісту якості як філософської, соціальної та економічної категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2016. Вип. 172. С. 202-214. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2016_172_24
6. Капінос Г.І., Грабовська І.В. *Управління якістю: навчальний посібник*. К. : Вид-во «Кондор», 2016. 278 с.
7. Лойко Д.П., Вотченікова О.В., Удовіченко О.П., Котляр М.А. *Управління якістю: навчальний посібник*. [2-ге вид.]. Львів: «Магнолія 2006», 2010. 336 с.
8. Пунчак Л.А. Формування якості продукції на основі розгортання функції якості. *Інтелект XXI*. 2014. № 5. С. 26-32. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/int XXI 2014 5 6>
9. *Управління якістю: [методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни]* / укладач: О. В. Грідін ; ХНТУСГ. Харків : Вид-во ТОВ «Стильна типографія», 2019. 106 с.

Гуторова О.О., канд. екон. наук, доцент
Купріянова Т.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Державна політика формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки

Сучасному етапу розвитку України властива вкрай несприятлива ситуація економічної та політичної нестабільності. Зважаючи на це, економічна політика держави, спрямована на формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки, набуває особливо важливого значення. Україні, яка долучається до світових та європейських тенденцій, необхідна система дієвих заходів державного регулювання у названій сфері [1, 2, 3].

Державна інноваційно-інвестиційна політика повинна здійснюватись як процесуальна цілісність «мета – засіб – результат», підпорядковуючись, передусім, визначальній меті соціально-економічного розвитку країни. Безпосередньо засобом для забезпечення стійкого розвитку економіки, який відбувається в інтересах суспільства, є мобілізація інвестиційних ресурсів, за допомогою яких оновлюється основний капітал (засоби виробництва, технології), а також формується людський та інтелектуальний [4]. Отже, державна інноваційно-інвестиційна політика передбачає послідовні заходи державного регулювання, які здійснюються з метою підвищення рівня життя населення, досягаються за допомогою мобілізованих інвестиційних ресурсів і спрямовані на базові інноваційні зміни, які забезпечують науково-технічний прогрес. Відповідно до цього інноваційно-інвестиційний потенціал розвитку національної економіки визначається як сукупність відповідних (інноваційних та інвестиційних) ресурсів, які забезпечують економічне зростання і підвищення рівня життя населення та розвиток суспільства в цілому.

Багатокритеріальна систематизація інновацій (за їх впливом на економіку, потенціалом інноваційного ефекту, адресністю ринкового застосування тощо – всього 29 ознак) стала основою визначення змісту інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки через його складові (види), якими є: виробничо-технологічна, фінансова, науково-технічна, макроекономічна, інфраструктурна, демографічна, трудова, освітня.

Участь України в сучасних міжнародних економічних процесах, зокрема, тих, що відбуваються у сфері інновацій, є принципово значущою. Проте, аналіз свідчить, що протягом останніх років Україні жодного разу не вдалось підняти вище 60-го місця у рейтингу за показником *Global Innovation Index (GII-2014* – 63 місце) [5]. Враховуючи ускладнену політико-економічну ситуацію в країні, необхідними є конкретизовані підходи до запобігання економічному спаду та створення умов для переходу від стабілізації економіки до її поступового зростання на основі формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки.

В короткостроковому періоді державна інноваційно-інвестиційна політика повинна бути спрямована на підтримання тих галузей і регіонів, які є базовими

для сучасного стану макроекономічної системи. Це – машинобудування і металообробка, приладобудування, електронна, електроенергетика, порошкова металургія, хімія і нафтохімія, мікробіологічне виробництво та деякі інші виробництва, які дислоковані, передусім, у Київській, Харківській, Львівській, Одеській, Дніпропетровській та Запорізькій областях. Завданням промислової політики є забезпечення підтримки цих галузей, їх реконструкція та модернізація при одночасній поступовій реалізації заходів з розвитку галузей п'ятого та шостого технологічного укладів. Для України придатною є модель поетапної реалізації названих заходів в рамках інноваційно-інвестиційної політики держави. Орієнтиром для цього є досвід Сінгапуру, Малайзії, Гонконгу та Південної Кореї – азійських економічних лідерів, які у короткий термін успішно трансформували економіку.

З метою виявлення умов посилення дієвості державної політики у сфері формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки важливим є виокремлення пріоритетних та стримуючих цей процес чинників. Серед підходів до інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку як один з найбільш перспективних для України виокремлено проєктний. Він дозволяє конкретизувати процес фінансування за такими ознаками: джерела формування коштів, суб'єкти, створювані інноваційні продукти (технології, товари). В системі державного регулювання інноваційно-інвестиційних процесів в Україні, проєктний підхід необхідно вважати провідним з огляду на складність політико-економічної ситуації, в наслідок якої істотно зменшилась можливість залучення фінансових ресурсів [6].

Подальше поглиблення аналізу інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки запропоновано здійснювати послідовно (в три етапи) за допомогою вхідних показників та показників, які специфіковані до потреб названого аналізу (показник сприятливості та несприятливості впливу сформованого інноваційно-інвестиційного потенціалу на розвиток національної економіки). Суттєво значущою частиною аналізу є узагальнення дії чинників, які сприятливо / несприятливо впливають на формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки.

Застосування запропонованих показників дозволило оцінити ступінь їх впливу на інноваційно-інвестиційний потенціал розвитку національної економіки, а також зробити аналогічні розрахунки для Польщі і Франції. На цій основі здійснено парне міжкраїнне порівняння: а) Україна – Польща; б) Україна – Франція. Гіпотетично, якщо для України частка сприятливих факторів у кількості всіх факторних показників відповідатиме нормативу (50%, а не 39,7%), ВВП потенційно може становити 150 млрд. дол. США. Проте, це означає, що за рік ВВП України повинен зрости більш як на $\frac{1}{4}$, що є надзвичайно складним завданням. З огляду на об'єктивні умови сучасної економічної ситуації в Україні такий приріст є суто теоретичним для країни, господарська система якої ослаблена війною.

Прогнозування економічного розвитку національної економіки, на основі сформованого інноваційно-інвестиційного потенціалу, відображає зміну ВВП за трьома варіантами. Перший варіант передбачає, що розвиток подій в Україні буде

відбуватись за тенденцією, яка виявила себе станом на 2014 р. і була негативною; другий – що урядом України будуть вжиті заходи загального регуляторного впливу, результатом яких стане припинення падіння ВВП; третій – ґрунтується на можливості компенсаторних заходів держави щодо поступового усунення дії тих факторів інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки, що негативно впливають на ВВП при одночасному забезпеченні стабілізації економічної і політичної ситуації в країні.

Згідно з прогнозом за третім варіантом, компенсаторний ефект від усунення негативної дії певних чинників інноваційно-інвестиційного потенціалу дозволяє створити умови для того, щоб економіка України розвивалась з приростом ВВП 3,2%. Саме такий показник економічного зростання властивий Польщі, економіка якої розглядається як короткостроковий орієнтир для майбутнього розвитку національної економіки України. За приклад довгострокового розвитку національної економіки обрано Францію. Проте, навіть, при належному державному регулюванні розбіжність між рівнями розвитку України і Польщі та України і Франції лишатиметься суттєвою. Це за умов, що результатом регуляторної політики держави стане усунення негативної дії найбільш впливових чинників на формування інноваційно-інвестиційного потенціалу, а також поліпшиться економічний стан в цілому.

Враховуючи умови ускладненої політико-економічної ситуації в країні, ефективні заходи регулювання в межах державної політики з формування інноваційно-інвестиційного потенціалу розвитку національної економіки, набувають особливого значення. Інноваційно-інвестиційний потенціал економічного розвитку національної економіки в Україні суттєвий, але його обмежене використання не забезпечує прискорення процесів економічного відтворення та покращення якості життя в суспільстві на цій основі.

Список використаних джерел:

1. Соколюк С.Ю. Розвиток підприємств аграрного сектору на засадах гармонізації інноваційних процесів: теорія і практика : монографія. Умань: «Візаві», 2019. 376 с. 2. Гудзь О.Є. Гармонізація механізму стратегічного управління інноваційним розвитком. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 3. С. 272–277. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/3-2015/57.pdf>. 3. Онегіна В.М., Луньова В.А. Стратегії інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств: монографія. Харків: ТОВ «Смугаста типографія», 2016. 255 с. 4. Гуторов А.О., Гуторов О.І. Кадрове забезпечення формування інноваційного потенціалу розвитку аграрного сектора економіки. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Харків, 2018. № 2. С. 47–62. 5. Шарко І.О., Гуторов О.І. Інноваційний рейтинг України: міжнародні оцінки та порівняння *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. № 2. 2017. С. 15–20. 6. Lupenko Yu.O., Gutorov A.O., Gutorov O.I. Investment Ensuring for Development of Integration Relations in the Agricultural Sector of Ukrainian Economy. *Financial and Credit Activity : Problems of Theory and Practice* 2018. Vol. 4, No. 27. Pp. 381–389. DOI : <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i27.154221>

Деділова Т.В., канд. екон. наук, доцент
Обозна М.Д., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Україна

Корпоративна соціальна відповідальність – частина концепції розвитку підприємства

На нашу думку, корпоративно-соціальна відповідальність – це головний вектор розвитку бізнесу в Україні. КСВ це не тільки видатки, а ще й користь. За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, ISO 26000 – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки [1].

Під КСВ зазвичай розуміють спосіб, за допомогою якого компанія досягає рівноваги економічних, екологічних та соціальних аспектів («підхід з потрійною нижньою лінією»), одночасно враховуючи очікування акціонерів та зацікавлених сторін. У цьому сенсі важливо провести різницю між КСВ, яка може бути стратегічною концепцією управління бізнесом, та благодійністю чи спонсорством. Незважаючи на те, що остання також може зробити цінний внесок у зменшення бідності, безпосередньо підвищить репутацію компанії та зміцнить її бренд, концепція КСВ явно виходить за рамки цього.

Сьогодні багато підприємств, що створюють аналогічну продукцію, але втримуються лише ті, які мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших підприємств. Тому проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є дуже актуальним питанням.

Взаємозв'язок між стратегічним управлінням та КСВ по-різному вивчався та визначався різними вченими з управління. Стратегічний менеджмент, що визначається як динамічний процес формулювання, реалізації, оцінки та контролю стратегій для реалізації стратегічних намірів фірми, є динамічним процесом, а КСВ як інструмент впливу на стратегічний менеджмент - дуже сучасна тема дискусій, знайшовши свою актуальність після 2000 року.

Фогель В.Р. припустив, що КСВ – це не передумова успіху бізнесу, а вимір корпоративної стратегії.

Берч Д. у своєму дослідженні під назвою «Зовнішні агенції та корпоративна соціальна відповідальність» зазначив, що 60% опитаних керівників підприємств висловили думку, що «корпоративне громадянство є частиною їх бізнес-стратегії значною мірою або дуже великою мірою».

Таким чином, КСВ перетворюється з концепції «компанії доброї волі» в «ділову функцію», компонент «стратегічного управління», що має центральне значення для успіху на рівні фірми та життєво важливу частину стратегії фірми.

ООН-ЕСКАТО (Організація Об'єднаних Націй – Економічна та соціальна комісія для Азії та Тихого океану) заявила, що для успішної корпоративної відповідальності необхідна інтеграція КСВ у стратегію бізнесу, а також її поточну діяльність. Бізнес повинен мати можливість свідомо виявляти, визначати пріоритети та вирішувати соціальні причини, які мають найбільше

значення, або, принаймні, ті, з яких він може зробити найбільший вплив на суспільство та майбутнє бізнесу [2].

Компаніям рекомендується керувати та впроваджувати КСВ, як інші стратегічні компоненти або управлінські дисципліни, оскільки КСВ вимагає організаційних коригувань та структуровані відносини, що підтримуються стимулами.

В даний час найважливішими ознаками сучасного розвитку України є спрямованість вектора її економіки на модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування. Провідна роль у цих процесах належить галузі приладобудування, що виробляє засоби для вимірювань, аналізу, обробки і надання інформації, обладнання регулювання, автоматичні й автоматизовані системи управління [3].

Щоб оцінити конкурентоспроможність підприємства використовують різні методики.

В науковій літературі найбільш відомі:

- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод побудови многокутника конкурентоспроможності;
- метод експертних оцінок;
- SWOT-аналіз [4].

Отже, КСВ – це особистий бренд компанії, її обличчя та власна репутація. Саме на заході КСВ розвивається значними темпами, але, на жаль, в Україні чимало підприємців навіть не чули про це.

Корпоративна соціальна відповідальність – це концепція управління, завдяки якій компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої ділові операції та взаємодію зі зацікавленими сторонами.

Якщо розглядати актуальність КСВ в Україні, то можна зробити висновок: зараз рівень довіри громадян та суспільства до держави, до бізнесу занадто низький. Саме тому, компанії, соціально відповідальні за свої рішення та дії, здобувають довіру. Як і в будь-яких взаємовідносинах, вона здобувається поступово. Громадськість вірить у той чи інший бізнес, коли має підстави для цього – факти, дії, результати.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності: веб сайт. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921 : (дата звернення: 01.05.2021).
2. Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development). – URL: www.wbcsd.org (дата звернення: 10.05.2021).
3. Корпоративна соціальна відповідальність: необхідність, а не вибір. Міжнародне дослідження бізнесу, 2008. Grant Thornton. URL: gtrus.ru (дата звернення: 15.05.2021).
4. Клімова О.І. “Методики проведення аналізу стратегічного розвитку підприємства” //Економіка та держава//, №4, 2008. – 54 с.

Дем'яненко Т.І., канд. екон. наук, доцент
Лісна А. В., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна

Формування системи контролінгу на підприємстві

В даний час не існує єдиного визначення поняття «контролінг». Широке коло визначень пояснюється не тільки тим, що багато авторів є послідовниками різних наукових шкіл, але і свідчить про активний розвиток напряму у галузі теорії та практики управління.

Управління підприємством в сучасних умовах вимагає комплексного вирішення багатьох проблем, викликаних зовнішніми та внутрішніми факторами. Ефективність система управління підприємства - це здатність прогнозувати економічну та комерційну ситуацію, запобігати негативному впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, здійснювати заходи щодо зниження витрат, забезпечити досягнення поставлених цілей і, перш за все, отримання позитивного фінансового результату підприємницької діяльності - бажаний прибуток. Метою контролінгу є реалізація глобальних (стратегічних) і локальних (оперативних) дій підприємства. При цьому основною метою підприємства залишається збереження стабільності і розвиток підприємства. Зі сказаного вище можливо зробити висновок про те, що мета контролю є похідною функцією власної мети підприємства.

В оперативному управлінському обліку відображається вся господарська діяльність при виконанні операційного плану підприємства. Як елемент системи управління істотно відрізняється від фінансового обліку. Специфіка управлінського обліку полягає в тому, що він орієнтований на інформаційні потреби керівників підприємств і підрозділів для підтримки прийняття управлінських рішень, а також фінансовий облік в першу чергу призначений для зовнішніх користувачів.

При розробці системи контролінгу на підприємстві необхідно враховувати особливості системи менеджменту. В даний час на більшості підприємств існує або посада, або відділ контролінгу, який виконує різноманітний перелік функцій. У більшості підприємств служба контролінгу сприймається як допоміжна служба, яка обслуговує процеси вироблення та прийняття управлінських рішень. При цьому інструменти контролінгу використовуються не в повному обсязі, що порушує комплексність системи контролінгу. Контролінг – це сучасна, комплексна система управління організацією, спрямована на координацію та взаємодію системи управління підприємством [1]. Контролінг повинен бути спрямованим на забезпечення інформаційно-аналітичної підтримки процесів прийняття рішень при управлінні організацією та може бути частиною, яка диктує прийняття певних рішень в межах певних систем менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Приймак С. Управління вартістю підприємства в системі контролінгу. Ринок цінних паперів України. 2007. № 12. С. 53-60.

**Євченко В. В. канд. екон. наук, доцент
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

**Аспекти вдосконалення методів управління інноваційними
проєктами в умовах цифровізації економіки**

Вирішення комплексу проблем становлення нової індустріалізації актуалізує необхідність дослідження особливостей інноваційних технологій, призначених для впровадження на підприємствах та бізнесових структурах у найближчій перспективі. Для вирішення цих завдань розроблено спеціальні технології NBIC, такі як нанотехнології, біотехнології, інформаційні технології та ін. Безумовно, все це говорить про те, що суб'єктам господарювання чекає складна систематична робота в інноваційній сфері. Альтернативи цьому немає, бо перехід до інноваційної діяльності єдиним сценарієм конкурентного розвитку українського промислового комплексу, і навіть інших галузей економіки національного господарства. Все це вимагає негайно розробити відповідні умови реіндустріалізації та цифровізації економіки, створення концепції розвитку безперервних інноваційних процесів, організаційно-економічного механізму та методів стратегічного управління технологічною модернізацією виробничих структур, нарощування людського капіталу.

Цифровізація економіки потребує розробки нових методів та інструментаріїв безпосереднього управління інноваціями та механізмів їх практичного застосування. Розроблені механізми та методи управління інформаційними ресурсами в інноваційній діяльності повинні будуватися на результатах аналізу ресурсного забезпечення інновацій у виробничих системах суб'єктів господарювання та інших промислових формувань. Експерти наголошують на складнощі оцінки економічних ресурсів, що застосовуються в ході розробки та реалізації інноваційних проєктів, т.к. тут часом навіть неможливо у вартісному вираженні обґрунтовано визначити економічні результати залучення інноваційного проєкту, оскільки про них дуже часто не пов'язані безпосередньо з комерційними результатами впровадження інновацій у конкретній виробничій системі. Необхідно пам'ятати про мінімізацію можливих негативних впливів цифрового середовища на людину.

З цієї причини, інноваційний процес має бути людиноорієнтованим і переслідувати (поряд з комерційними) соціо-екологічні цілі та критерії, що відображають пріоритетність забезпечення безпеки діяльності об'єктів та виробничих систем. Треба підкреслити, що як значущий критерій забезпечення мети людиноорієнтованого інноваційного процесу виступає збільшення людського капіталу. Безумовно, аналізований підхід гармонізує соціально-економічні аспекти інноваційної діяльності.

Список використаної літератури:

1. Управління інноваційними проєктами в умовах міжнародної інтеграції : монографія / О. О. Охріменко, Н. Є Скоробогатова, І. М. Манаєнко, Р. С. Яресько. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2018. 262 с

Єфремова Н.О. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

**Державне управління веденням конкурентоспроможного агробізнесу в
умовах глобалізації**

Вирішення завдань соціально-економічного характеру, спрямованих на формування ринкового середовища, на входження України в цивілізоване світове співтовариство залежить від постійної активності держави, її владних структур. Тільки держава спроможна забезпечити економічну свободу всім суб'єктам господарювання і здійснити необхідні політичні, економічні та соціальні заходи. Для подальшого підвищення конкурентоспроможності ведення агробізнесу в умовах посилення процесів глобалізації, світової інтеграції, конкурентної боротьби, необхідно вжити заходи:

- розробити цінову політику в аграрному секторі економіки, яка базувалася б поєднанні вільного ціноутворення, державного регулювання та сприяттні зростанню доходів виробників сільгосппродукції;
- визначити механізми вдосконалення державної підтримки створення та впровадження нових екологічно чистих, ресурсозберігаючих технологій вирощування, поглибленої переробки сільськогосподарської сировини та виготовлення з неї вітчизняної продовольчої продукції;
- прискорити розробку та процес впровадження узгоджених із міжнародними українських державних стандартів і систем якості;
- розробити заходи щодо впровадження у аграрних підприємствах, що виробляють продовольчі товари, міжнародних систем забезпечення безпеки харчових продуктів та продовольчої сировини;
- залучити інвестиції у сільськогосподарські та переробні підприємства з метою випуску конкурентоспроможної продукції;
- підготовка висококваліфікованих фахівців для здійснення діяльності в аграрному секторі економіки.

Таким чином, інтеграційні процеси для України створюють певні можливості виробництва конкурентоспроможної продукції, яка могла б експортуватись до європейських країн. Відповідно, головним завданням для держави постає підтримка конкурентних переваг національної економіки, за рахунок підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва шляхом організаційно-економічних заходів.

Список використаних джерел:

1. Єфремова Н. О. Маркетингове стратегічне управління економікою міжнародного агробізнесу в умовах глобальної конкуренції: дипломна робота на здобуття освітнього ступеня магістра: спец. 292 «Міжнародні економічні відносини». Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020.

Журавель Р.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Уманський національний університет садівництва, Україна

Добровільне страхування ризиків у діяльності сільськогосподарських підприємств

Господарська діяльність сільськогосподарських підприємств нерозривно пов'язана з існуванням великої кількості ризиків різного характеру, що потенційно може призвести до значних втрат та несе загрозу стабільності доходів [1]. Це спонукає їх до пошуку різноманітних інструментів зниження ризику, одним з яких є страхування. Його метою є забезпечення фінансової безпеки сільськогосподарського підприємства від втрати запланованого доходу внаслідок виникнення подій у сільськогосподарській діяльності, спричинених кліматичними змінами, стихійними лихами чи іншими чинниками, що призводять до матеріальних збитків.

Законодавчою основою страхової діяльності є Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 року [2]. Проте, з 01.01.2024 року вступить в дію новий Закон України «Про страхування» [3], який регулюватиме страхові відносини в країні. Стосовно галузі сільського господарства він передбачає:

- страхування від вогню та небезпечного впливу природних явищ тварин (крім тих, що використовуються у цілях сільськогосподарського виробництва) на випадок загибелі, знищення, вимушеного забою, від хвороб, стихійних лих та нещасних випадків у випадках та згідно з переліком тварин, встановленими Кабінетом Міністрів України; сільськогосподарської продукції; страхування майна (іншого, ніж передбачено пунктами 5-9 статті 6 Закону України "Про страхування" від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР із наступними змінами); сільськогосподарської продукції;

- страхування сільськогосподарської продукції від шкоди, заподіяної градом, морозом, іншими подіями (включаючи крадіжку, розбій, грабіж, умисне пошкодження/знищення майна), крім подій, визначених у класі 8; майна (іншого, ніж передбачено пунктами 5-9 статті 6 Закону України "Про страхування" від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР із наступними змінами) відповідальності виробників (постачальників) продукції тваринного походження, ветеринарних препаратів, субстанцій за шкоду, заподіяну третім особам; цивільної відповідальності суб'єктів господарювання за шкоду, яку може бути заподіяно довкіллю або здоров'ю людей під час зберігання та застосування пестицидів і агрохімікатів.

Крім цього, в галузі сільського господарстві в Україні діє Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення правового регулювання страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» від 01.07.2021 № 1601-ІХ [4]. Проте він прямо стосується лише тих підприємств або видів діяльності, які отримують державну підтримку і спрямований на удосконалення механізму надання державної підтримки

* Науковий керівник – Бурляй О.Л., канд. екон. наук, професор

товаровиробникам для страхування сільськогосподарської продукції. В ньому уточнено поняття сільськогосподарського страхового ризику та чітко їх ідентифіковано стосовно рослинництва так і тваринництва.

Одним з критеріїв класифікації видів сільськогосподарського страхування є форма страхування (ч. 1 ст. 5 Закону України “Про страхування”). За формою сільськогосподарське страхування є добровільним та обов’язковим. Проте згідно з новим законодавством такий поділ відсутній. Слід зазначити, що добровільне сільськогосподарське страхування присутнє в багатьох світових системах, виконуючи доповнювальну та допоміжну функцію. Їх обсяг і значення значною мірою залежать від форми загальнообов’язкової національної системи страхового захисту в сільському господарстві. Більшість страхових компаній під добровільне страхування може охоплювати господарські будівлі, майно, включаючи побутові та нерухомі елементи, обладнання для господарських будівель, споруд, урожай, матеріали і запаси, а також худобу. Разом з тим слід відмітити, що незважаючи на диверсифіковану пропозицію добровільного сільськогосподарського страхування, попит на нього невеликий, а обізнаність фермерів щодо необхідності додаткового захисту в результаті добровільного страхування знаходиться на дуже низькому рівні. Зокрема, це стосується страхування посівів та худоби. У свою чергу, домінуючим видом страхування є страхування, яке захищає від збитків, пов’язаних із втратою цілих об’єктів [5].

На наш погляд, добровільне страхування в сільському господарстві в основному використовують ті сільськогосподарські підприємства, які мають більші запаси основних фондів або більш схильні до збитків в результаті несприятливих атмосферних явищ. Для інших підприємств доступні на сьогоднішній день страхові продукти не є дуже інноваційними або занадто дорогі порівняно з ризиком, якому вони наражаються.

Саме тому, добровільне страхування наряду із обов’язковим повинно стати важливим інструментом управління ризиками сільськогосподарських підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бурляй А., Бурляй О., Ревуцька А., Смолій Л., Клименко Л. Організаційно-економічні ризики екологізації сільського господарства. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 2021, С. 96-114;
2. Про страхування: Закон України від 07 березня 1996 р. № 85/96. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 18. Ст. 78;
3. Про страхування: Закон України від 18.11.2021 № 1909-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>;
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення правового регулювання страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» від 01.07.2021 № 1601-IX. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2021, № 37, ст. 317;
5. Kurdyś-Kujawska A., Ocena funkcjonowania rynku dobrowolnych ubezpieczeń w rolnictwie w latach 2002–2010, „Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance. Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego” 2013.

**Зеленський М. С. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Оцінка тіньової економіки в умовах глобалізації

Тіньова економіка невід'ємна частина економіки загалом незалежно від рівня розвитку тієї чи іншої країни. Якщо для країн з розвинутою ринковою економікою це негативний фактор, який впливає на розвиток країни в цілому, то для країн що розвиваються тіньова економіка служить «поясом безпеки» для забезпечення зайнятості і доходу для бідних людей. Коли рівень інтегрування тіньової економіки стають дуже помітними, її слід вивчати та враховувати під час управління економікою.

Для обрання ж конкретного методу (підходу, засобу, інструменту) вимірювання масштабів тіньової економічної діяльності необхідно проаналізувати інформацію, отриману через статистичну звітність або через спеціально організовані дослідження тіньової економіки [1]. Складність оцінки тіньової економіки пов'язана з очевидним недоліком інформації, а також із розбіжностями у розумінні суті та поняття тіньової економіки. Також слід дослідити, що зумовлює становлення та розвиток тіньової економіки. Можна виділити такі причини:

Перша і головна причина - податкове навантаження. За даними різних опитувань, підвищення податкових ставок або запровадження нових податкових ставок за інших рівних умов призводить до того, що підприємства намагаються уникати додаткових податкових зобов'язань та йдуть у тінь.

Ще одним фактором, що сприяє зростанню тіньової економіки, є посилення державного контролю в поєднанні із посиленням законів та обмежень у цій галузі суспільного життя. Зростання нагляду призвело до збільшення витрат на бізнес-транзакцій для бізнесу, що призвело до більше зусиль для переміщення бізнесу в тіньовий сектор.

Ще одним фактором є неадекватне зростання державного регулювання на ринку праці, що відображається на скороченні офіційного робочого дня, що, в свою чергу, створює додатковий поштовх для зростання прихованих обсягів.

Відповідно до факторів, що зумовлюють виникнення тіньової економіки з'являються наслідки, які має тіньова економіка в тій чи іншій країні. Вони такі:

1. Порушення існуючої рівності. Справа в тому, що тіньова економіка призводить до соціальної нерівності. Це проявляється у тому, що тіньовий сектор, крім формального контролю, не відповідає законодавству про працю, податковому законодавству та контролю якості і суміжним правовим нормам тощо. Все це призводить до того, що працівник не користується пільгами, передбаченими законодавством. До державного бюджету не надходять доходи, які б давали змогу державі здійснювати ефективну соціально-економічну політику та забезпечувати належну якість та якісні державні послуги. Внаслідок цього зростає соціальна поляризація, що призводить до невдоволення

* Науковий керівник – Л. В. Шелудько, канд. екон. наук, доцент.

громадськості та втрати довіри до державних інститутів.

2. Порушення досконалої системи ринкової конкуренції, коли підприємство, що працює в оподатковуваній економіці, не може ефективно конкурувати з підприємством у тіньовому секторі, оскільки останнє, не сплачуючи податків і зборів, користується абсолютною конкурентною перевагою, тим самим усуваючи правопорядкове підприємство і знищує існуючі конкуруючі зв'язки.

3. Масштабна тіньова економіка також спотворює національну статистику країни, що дає неправильні сигнали про статус офіційних та неофіційних органів. Все це свідчить про те, що тіньова економіка в цілому має негативний вплив на національну економіку, оскільки порушує нормальну рівновагу, яка повинна відрізнятися в умовах ринкової економіки між суб'єктами господарювання.

Універсальних точних методів оцінки тіньової економіки поки що не відомо. Використання того чи іншого методу залежить від цілей дослідження і розв'язуваних завдань. При її вивченні дослідники мають переважно одну з таких цілей: фундаментальний теоретичний аналіз, статистична оцінка, оптимізація соціально-економічної політики, удосконалення правоохоронної діяльності, забезпечення екологічної безпеки. Залежно від вирішуваної проблеми змінюється ставлення до тіньової економіки, змінюються підходи та методи її оцінки. До вивчення тіньової економіки застосовуються економічний, соціологічний, кібернетичний та правовий підходи, які суттєво різняться у методологічному відношенні.

Список використаних джерел:

1. Ангелко І.В. Методичні основи оцінки обсягів тіньового сектору економіки. / І.В. Ангелко // Вісник СумДУ. Серія "Економіка". - 2011. - № 1. - С.180-189.

Кабанячий В.В., д-р техн. наук, професор
Легеза М.А., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

Роль авіації у сучасному розвитку економіки України

Галузі економіки у своєму комплексі формують валовий внутрішній продукт України і складаються із промисловості, будівництва, сільського господарства, торгівлі та сфери управління. В свою чергу, до промисловості відноситься виробництва ресурсів, напівфабрикатів та готової продукції. Кожна галузі промисловості відрізняється технологічними процесами, видами ресурсів, що використовуються у таких процесах, а також фаховими навичками залученого персоналу.

Відповідно до класифікації Державної служби статистики України галузь промисловості поділяється на такі підгалузі [1]:

- добувна промисловість і розроблення кар'єрів;
- переробна промисловість;
- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря;
- водопостачання; каналізація, поводження з відходами.

Основною підгалуззю економіки, що поповнює валовий внутрішній продукт України у 2021 році є підгалузь переробної промисловості, яка дорівнює 61,3% загальної вартості реалізованої продукції [1]. Основними видами економічної діяльності у промисловій галузі економіки є виробництво харчових продуктів (яке дорівнює 16,3% загальної вартості реалізованої продукції України, або 585,1 млрд грн.) та металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів (яке дорівнює 17,8% загальної вартості реалізованої продукції України, або 640,2 млрд грн.). Немаловажною галуззю промисловості є електроенергетична галузь, підприємства якої за 2021 рік забезпечили ВВП на суму 497,4 млрд грн, або на 13,9% загального обсягу реалізованої продукції. Слід зазначити, що виробництво повітряних суден відноситься саме до галузі промисловості і дорівнює 0,5% обсягу реалізованої промислової продукції.

Галузь будівництво поділяється на будівництво будівель, інженерних споруд, трубопроводів та комунікацій, комплексних промислових споруд, а також інших інженерних споруд [2]. Основними видами діяльності галузі будівництва у 2021 році є будівництво автострад і доріг та нежитлових приміщень, частка яких у структурі обсягів виробленої будівельної продукції у 2021 році відповідно дорівнює 32,5 та 24,7%, що у грошовому виразі складає 84 та 63,7 млрд грн. Слід зазначити, що до галузі будівництва відноситься виробництво злітно-посадкових смуг, вартість яких у 2021 році становила 680.0 млн. грн., або 0,3% від всієї вартості виробництва у будівництві.

Залежно від організації виробництва та використання біологічних ресурсів сільське господарство розподіляється на рослинництво та тваринництво. У сучасних умовах в рослинництві авіація використовується при догляді за посівами. За допомогою дронів фермери контролюють результати посівів та ступінь пошкодженості тварин. Також дрони забезпечують моніторинг за крупними шкідниками, наприклад гризунами. При вирощуванні рослин малогабаритні літаки використовують при обробці полів засобами рослин, внесення мінеральних добрив та боротьби із пожежами в лісосмугах. У скотарстві, при вільно вигульній системі догляду за тваринами дрони використовують для контролю за рухом та збереженням поголів'я стада. У зв'язку із великими дистанціями у США авіацію активно використовують для перевезення тварин із одного регіону в інший зменшуючи час перевезень та ризику загибелі тварин [3].

Галузь торгівлі поділяються на оптову та роздрібну. Останнім часом набирає популярності онлайн торгівля та розвиток маркетплейсів. Види торгівлі залежно від типу учасників угоди поділяються на:

- Business to Business (B2B);
- Business to consumer (B2C);
- Business to government (B2G);

– Consumer to Consumer (C2C).

Авіація використовується практично в кожному із названих видів торгівлі. Підприємства виробляють додаткові деталі та запасні частини для пасажирського авіатранспорту. Туризм та продаж квитків відноситься до другого типу торгівлі. Під час воєнних дій дуже активно збільшилися обсяги реалізації запасних частин державним підприємствам (військовим установам). Особливістю такою торгівлі є формування тендерів на закупівлю. З розвитком цифрових технологій активно збільшується ринок торгівлі за допомогою Інтернет продажу. За даними Statista частка продавців на відомому маркетплейсі Etsy складає 3%, на якому можна знайти українські іграшкові літаки та вертоліти з системою управління.

Сфера управління включає до себе систему управління товаропотоками від сировини до готової продукції. Логістика має 5 видів транспортних систем: повітряну, водну, автомобільну, залізничну та трубопровідну. Із модернізацією транспортної інфраструктури (ремонт злітних смуг, побудова нових аеропортів, організація внутрішнього зберігання вантажів в аеропортах) швидко збільшується рівень доходів від надання авіаційних послуг у сфері управління. У 2021 році обсяги перевезень авіатранспортом склали 0,1 млн тон. Слід зауважити, що авіаційна галузь є часткою ринку праці, який існує за рахунок попиту та пропозицій робочих місць пілотів, інженерів з технічного обслуговування повітряних суден, диспетчерів, адміністраторів та менеджерів аеропортів, інженерами та науковцями конструкторських бюро. У 2022 році у період воєнного стану вкрай актуальними стали послуги навчання та підвищення кваліфікації в авіації.

Підсумовуючи вищесказане, незважаючи на незначний фінансовий вклад в розвиток економіки сьогодні, авіація є потужною силою для розвитку України та забезпечення її безпеки. Виконуючи роль допоміжної логістичної системи, авіаційні послуги надають можливість сформувати потужну зовнішньо-економічну політику держави.

Список використаних джерел:

1. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності 2021 рік. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Обсяг виробленої будівельної продукції за видами у 2014-2021 роках. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Intradco. (2022, April 25). Over 30 years of International Livestock Transport. Intradco Global. Retrieved October 29, 2022, from. URL: <https://intradco-global.com/livestock-transport/>

Кащена Н.Б. д-р екон. наук, професор
Чміль Є.Л. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
Державний біотехнологічний університет, Україна

Виклики та сучасні тренди інноваційного розвитку підприємств

Драйвером зміни негативної траєкторії розвитку економіки України, що утворилась внаслідок порушення економічних потоків та ланцюгів виробництва, прямих збитків, завданих енергетичному і житловому комплексу, транспорту, торгівлі та промисловості за час широкомасштабного вторгнення військових збройних формувань РФ, є інвестиції, інновації та нововведення, які здатні забезпечити активізацію бізнесу і найвищий ефект при затраті найменшого ресурсу у всіх сферах економічної діяльності. Війна війною, але інноваційний розвиток ніхто не скасовував.

За даними [1] станом на 01.09.2022 року Індекс активності бізнесу UBI (Ukrainian Business Index) становить 33,9 пункти (зі 100 можливих). Попри його незначне зростання відносно червня 2022 року, що вказує на зменшення негативних очікувань, значення індексу менше 50 свідчить про невпевненість бізнесу у швидкому покращенні економічної ситуації, спроможності нарощувати товарообіг і створювати робочі місця. Наразі маємо 33,8% підприємств, які повністю або майже повністю припинили роботу з 24 лютого поточного року, і відновлення діяльності яких, на думку певної частки підприємців (11,5%), не бачиться можливим. Водночас вже 8% підприємств вказують на те, що їхні обсяги робіт зросли, порівнюючи з довоєнним періодом.

В очікуваннях бізнесу із Заходу та Центру України, порівняно з прифронтовими областями, зберігається суттєва регіональна різниця. Так, 63% підприємств на Сході України та 39% на Півдні не бачать можливостей для відновлення діяльності цього року (зазначають, що бізнес або повністю зупинено або обіг становить до 20% від тогорічного).

Усупереч війні життя продовжується. Для відновлення та зростання бізнес робив, змушений робити і робитиме інновації. Звичайно, коли йдеться про інновації під час війни, можливості для них значно скорочуються, адже все орієнтоване на перемогу над ворогом, та й «традиційні» бар'єри на шляху інноваційного розвитку нікуди не поділися.

Слід зазначити, що війна посилила процеси деградації інноваційних екосистем країни, але й надала Україні величезну увагу та підтримку ЄС та міжнародної спільноти. Вже явно проглядаються нові й дуже конкретні можливості, – як грант на 20 млн євро спеціально для 200 українських стартапів та інноваційних МСП. Подібних можливостей отримання інновацій, які відкрились для України – насправді чимало, і основною задачею має бути їх максимальне використання як активатора кардинальних змін в економіці.

Основними шляхами здобуття інновацій є:

– створення інноваційних продуктів. Тут слід зазначити, що можливості нашої країни обмежені. Жодна країна, і Україна в цьому сенсі не є виключенням, не може сама робити всі винаходи, пов'язані зі створенням інноваційних

продуктів, адже такі пошукові роботи коштують дуже дорого, і неможливо вкладати гроші у всі напрямки науки та техніки;

– купівля патентів, ліцензій, тобто, фактично, дозволів на використання вже кимось винайдених та зареєстрованих інновацій. Це дуже заощаджує час;

– імпорт капіталу. В Україну приходять компанії, які будують свої заводи, промислові чи сервісні об'єкти. Капітал, який вони завозять як устаткування, сам собою інноваційний;

– купівля вже готових інноваційних товарів та впровадження їх у наш економічний обіг.

У торгівлі інновації більшою мірою пов'язані з появою нової або вдосконаленням існуючої послуги або технології її надання. У довоєнний час практика інноваційної діяльності торговельних підприємств обмежувалась оновленням товарного асортименту, застосуванням стереотипних схем розміщення товарів у торговельних залах відповідно до споживчих переваг та впровадженням програм лояльності до клієнтів. З цією метою значного поширення набули такі торгові інновації як: вендинг; зміна формату магазину; новітні формати цільової аудиторії; спеціальні пропозиції; удосконалення використання торговельного обладнання; запровадження власних торгових марок з орієнтацією на різних споживачів; ритейл на автозаправних станціях; мобільна комерція; екологізація торгівлі тощо [2].

Під час війни попри постійну загрозу обстрілів, логістичні складнощі та зниження купівальної спроможності населення український ритейл продовжує працювати й впроваджує нові послуги на інноваційні сервіси, які дозволяють адаптуватись до роботи у воєнний час та при цьому покращити клієнтський досвід. За даними RAU [3] головними інноваціями, які були впроваджені ритейлерами та гравцями із суміжних областей після 24 лютого 2022 року є:

– відеоконсультації з магазинів. У липні мережа ISEI запустила проект відеоконсультацій з магазину. Проект віртуальної б'юті-підтримки створений для клієнтів, які не можуть приходити до фізичних магазинів мережі. Консультації проводяться по відеозв'язку прямо в магазині, щоб забезпечити ефект присутності та надати клієнтам віртуальний досвід звичного шопінгу – з реальним консультантом, полицями, засобами та текстурами. Після консультації клієнти мережі зможуть отримувати вибрані продукти кількома способами: Нова пошта в Україні, Укрпошта за її межами або просто через знайомих, рідних чи друзів, які зможуть передати замовлення при зустрічі;

– працевлаштування без паперів. Мережа магазинів MOYO стала першим роботодавцем в українському ритейлі, який спростив процедуру оформлення нових співробітників і приймає копії цифрових документів у додатку Дія. За два місяці з дня запуску проекту цифровий спосіб подачі документів кандидатами майже на 70% витіснив паперовий. Весь процес повністю автоматизований і займає кілька хвилин. Після співбесіди рекрутер вводить у системі номер телефону кандидата і надсилає йому в месенджер посилання із запитом на копії цифрових документів. Кандидат переходить за посиланням у додаток Дія, підтверджує особу «дія-підписом» і натискає кнопку «відправити». Після того,

як новий співробітник поділився копіями цифрових документів (ID-картка, ІНН, за потребою – свідоцтво про народження дітей та довідка ВПО), вони автоматично потрапляють в систему обліку кадрів МОУО, де створюється картка фізособи;

– *vinance Pay* у Фокстрот. Фокстрот став першим ритейлером електроніки та побутової техніки в Україні, що при купівлі у роздрібних магазинах мережі та онлайн на *foxtrot.ua* надав можливість розрахунку із використанням *Vinance Pay*. З моменту запуску розрахунком через *Vinance Pay* скористалися більше тисячі покупців, і їх кількість постійно зростає. Середній чек у таких покупках близький до середнього «звичайного» компанії, що говорить про те, що нова аудиторія купує у мережі Фокстрот звичні для себе товари: гаджети для зв'язку та аксесуари до них, дрібну побутову техніку, телевізори тощо. При чому, близько 15% покупок були оплачені в офлайн-магазинах;

– зняття готівки і поповнення банківської карти на касі (максимальна сума – 5000 грн). Враховуючи актуальні потреби користувачів, *Mastercard* разом із партнерами (*A3K WOG* із сервісом *Monexo*), значно розширили доступність послуги «Готівка на касі». Ця послуга виявилась дуже зручною, оскільки дозволила забезпечити українцям доступ до коштів на карткових рахунках та знизити навантаження на банки;

– інтеграція нових страхових продуктів для ритейлерів від *Retail & Development Advisor (RDA)*. Серед них: страхування втрати покупки з будь-якої причини (клієнт може звернутися за страховим відшкодуванням у разі втрати, крадіжки або розбійного нападу протягом строку, передбаченого договором страхування); поломка товару з будь-якої причини (за наявності чеку на покупку передбачається відшкодування при поломці виробу з будь-якої причини, яка не стосується гарантійних випадків); повернення покупки з будь-якої причини (за умови відсутності пошкоджень, відповідності характеристикам, заявленим у сертифікаті, та наявності чеку клієнт має право повернути товар з будь-яких причин та отримати грошову компенсацію).

Отже, бізнес оживає, і через впровадження новітніх послуг торговельні мережі надаватимуть додатковий сервіс власним клієнтам та зможуть розраховувати як на підвищення рівня лояльності, так і на зростання товарообігів.

Список використаних джерел:

1. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування у вересні. URL: <https://psm7.com/uk/business/sostoyanie-i-potrebnosti-biznesa-v-usloviyah-vojny-rezultaty-oprosa-v-sentyabre.html>
2. Кащена Н. Б. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною активністю підприємств торгівлі: теорія, методологія, практика : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2021. 389 с.
3. Війна не перешкода: які інновації впроваджують українські ритейлери під час війни URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/innovacii-ukr-ritejleri/>

**Кравченко Ю.М., канд. екон. наук,
Крижній Н.М., здобувач вищої освіти ступеня магістр*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків**

Економічна сутність необоротних активів

Поняття «необоротні активи» формувалось разом із розвитком економічної науки та бухгалтерського обліку, тому в усіх наукових працях та нормативних документах передбачаються як бухгалтерські, так і економічні категорії, якими позначають поняття необоротних активів. Воно походить від категорії «капітал», яку описували в своїх працях відомі вчені-економісти (Ф.Кене, К. Маркс, А. Маршалл, С.В. Мочерний, А. Сміт та ін.) [1].

В. Є. Ванкевич зазначає, що необоротні активи – довгострокові матеріальні і нематеріальні активи, більша частина яких бере участь у процесі виробництва продукції, робіт, послуг більше одного року і кругообігу засобів суб'єкта господарювання, що забезпечує приплив грошових засобів [2].

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», активи - ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому. У Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку (далі - П(С)БО) 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зазначено, що необоротні активи - всі активи, що не є оборотними. Водночас оборотні активи - гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи використання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу [3].

Гудзь Н. В. наводить таке визначення необоротних активів — "це матеріальні, нематеріальні та фінансові ресурси, призначені для реалізації чи використання протягом терміну, що більший ніж 12 місяців чи операційний цикл". Автор наводить ряд критерій щодо визнання необоротних активів, вказуючи, що ці критерії використовуються для визнання будь-яких інших активів: — існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з використанням об'єкта: у виробництві товарів чи наданні послуг, призначених для реалізації підприємством; для обміну на інші активи; для погашення заборгованості; для поділу між власниками; — його вартість може бути достовірно визначена [4].

Необоротні матеріальні активи багато разів беруть участь в господарському процесі і переносять свою вартість на продукцію (послуги) по частинах, тому їх нерідко називають також постійними активами або довгостроковими активами. На практиці до необоротних активів відносять майнові цінності з терміном використання більше одного року. Слід зазначити, що необоротні активи неліквідні та неманеврені активи. Це означає, що вони без значних втрат можуть бути конвертовані в грошову форму тільки після закінчення тривалих проміжків часу (від півроку і вище). Зрозуміло, що

* Науковий керівник – Кравченко Ю.М., канд. екон. наук

фундаментальні майнові цінності, пристосовані до певного виду бізнесу, значно складніше продати на ринку, ніж оборотні активи (ліквідну продукцію, запаси). Але при цьому необоротні активи більш витривалі щодо інфляційних процесів, можуть приносити додатковий прибуток від здачі їх в оренду, зберігають свій зовнішній вигляд, підлягають індексації, отже не втрачають свою вартість [5].

Узагальнивши критерії визнання необоротних матеріальних активів, можна їх згрупувати до наступних: контрольованість, матеріально-речова форма, строк корисного використання понад 1 рік або операційний цикл, якщо останній триває більше року, вартість активу може бути достовірно визначена, отримання в майбутньому економічних вигід, цільовий характер використання активу [3, 4, 5].

На підставі досліджень поняття необоротних активів можна зробити висновок, що ця категорія бухгалтерського обліку є однією з найважливіших у господарській діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, однак не можна говорити про однозначність і простоту цього поняття.

Список використаних джерел:

1. Гавриловський О.С., Стащенко Ю.В. Поняття «необоротні активи» в обліковій практиці. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 19. С. 498-502. URL: <http://global-national.in.ua/archive/19-2017/96.pdf>. (дата звернення: 15.01.2022);
2. Семейон В. С. Поняття необоротних активів, їх класифікація та склад / В. С. Семейон // Вісник Житомирського державного технологічного університету: економічні науки. – 2009. – № 3 – С. 161-167;
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. (дата звернення: 15.01.2022);
4. Гудзь Н.В., Денчук П.Н., Романів Р.В. Бух& галтерський облік. 2&e вид., перероб. і доп.: навч. посіб. Київ: "Центр учбової літератури", 2016. 424 с. URL: <https://cul.com.ua/preview/buh& gu.pdf>;
5. Бразілій Н. М., Крот Ю. М., Пастернак Я. П. Напрями визначення економічної сутності необоротних активів та їх класифікації в системі обліку і звітності. Фінансовий простір. 2022 № 1 (45) С. 7-14;
6. Viktoriya Onegina, Nikolay Megits , Olha Kravchenko , Yuliia Kravchenko. Price transmission in milk supply chain in ukraine. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal Vol. 8, No. 1, 2022. pp. 153-171. <http://are-journal.com>;
7. Онегіна В.М., Антощенко В.В., Кравченко Ю.М. Стан світової торгівлі молочною продукцією: прогнози та перспективи. Економіка та суспільство. No 38. 2022 15 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1285> DOI: 10.32782/2524-0072/2022-38-28;
8. Онегіна В.М., Антощенко В.В., Кравченко Ю.М. Стан світового ринку альтернативних молочних продуктів. Вісник Херсонського державного університету. №4. 2022. С.164-170

Кюрчев В.М., д-р. техн. наук, проф, член-кореспондент НААН України
Легеза Д.Г., д-р. екон. наук, професор
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Україна

Підготовка фахівців як ключовий фактор запровадження інновацій у галузі машинобудування

Історично південний регіон України має потенціал кадрового резерву робітників, інженерів та менеджерів першої ланки у галузі машинобудування. В регіоні понад 50 років надають освітні послуги у сфері інженерного менеджменту два заклади вищої освіти: Запорізький політехнічний університет, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. В Запорізькій та Бердянській області 12 коледжів надають освіту щодо інжинірингу, аграрного інжинірингу та машинобудування, в яких щорічно навчаються від 300 до 400 здобувачів. Навіть в умовах воєнних дій сьогодні проводиться активна робота щодо запровадження дуальної системи навчання, осучаснення освітніх програм та підвищення професійної підготовки молодих фахівців на прогресивних підприємствах регіону. В той же час, існує критичний рівень нестачі кадрів. За 2010-2021 рр. в Запорізькій області кількість штатних працівників у виробництві гумових і пластмасових виробів, а також у металургійному виробництві та виробництві готових металевих виробів зменшилась практично удвічі. Кількість робітників у розрізі галузей зменшується повільно у межах 10-20% [1]. Сьогодні в регіоні відбувається концентрація кадрових ресурсів сектору індустрії та машинобудування. В металургійному виробництві Запорізької області зосереджено 30% кадрових ресурсів України, при виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 22%, при виробництві машин та устаткування – 24% [2].

Опитування керівників підприємств у грудні 2021 року показала, що основними кадровими проблемами регіону є відтоці кадрів за кордон (65% респондентів), старіння кадрів (75%), а також відсутність престижності робітничих професій (85%). В Запорізькій області існує потужна конкуренція між підприємствами на ринку праці з причини того, що підприємства більш конкурують за пошуком фахівців з досвідом ніж пропозицією готових товарів та послуг. В регіоні є кадровий голод на спеціалістів у цифровому маркетингу, IT спеціалістів, а також спеціалістів з програмування станків ЧПУ. Результати опитування показали, що підприємства готові мати партнерські відносин та об'єднуватися в асоційовані групи за умов гарантій міграцій кадрів всередині таких об'єднань.

Більшість керівників підприємств машинобудування наголошують на тому, що молоді спеціалісти після закінчення навчального закладу та набуття професійних навиків на підприємстві протягом одного року звільняються з метою працевлаштування за кордоном. Практично всі респонденти зазначають, що сьогодні робітничі професії неprestижні серед молоді.

З метою виявлення шляхів стимулювання та залучення молоді до галузей індустрії та машинобудування представникам підприємств було запропоновано вказати ключові причини, за якими молодь приходить на підприємство. Основна причина, за якою молодь залучається до роботи на заводах це впевненість не бути звільненим чи втратити роботу. 45% представників роботодавців наголосили, що молоді робітники затримуються на підприємстві з причин фінансової стабільності, що забезпечує їм гарантію в отриманні заробітної плати. Особливо, було наголошено, що такий критерій був вирішальним при пошуку роботи під час пандемії. Одержання високої заробітної плати є однією з передумов зацікавленості роботи в галузі (31% респондентів). Молоді фахівці, що працюють на заводі, звертають увагу на соціальні умови роботи (побут, оплачувані відпустки, лікарняні) та наявність різноманітних професій. Такі критерії створюють робоче місце для них більш привабливим та комфортним. У подальшому необхідно врахувати заходи щодо формування соціальної інфраструктури на підприємствах та забезпечення безпеки праці в умовах пандемії.

На сьогодні більша кількість робітників не володіють сучасними соціальними та психологічними навиками роботи. Серед ключових soft навиків, які необхідно розвивати молоді є бажання само розвиватися та покращувати свою кваліфікацію (62% респондентів), працьовитість та відповідальність (81%), самостійність та ініціативність (52%), виявляти та запропонувати шляхи покращення якості (41%).

З метою залучення додаткових кадрів в машинобудуванні необхідно стимулювати до роботи соціальні верстви населення: люди з обмеженими можливості, жінки, пенсіонери. Розвиток жіночого підприємництва може стати стимулом прояву креативності та інновацій у сфері індустрії та машинобудування.

Потребують вирішення питання подальшого навчання як інженерів, так і менеджерів підприємств. Під час роботи фокус групи представники підприємств наголошували на спеціалізованих та затребуваних курсах. Зазначено, що навчання буде більш ефективним якщо тематика буде запропонована з боку підприємств. За результатами опитування виявлені актуальні теми для навчання такі як використання цифрових технологій у процесах виробництва, запровадження моніторингу якості виробництва, пошук нових експортних ринків. Затребуваним є навчання щодо користування сучасними технічними засобами як для менеджерів так і інженерів. На цьому акцентували увагу 85% респондентів. Не менш важним є знання щодо нових напрямів та методів конструювання та дизайну (85% респондентів), які повинні надаватись поруч із процесом модернізації технологічних процесів. Представники бізнесу зазначили необхідність оволодіння навиками використання цифрових технологій у виробничому процесі (65%) та при просуванні продукції через Інтернет (78%). Немаловажним залишається питання експорту товарів та послуг, тому на отримання сучасних знань щодо пошуку торгових посередників, виходу на ринок та логістики зазначили 54% представників підприємств.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Запорізькій області. (2020). *Запорізька область за 2021 рік. Статистичний щорічник* (р. 366). Запоріжжя; 2. Державна служба статистики України. (2020). *Статистичний щорічник України за 2021 рік* (р. 465). Київ; 3. Розвиток сучасної науки та освіти: реалії, проблеми якості / за ред. В.М. Кюрчева. *Розвиток сучасної науки та освіти: реалії, проблеми якості, інновації* : зб. матер. II Міжн. наук.-практ. Інтернет-конф. 4 жовт, 2021 р. Мелітополь : ТДАТУ, 2021 р.; 4. Легеза Д.Г. Стратегічний розвиток сільськогосподарських підприємств в умовах євроінтеграції. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2018. № 3 (38). С. 123-136; 5. Легеза Д.Г. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств на регіональному рівні. *Економіка та підприємництво: Збірник наукових праць КНЕУ ім. В. Гетьмана*. 2015. Част. 2. №34-35. С. 166-179; 6. Competitive positions of Eastern Europe and Central Asia countries at the world wheat market / Legeza D., Yessengaziyeva S., Adilov S., Britchenko I. *Соціально-економічні проблеми розвитку бізнесу та місцевого самоврядування: тези доповідей міжн. наук.-практ. конф., 14-15 черв., 2018 р.* Мелітополь: ТДАТУ, 2018. С. 441-443.

**Лобанов А. М., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Сучасні проблеми комунікативних процесів в діяльності організації

Комунікативні процеси в організації розглядають з декількох напрямів: психологічного, соціологічного, управлінського. При цьому не досить далекоглядні керівники звикли, що комунікативні процеси в організації є налагодженим, і зазвичай потребують уваги або в момент безпосереднього формування організації, або в період її реструктуризації. Більш досвідчені керівники розглядають всі три напрями [1], однак як дослідження науковців, так і практична увага в організації зазвичай більшою мірою приділяється лише одному напрямку [2] – найбільш критичному в поточний період часу. Це, на наш погляд, обумовлене, по-перше, суттєвими обмеженнями часу та ресурсів, які є в розпорядженні керівників, особливо ресурси часу для формування оптимального механізму реорганізації комунікативних процесів; по-друге, супротивом персоналу змінам, які виникають при будь-якому оновленні комунікацій; по-третє, відсутністю чітких критеріїв, за якими була б можливість об'єктивно визначити доцільність впровадження тих чи інших змін та довести цю доцільність керівникам, колективу, власникам [3, 4], що інколи змушує фахівців обходити питання оцінки їх ефективності, замінюючи її на доцільність [5].

Визначимо основні, на наш погляд, складові комунікативних елементів, які стають найбільш вагомим в сучасному кризовому зовнішньому середовищі для більшості організацій. Якщо спиратися на загальноприйняту класифікацію, то

* Науковий керівник – О. І. Кір'ян, канд. екон. наук, доцент

розглядають джерело (відправника), повідомлення, канал та отримувача. Для того, щоб процес управління здійснився в повному обсязі, необхідно, на наш погляд, на першому етапі забезпечити відповідність та безперебійність взаємодії усіх цих елементів.

Відправник повинен своєчасно сформувавши повідомлення, зробити його достовірним, закодувати в зрозумілому для отримувача вигляді, врахувати при цьому стан та можливість каналу проходження повідомлення, а також можливість отримання та сприйняття повідомлення отримувачем. Тобто, відправник повинен не тільки володіти інформацією для формування самого повідомлення, а й знанням стану всіх інших елементів. Головними проблемами сучасного процесу комунікацій стають:

- перебої в забезпеченні електроенергією робочих місць, що інколи унеможлиблює роботу з повідомленням на всіх стадіях (від його формуванні та передачі до отримання та вивчення);
- перебої в наявності організаційної техніки для формування, передачі та прийому повідомлень управлінським персоналом;
- суттєва розпорошеність персоналу значної кількості компаній географічно;
- кризовий психологічний стан значної кількості працівників компанії;
- знаходження інформації, що повинна доповнювати повідомлення, в різних місцях або з ускладненнями щодо доступу до неї більшості співробітників.

Для часткової нейтралізації вказаних проблем необхідно, на наш погляд, застосувати наступні дії.

Першим завданням вважаємо необхідність підвищити технічну обізнаність всього персоналу, в тому числі керівного складу, який є основним джерелом формування повідомлень. Кожен учасник процесу повинен знати – які технічні засоби комунікації присутні в інших учасників, їх можливості. На базі цього керівники повинні скласти рекомендації щодо виду та форми створення повідомлення та оновлювати їх при змінах забезпеченості окремих членів колективу; доводити цю інформацію своєчасно до всіх членів колективу. При цьому важливо, щоб всі члени колективу були готові навчатися новим прийомам та методам комунікації, були уважними до постійних змін.

Друга важлива дія в таких умовах – мінімізація інформаційних потоків. Керівникам необхідно регулярно переглядати зміст інформації та залишати лише вкрай необхідну. Це вивільнить інформаційні канали та зробить комунікацію більш продуктивною. Але одночасно з цим виникає необхідність посилення зворотного зв'язку між учасниками комунікативних відносин з тим, щоб в разі аварійного зупинення інформаційного потоку своєчасно відреагувати.

Це змушує посилити системність та регулярність значної кількості процесів, що дозволить всім їх учасникам в разі потреби заздалегідь підготуватися та налаштуватися на прийом-передачу інформації. Виникає потреба, з одного боку, в формуванні чітких графіків здійснення всіх процесів, з іншого – забезпеченні гнучкості їх здійснення в часі в разі виникнення проблем в комунікаціях.

Одним з елементів, які повинні стати обов'язковими в сучасних реаліях комунікації – це формування новітніх підходів до збереження інформації. Якщо декілька років тому більшість її зберігалася на внутрішніх серверах організації, то за умов, коли в будь-який момент сервер може бути знищений, виникає потреба перемістити її в інтернет простір. Це, з одного боку, покращує доступ до неї для кожного працівника незалежно від часу та місця звернення, однак з другого потребує термінового навчання робітників безпеці в роботі з інформацією, бо інтернет-простір більш доступний для комерційного шпигунства, шахрайства та викрадень промислової та особистої інформації.

Тож більшість працівників компаній зараз змушена буде засвоїти особливості сучасної інформаційної та комунікативної безпеки, роботу з новими сховищами, інформаційними потоками, формами створення, обробки та передачі інформації, використання зворотного зв'язку.

Ще одна проблема, яка існує в окремих організаціях – це інколи не достатній рівень володіння діловою державною мовою окремих працівників, які приймають активну участь в формуванні повідомлень. В окремих випадках, коли питання стосується техніки безпеки, юридично вагомих документів, це може стати суттєвою проблемою. Тому необхідно періодично отримувати незалежну оцінку володіння лінгвістичними, професійними, юридичними тонкощами формування повідомлень відповідних осіб з подальшим їх розвитком, навчанням до необхідного рівня.

Вважаємо, що запропоновані заходи дозволять частково подолати наявні проблеми комунікаційних процесів в організаціях та підвищать результативність їх діяльності.

Список використаних джерел:

1. Невальонний Є. О. Сутність комунікації як процесу у сфері управління. *Наука і оборона*. 2019. № 2. С. 35-38. URL: <http://nio.nuou.org.ua/article/view/179792> ;
2. Філіпов В. К. Комунікативні процеси в ефективному управлінні. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. № 3 (61). С. 107-114. URL: <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/234865> ;
3. Грищук А., Семенишин В. Методики оцінки ефективності комунікацій в системі менеджменту. *Вісник Львівського університету*. 2010. Серія економічна. Вип. 43. С.184-196. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/6964/6972>;
4. Сагер Л. Ю. Формування методичного апарату оцінювання ефективності комунікаційної діяльності промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1740>;
5. Коберник І., Краснова К. Ефективні комунікації для освітніх управлінців. Посібник. Київ, 2019. 72 с. URL: <https://nus.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/efektyvni-komunikacii-posibnyk-final-preview-20-12.pdf>

Мещеряков В.Є., канд. екон. наук, доцент
Кривоніс С.В., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інтелектуальна транспортна система як інноваційна концепція розвитку транспортно-логістичного комплексу України

Виробники транспортних засобів постійно розробляють нові та вдосконалюють існуючі важливі передові технології, для того, щоб вони стали безпечнішими та більш зручними. Щонайменше, 50% із таких технологій застосовуються в роботі поїздів та автобусів. Передові технології зазнають все більшого застосування для потужних систем громадського транспорту, а також для розповсюдження інформації для клієнтів про прибуття поїздів та автобусів.

Якщо ж вести мову про логістичний сектор, то тут існує низка технологій, яка діє задля покращення ефективного руху транспортних засобів та відповідних комерційних організацій як ланки ланцюга постачання. Ці різні технології відтепер відомі під назвою інтелектуальні транспортні системи (ІТС). Інтелектуальна транспортна система (ITS, Інтелектуальний транспортний менеджмент) – це система, яка поєднує комп'ютерні, інформаційні та комунікаційні сучасні технології для кращого управління рухом транспорту та товарів у режимі реального часу, а також дозволяє підвищити безпеку дорожнього руху і якість транспортного обслуговування.

Інтелектуальні транспортні системи наразі є найрізноманітнішою та найбільшою групою. Вони охоплюють широкий спектр систем, а також страхування та контролю за транспортним засобом чи водієм; тисячі різноманітних систем, що використовують дані, щоб створювати «інтелектуальні» рішення в транспортній галузі. До цих категорій належать більшість транспортних «додатків», що доступні на сучасних смартфонах [1].

Використання ІТС сприяє побудові більш надійної, безпечної та ефективної транспортної системи, а також зменшення шкідливості її впливу на довкілля.

Майбутній розвиток системи повинен враховувати наступні завдання:

1. Поліпшення показників енергоефективності всіх видів транспорту; розробка та застосування екологічних видів палива.
2. Покращення функціонування мультимодальних логістичних схем, зокрема за рахунок більш ширшого використання нових видів транспорту, які є ресурсоефективнішими за своєю суттю, там, де інші технологічні процеси є недостатніми (при перевезенні вантажів на далекі відстані).
3. Ефективніше використання транспорту та інфраструктури завдяки удосконаленню управління перевезеннями та інформаційних систем (ITS, SESAR, ERTMS, SafeSeaNet, RIS7).

Вирішення перелічених питань дозволить вирішити більш складні завдання до 2050 р. і неймовірно складні - до 2020-2030 рр. щоб можна було гарантувати рух у точному напрямку. Масштаб зміни систем функціонування

транспорту буває різним в залежності від транспортного орієнтування, тому що відрізняються технічні варіанти для кожного сегменту.

Загальноприйняті способи опису потенційного застосування ІТС для абонентів в рамках 11 вузлів послуг для користувачів ІТС, що включають інфраструктуру, транспортні засоби та працівників, надано у таблиці.

Таблиця

Загальноприйняті способи опису потенційного застосування ІТС

Вузол послуг для абонентів	Послуги для абонентів
Інформаційні послуги для подорожуючих	Інформація, отримана до подорожі. Інформація, що отримана при подорожі. Визначення маршруту і навігація – до подорожі Визначення маршруту і навігація – під час подорожі.
Управління транспортними операціями та операційні послуги	Управління транспортними операціями та від регулювання руху. Управління надзвичайними ситуаціями, пов'язаними з транспортом. Управління попитом.
Обслуговування транспортних засобів	Покращення видимості. Автоматичне управління транспортом; Уникнення аварій. Готовність системи безпеки до надзвичайних ситуацій.
Обслуговування вантажного транспорту	Розмитнення комерційних транспортних засобів; Процес адміністрування комерційними транспортними засобами. Інспекція безпеки на дорогах. Управління транспортним парком для вантажного транспорту.
Обслуговування громадського транспорту	Управління громадським транспортом. Транспорт, що реагує на попит.
Обслуговування у надзвичайних ситуаціях	Сповіщення про НС, пов'язані з транспортом, і особиста безпека. Пошуки транспорту після крадіжки. Управління транспортними засобами під час надзвичайних ситуацій. Повідомлення про надзвичайні ситуації.
Особиста безпека, пов'язана з безрейковим транспортом	Безпека великих громадських поїздок. Покращення безпеки для сприйнятливих користувачів доріг Покращення безпеки для чутливих користувачів доріг. Положення про безпеку для пішоходів, що користуються інтелектуальними зв'язками та вузлами.
Послуги електронної оплати	Електронні фіноперації, що пов'язані із транспортом. Об'єднання послуг електронної оплати, сполучених із транспортом.

Враховуючи те, що наша країна досить сильно відстає в області розуміння транспортного процесу, розроблення обговорень щодо розвитку ІТС в Україні передбачає, по-перше, аналіз зарубіжного досвіду; по-друге, використання світових аналогів з розробки та впровадження ІТС з урахуванням української реальності. Отже, слід використання нового досвіду, сучасні технічні і технологічні розробки, стимулювання нових вітчизняних досліджень. Проблематика введення ІТС має стратегічний характер, це рішення в цілому визначає конкурентоздатність кожної країни на зарубіжному ринку і в зв'язку із значною капіталоємністю не може бути впроваджена без участі держави.

Процвітання нової транспортної стратегії для ІТС на рівні держави, уряд повинен взяти на себе право розробки стандартів та документів з урахуванням діючих юрисдикцій [2].

Формування та розвиток в Україні ІТС підійме ефективне управління перевезеннями, скоротить втрати на перевезення вантажів та пасажирів, допоможе зниженню рівня завантаженості вулиць і доріг, а також підвищить безпеку руху на дорогах та сприятиме інформуванню учасників дорожнього руху щодо діючої дорожньо-транспортної ситуації та кращих маршрутів проїзду.

Список використаних джерел: 1. Волошин В. С., Колосок В. М., Амеліницька О. В., Ходова Я. О. Сталій розвиток вітчизняних логістичних систем в умовах євроінтеграційних трансформацій: монографія / ДВНЗ "ПДТУ". Мариуполь : ПДТУ, 2020. 240 с. 2. Нікішина О. В. Логістична структура товарного ринку: теоретичні й прикладні положення. *FoodIndustryEconomics*. 2019. 11 (2). С.20-30.

**Михайлов Є.О. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Роль і значення ІТ-консалтингу в управлінні

Консультавання в області інформаційних технологій (скорочено ІТ) є найбільш молодю областю, інформаційні технології є ефективним інструментом підтримки інноваційного бізнесу. Бізнес-консалтинг у сфері інформаційних технологій включає повний комплекс послуг з розробки, консультавання та впровадження практичних заходів з оптимізації інформаційної інфраструктури в системах захисту інформації з питань інноваційної економіки.

ІТ-консалтинг надає наступні види послуг: консультаційні послуги з закупівлі, встановлення та експлуатації комп'ютерного обладнання; консультаційні послуги щодо системного та прикладного програмного забезпечення на основі аналізу інформаційних потреб клієнтів; консультації щодо вибору ІТ-інновацій з урахуванням стратегії розвитку інноваційного бізнесу; консультаційні послуги з інформаційної підтримки та програм обробки даних; послуги з обслуговування та ремонту споживчої техніки; системне управління локальними комп'ютерними мережами [2, с. 56].

Основним продуктом ІТ-консалтингу є ІТ-стратегія, що включає розробку та впровадження цільової архітектури інноваційних організаційних інформаційних систем. Формулювання стратегії ІТ-консалтингу виглядає наступним чином: основним завданням бізнес-консалтингу є аналіз поточних стратегічних цілей компанії, формування бізнес-цілей ІТ-проектів і формулювання стратегій досягнення цілей; бізнес-цілі ІТ-проектів можуть бути

* Науковий керівник – В.В. Ткаченко, канд. екон. наук, доцент

пов'язані з фінансами, маркетингом, продажами, логістикою, виробництвом, персоналом та іншими аспектами управління [2, с. 137].

Отже, метою стратегії ІТ-консалтингу є вибір ІТ-інструментів для реалізації бізнес-моделі та досягнення поставлених цілей. Враховуючи стратегічне значення інформації у формуванні інноваційних спільнот, можна сказати, що у підприємницькому ризику формування стратегії ІТ-компанії присутній фактор інформаційного ризику.

Таким чином, методологія управління ризиками може бути ефективно застосована до управління інформаційними ризиками консалтингового бізнесу в сфері інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Гайдей О.О., Лісун Я.В. Механізм управління стратегічними змінами як інструмент капіталізації підприємницької діяльності (світова практика). *Міжнародна економічна політика*. 2012. Ч. 1. С. 472–479; 2. Хміль Ф. І. Основи управлінського консультування : навч. посіб. Київ: Академвидав, 2008. 240 с.

Мірзоева Т.В. д-р екон. наук, доцент
Гарбут М.А. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Національний університет біоресурсів та природокористування
України, Україна

Щодо управління інноваціями в умовах сьогодення

Одним із найбільш вагомих завдань сучасності є ефективне формування систем управління інноваційною діяльністю для забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та збільшення прибутковості. У роботі розглянуто поняття «інновація» та її види, а також «управління інноваціями» та підходи щодо його визначення.

У наш час неможливо уявити світ без постійних змін і втілення нових ідей, спрямованих на забезпечення еволюції економічного та соціального розвитку. Це стосується й суб'єктів господарювання, які постійно намагаються вдосконалювати продукт або послугу, на виробництво яких спрямована діяльність підприємства, задля підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Для створення ефективної системи управління інноваційною діяльністю, варто правильно сформулювати поняття «інновація» та «управління інноваціями». «Інновація» насамперед розуміється як нововведення, нові технології, техніка, що є результатом досягнень науково – технічного прогресу; вкладення коштів в економіку, що забезпечує зміну поколінь техніки і технології [2]. Тобто для підприємства це нові ідеї, які породжують удосконалений продукт або новий підхід у технологічному процесі. Основними видами інновацій залежно від сфери застосування наукових здобутків є продуктові, технологічні,

* Науковий керівник – д.е.н., доцент Мірзоева Т.В.

організаційні, економічні та соціальні [1]. Для визначення поняття «управління» існує низка підходів: філософський – наука і мистецтво; процесуальний – прийняття та реалізація певних рішень; поведінковий – фіксація і орієнтація поведінки; функціональний – сукупність функцій; суб'єктно-об'єктний – вплив суб'єкта на об'єкт; полісуб'єктний – створення умов співтворчості [1]. Отже, «управління інноваціями» – система засобів, методів і форм, метою якої є управління інноваційними процесами в організації та підвищення економічних результатів суб'єктів господарювання.

З кожним днем усе більше й більше виникає вимог до процесів створення інновацій на підприємствах. Суб'єкти господарювання мають не тільки слідкувати за змінами у світі, науково-технічним прогресом та глобалізацією, а ще й вміти адаптуватись до різних ситуацій, наприклад таких як війна та її наслідки в країні. Для цього підприємства використовують формальні та неформальні методи управління та мають кадрове забезпечення, яке може швидко адаптуватись до складних та непередбачуваних ситуацій. Щоб ефективно реалізувати управління інноваціями необхідні також і певні ресурси: інтелектуальні ресурси, інфраструктурні, матеріальні, кадрові та фінансові [5].

Держава має також неабиякий вплив на інноваційний розвиток підприємства, особливо в умовах сьогодення. Цей вплив проявляється через зміни в законодавстві, фінансуванні певних галузей, підвищення рівня освіти громадян, загострення політичної ситуації тощо [4]. Державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом створення державних інноваційних установ для фінансової підтримки; захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності; впровадження пільг щодо оподаткування; створення інноваційних програм [3].

Таким чином, можна зробити наступні висновки. Добре сформована система управління інноваціями – це виконання доцільних і творчих підходів, співтворчість з інноваційно – активними суб'єктами зовнішнього середовища, а також добре підібрані кадри. Також, зважаючи на постійні зміни у світі та вплив держави, варто використовувати не тільки формальні підходи й методи управління інноваціями, а й неформальні, для більш точного вивчення певної ситуації та для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Безгін К.С., Клименко Ю.М. Управління інноваціями: Навчальний посібник. Вінниця: ДонНУ, 2017. 207 с.; 2. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ: 2006, 355 с.; 3. Закон України. Про інноваційну діяльність. Розділ II Стаття 6. Державне регулювання інноваційної діяльності; 4. Кобрин Л. Й. Діагностика факторів інноваційного розвитку підприємства. Наукові записки. Львів. 2016; 5. Копитко М.І. Управління інноваціями: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів. ЛьвДУВС. 2019. 292 с.

Могильна Л.М., канд. екон. наук, доцент
Линник В. О., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Сумський національний аграрний університет, Україна

Особливості управління інноваційними процесами в сільському господарстві

Розвиток кожної галузі економіки залежить від рівня інноваційної активності підприємств та організацій. Більшість компаній, що діють на світовому та національному ринках, намагаються впроваджувати у свою практику інновації. Основними характеристиками інновацій є їхня новизна, цілеспрямованість у бік максимізації ефективності та мінімізації ризику, зв'язок з наукою та умова подальшої практичної реалізації. Таким чином, управління інноваційним розвитком підприємства – це особливий вид управлінської діяльності, що передбачає забезпечення інноваційного розвитку підприємства через цілеспрямований вплив на його господарський процес. При цьому зазначений вплив здійснюється суто у межах інноваційної діяльності. Складність організації інноваційної діяльності полягає в періодичному та часом дуже швидкому моральному старінні нововведень, появі передових нововведень. Цим пояснюється перманентність цих процесів у розвинених соціально-економічних спільнотах.

Сільськогосподарські підприємства не є виключенням та теж впроваджують інновації, однак більша агровиробників є консервативними в цьому питанні. «Інноваційна пасивність керівників і спеціалістів агропідприємств пов'язана значною мірою з вкрай незадовільними фінансовими можливостями, а також нездатністю значної частини управлінських кадрів адаптуватися до ринкових умов господарювання» [1, с. 67]. Зазначимо, що на інноваційний розвиток у сфері сільського господарства впливають технічні, природні процеси та фактори. Слід наголосити, що при виробництві сільськогосподарської продукції задіяні живі організми, а це робить результати наукових досліджень більш вартісними та тривалими.

Традиційна селекція, особливо сільськогосподарських рослин, худоби та птиці, спрямована на збільшення продуктивності сільського господарства, підвищення стійкості культивованих видів до захворювань та шкідників, а також покращення якості продуктів з точки зору поживності та легкості обробки.

Разом з тим, українські агровиробники мають у своєму розпорядженні достатні природні ресурси та унікальні кліматичні умови, які за більш повного, раціонального та ефективного застосування земельних ресурсів, включаючи високородючі ділянки землі, ґрунт та агрокліматичні переважні особливості з одночасним створенням сприятливого інвестиційного клімату, можуть сприяти розвитку та ефективному функціонуванню галузі.

Однак, деякі великі підприємства (агрохолдинги) забувають про бережливе ставлення до ресурсів, а тому інтенсифікація та розширення сільського господарства, викликані впровадженням нових методів та сільськогосподарських систем, призводять до появи нових ризиків для здоров'я

та навколишнього середовища. Наприклад, збільшення кількості розпилюваних агрохімікатів та посилення ерозії ґрунту внаслідок інтенсифікації обробітку ґрунту.

Наголосимо, що пріоритетні інноваційні напрямки в сільському господарстві полягають: у впровадженні високопродуктивних сортів сільськогосподарських культур, що дають кращу якість продукції при більшій урожайності; у розробці системи землеробства (біологізація землеробства); в освоєнні маловитратних енергозберігаючих та інтенсивних технологій вирощування основних сільськогосподарських культур, які ґрунтуються на використанні оптимальних норм висіву, добрив та інтегрованої системи захисту посівів від шкідливих організмів, що забезпечують додатковий врожай сільськогосподарських культур. та ін.

Головними чинниками, що стримують використання інновацій у сільському господарстві, виступають: кризовий фінансовий стан більшості організацій сільського господарства, відсутність власних фінансових ресурсів, недоступність банківського кредиту.

Лейтмотивом роботи з впровадження інновацій у виробництво є створення ефективно працюючої інноваційної системи аграрного сектора. Це має першорядне значення, особливо з урахуванням швидкого розвитку цифрового сільського господарства у країнах із розвинутою економікою, коли конкурувати із західними компаніями стає дедалі важче. Тому для збереження перспективних джерел фінансування слід забезпечити підтримку держави, особливо на заключному етапі освоєння інновації (через недостатню платоспроможність товаровиробників).

Організаціям, які здійснюють інноваційну діяльність, необхідно надавати чітку систему пільг, визначити заходи стимулювання інноваційної діяльності на основі мотивації та зацікавленості працівників. Важливе значення має розвиток інноваційного підприємництва у всіх його формах як засобу зміцнення ринкових відносин у науково-технічній сфері сільського господарства та створення сприятливого інвестиційного клімату з раціональним поєднанням державного фінансування науки.

Секрет успіху інноваційної системи криється в об'єднанні зусиль учасників інноваційного процесу – української сільськогосподарської науки, агробізнесу та держави. Роль держави тут є вагомим. Необхідні своєчасні реальні дії, практичні кроки щодо організації інноваційної системи, а не просто обговорення нагальних проблем сільського господарства України.

Список використаних джерел:

1. Дудар Т. Розвиток інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. Вип. 1. С. 60-69. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34035/1/%d0%94%d1%83%d0%b4%d0%b0%d1%80.pdf> (дата звернення: 29.10.22).

**Новоселець А.І., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

**Концептуальні засади змісту механізмів інноваційного управління
конкурентоспроможністю аграрних підприємств**

Сучасні тенденції розвитку української економіки, об'єктивні глобалізаційні прояви світової економіки, непередбачуваність політичного процесу у світі вимагають від суб'єктів господарювання виробляти інноваційні механізми управління як єдину передумову їх адаптації на ринку, що будуються на засадах інноваційної моделі розвитку і впровадження в практику господарювання управлінських інновацій. Необхідність імплементації в систему менеджменту аграрних підприємств інноваційного управління спричинена наростанням інтенсивності конкуренції і прагненням забезпечити собі стабільність на ринку, а досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливе за рахунок запровадження сучасних концепцій та практик управління суб'єктом господарювання: адаптації корпоративних і конкурентних стратегій через механізми передбачення змін, оптимізації асортименту продукції на основі моніторингу конкурентного середовища і узгодження життєвих циклів продукції, формування системи ризикозахищеності підприємства, оптимізації структури капіталу і забезпечення платоспроможності та ліквідності підприємства, побудови взаємовигідних відносин партнерства з постачальниками, споживачами та інституціями ринкової інфраструктури, організаційних перетворень тощо [1].

Реалії сучасного суспільства стали передумовою перегляду основних положень усталеної парадигми менеджменту, у результаті чого новітні тенденції розвитку управлінських технологій розглядаються у контексті зростання вартості бізнесу. Управління сучасними аграрними підприємствами базується на концепції їх розвитку як відкритої соціально-економічної системи та виокремлює підхід, згідно з яким вся внутрішня побудова системи менеджменту підприємства є відповіддю на різноманітні за своєю природою впливи різних стейкхолдерів. Організація діяльності будь-якого аграрного підприємства базується на системі таких управлінських принципів: принципів цілепокладання (первинності цілей, дерева цілей, цільової адаптації, безперервності цілей, стратегічного планування); принципів форми (системності, толерантності, конструктивності, ієрархічності, універсальності); принципів змісту (провідної ланки, необхідної різноманітності, необхідності та достатності, резервування і дублювання, єдності форми і змісту); принципів взаємозв'язку (лінійності та функціональності, паралельності та послідовності, розподілу та спеціалізації, оптимальної кількості ланок, зворотного зв'язку); принципів взаємодії (оперативності та гнучкості, безперервності та ритмічності, розподілу та кооперації функцій, адекватності дії).

* Науковий керівник – В.М. Онегіна, канд. екон. наук, професор

Враховуючи розвиток конкурентного середовища, глобалізаційні процеси економічного зростання, коли внаслідок інтенсифікації конкурентних змагань між підприємствами значно ускладнюється механізм формування і використання конкурентних переваг, базою для реалізації підвищення конкурентоспроможності стають ефективні управлінські інновації через функціонування адаптивних і підтримуючих механізмів.

Адаптивні механізми налаштовують підприємство до змін, створюють напругу, однак і спонукають до активної реакції на зовнішні та внутрішні виклики, створюючи всі умови для ефективного функціонування підприємства. Підтримуючі механізми, навпаки, стримують підприємство від швидких змін, які спроможні вивести його зі стану рівноваги. Підтримуючі механізми можуть провокувати застій і гальмувати зростання підприємства.

Систематизуючі найбільш поширені класифікації, Чухрай Н.І виокремлює такі інновації, як організаційно-управлінські інновації – це зміни в процесі управління, протягом якого продукти і послуги задумуються, виробляються і постачаються споживачам. На думку науковця, управлінські інновації впливають на всю діяльність організації [2].

Лапко О.О. поділяє інновації на локальні, регіональні (галузеві), державного значення та міжнародного значення [3]. Запропонований підхід до класифікації інновацій, дає змогу засвідчити його ґрунтовність, однак найбільш цінним для обґрунтування системи інноваційного управління конкурентоспроможністю підприємства, на нашу думку, є виділення згаданою авторкою класифікаційної ознаки інновацій «за значенням наслідків та охопленням частки ринку».

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у своїх рекомендаціях щодо аналізу інновацій та інноваційної діяльності не виділяє окремою групою управлінські інновації, зосереджуючись лише на продуктових, процесових, організаційних та маркетингових інноваціях [4]. Однак, на думку Тарнавської Н.П., кожна з означених груп інновацій прямо чи опосередковано стосується управлінської діяльності [5].

Рівень конкурентоспроможності підприємства визначають, в основному, його конкурентні переваги. М. Портер абсолютно справедливо підкреслює, що вирішальним в конкурентній боротьбі для підприємства є те, як довго воно зможе утримати наявні у нього конкурентні переваги. Це залежить від трьох чинників:

1) тип джерела переваги: більш низького рангу, наприклад, дешева робоча сила або сировина, які можуть отримати і конкуренти; або більш високого рангу – таких, як сучасна технологія, висококваліфіковані кадри або репутація, заснована на посиленій маркетинговій діяльності;

2) кількість наявних у підприємства джерел конкурентної переваги: добре їх мати якомога більше;

3) найважливіший фактор – постійний апгрейд всіх видів діяльності [6].

Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності та конкурентних переваг на ринку в умовах мінливості зовнішнього середовища, підприємствам необхідно розвивати технологічні та управлінські інновації, оскільки самі

технологічні інновації не збільшать продуктивності без управлінських інновацій. Саме управлінські інновації вносять зміни у бізнес-процес підприємств. На сьогодні до управлінських інновацій можна віднести: реінжиніринг бізнес-процесів BPR (Business Processes Reengineering), систему управління за цілями (MBO – management by objectives), систему тотального управління якістю TQM (Total Quality Management), збалансовану систему показників (BSC – Balanced Scorecard), систему планування ресурсів підприємства (ERP – Enterprise Resource Planning), систему взаємовідносин з клієнтами (CRM – Customer Relationship Management), систему раціоналізації діяльності на основі порівнянь (Benchmarking), систему ефективного управління часом TBM (Time Based Management), управління знаннями (Knowledge Management), систему ощадного управління LM (Lean Management), управління взаємовідносинами з покупцями (CRM - Customer Relations Management, у різних трактуваннях - електронний CRM, маркетинг «один на один») систему управління взаємовідносинами з покупцями (CRM - Customer Relations Management), систему управління змінами (Change Management) та інші, які використовуються підприємствами.

Внаслідок економічних змін конкурентна боротьба виробників за обмежений попит споживачів завжди зростає. Конкуруючи на ринках, аграрні підприємства прагнуть набути і утримати конкурентні переваги, для підвищення своєї конкурентоспроможності. Підприємство повинно прагнути стати відмінним, кращим, успішним від інших, впроваджуючи інновації.

Ключовою стратегією для цього повинен бути перехід від концепції, орієнтованої на деякий кінцевий результат інновацій, до інновації моделі бізнесу: нової технології управління, креативних стратегій, вміння використовувати інновації так само, як якість.

Список використаних джерел:

1. Тарнавська Н. П., Демків І.О. Концептуальні положення моделі управління гнучкістю підприємства. *Бізнес інформ.* №2. 2017. с. 307-317.
2. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник. К.: КОНДОР, 2006. 398 с.
3. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. К.: ІЕП НАНУ, 1999. 254 с.
4. Керівництво Осло. Рекомендації щодо збору та аналізу даних стосовно інновацій. Спільна публікація ОЕСР та Євростату / пер. з англ. та наук. ред. Г. О. Андрощук. К.: УкрІНТЕІ, 2009. 162 с.
5. Тарнавська Н.П. Управлінські інновації у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України. Управлінські інновації. № 1. 2012 р. с.34-55
6. Porter M. (1980) *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980.

**Онегіна В.М., д-р екон. наук, професор
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Концептуальні основи інноваційної екосистеми університету

Підтвердженням визнання важливої ролі університетів в національних інноваційних системах є включення показників їх діяльності у методики визначення рейтингового місця країн за глобальним інноваційним індексом (Global Innovation Index) [5], у Європейському інноваційному табло (European Innovation Scoreboard) [10]. Університети сьогодні є не лише місцем підготовки кадрів для економіки майбутнього, а й науковими лабораторіями, осередками трансферу інновацій.

Показники діяльності університетів, що включаються до світових та регіональних рейтингових оцінок, відображають сучасне бачення експертів внеску університетів у результати функціонування національних інноваційних систем. Зокрема в Європейському інноваційному табло серед вхідних умов інноваційного розвитку, що формують людські ресурси, роль університетів відображається в індикаторах кількості населення у віці 25-34 років із закінченою вищою освітою, нових докторів наук; оцінка привабливості системи досліджень включає індикатори сумісних міжнародних публікацій, цитування, та навчання іноземних докторантів; сприятливе інноваційне середовище та інноваційні активності враховують оцінку стану зав'язків і співпраці між фірмами, дослідниками, приватним і державним секторами, підтримку урядом досліджень та інноваційної діяльності за витратами на НДДКР в університетах та державних дослідницьких організаціях. Та поряд із взаємозв'язком університетів із зовнішнім середовищем має сформуватися і органічна архітектура самої інноваційної екосистеми університету, яка адаптована до викликів сучасності.

Теорія інноваційних систем на національному рівні, в розвиток якої зробили вагомий внесок К. Фріман, Б.-А. Лундвалл, Л. Сосьет [4, 7-9] була продовжена багатьма вченими [1-3]. Б. Карлссон, С. Якобссон, М. Холмен та А. Рикне приділили увагу методологічним аспектам вивчення систем та застосуванню системного підходу при дослідженні інноваційного процесу [3]. Вони зазначили, що системи складаються з компонентів, відносин (зв'язків) і атрибутів. Компоненти системи є її операційними частинами та можуть бути різних типів (суб'єкти, інститути, матеріальні об'єкти). Відносини є формою зв'язків між компонентами, атрибути ж є властивостями компонентів та зв'язків системи. Динамічні властивості системи - стійкість, гнучкість, здатність генерувати зміни та пристосовуватися до змін у навколишньому середовищі розглядаються серед найбільших важливих атрибутів інноваційних систем. Функціями інноваційних систем є генерувати, поширювати та використовувати технології. Таким чином, основними ознаками інноваційної системи є можливість акторів щодо створення, поширення та використання продуктивних та технологічних інновацій, які мають економічну цінність.

Протягом останніх 20 років стала популярною концепція інноваційних екосистем, яка поєднала концептуалізації інноваційних систем і природних екосистем, в яких процеси відбуваються як перетворення речовин уздовж шляхів життя підсистем з переробкою енергії [6]. Таким чином, властивістю інноваційної екосистеми є процеси трансформації та відтворення інноваційної діяльності, переплетіння процесів генерування інновацій та відтворення інноваційного потенціалу системи.

Інноваційну екосистему університету ми розглядаємо як сукупність взаємопов'язаних елементів, форм взаємозв'язків між ними, які взаємодіють у процесах формування, використання та розвитку відповідного інноваційного потенціалу для організації наукових досліджень та дослідно-конструкторських розробок, створення, маркетингу і використання нових, економічно, соціально та екологічно цінних знань, а також забезпечують залучення університету до національної та глобальної інноваційної екосистем. Визначальними трендами, що формують виклики та під впливом яких відбуватиметься зміна інноваційної системи університету, вважаємо глобалізацію, діджиталізацію, активне поширення принципів циркулярної економіки. Ці процеси змінюватимуть як внутрішні компоненти системи, так і взаємозв'язки між ними, впливатимуть на якісні та кількісні параметри ресурсів, що використовуються, та результати функціонування екосистеми.

Список використаних джерел:

1. Ганущак-Єфименко Л.М., Єрмошенко М.М. Економіка та управління інноваційною діяльністю. Київ: Національна академія управління, 2017. 212 с.
2. Федулова Л.І. Інноваційна система аграрної сфери України. АгроІнком. 2012. №1-3. С. 53-62.
3. Carlsson, B., S. Jacobsson, M. Holmén, and A. Rickne (2002) Innovation systems: analytical and methodological issues. *Research Policy*, 31, 233–245.
4. Freeman, C. & Soete L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation: Third ed.* Cambridge: MIT Press.
5. Global Innovation Index 2022. Report / Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO). URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section1-en-gii-2022-at-a-glance-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>.
6. Granstrand, O., Holgersson, M. (2020). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, 90-91. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2019.102098>
7. Lundvall, B.-Å. (2003) *National innovation systems: history and theory.* Aalborg: Aalborg University Press.
8. Lundvall, B.-Å., ed. (1992). *National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning.* London: Pinter Publishers.
9. Lundvall, B.-Å., B. Johnson, E.-S. Andersen, & B. Dalum (2002). National systems of production, innovation and competence building. *Research Policy*, 31, 213–231. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00137-8](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00137-8)
10. Hollanders H., Nordine Es-S. / Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (MERIT), European Commission (2022). *European Innovation Scoreboard 2022 – Methodology Report.* 87 p. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/system/files/2022-09/ec_rtd_eis-2022-methodology-report.pdf.

**Орлов В.В., канд. екон. наук, докторант
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Категорія «економічний потенціал»: проблеми дефініції

Сучасний світ перебуває на етапі важливих трансформаційних процесів, які ще не мали місця в світовій історії. Поруч із глобалізацією економіки, посиленням ризиків та загроз міжнародного бізнес-середовища країни змушені зазначати впливу наслідків економічних криз. Яскравим прикладом є пандемія коронавірусу COVID-19, яка призвела до кризи системного характеру, на вихід з якої знадобиться багато років, особливо для країн з перехідною економікою. За таких умов економічне зростання держави прямо залежить від рівня ефективності використання наявного економічного потенціалу підприємств, регіонів та окремих галузей національної економіки, що є основою економічного потенціалу держави і запорукою зміцнення її позицій у світовому економічному просторі.

Важливість науково-практичної проблеми розвитку потенціалу, зокрема економічного, обумовлена відсутністю єдиних концептуальних підходів, що враховують складність його економічної природи та особливостей з огляду на реалії сьогодення.

Слово «потенціал» походить від лат. *potential* і означає можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані у процесі будь-яких видів діяльності. У економічному дискурсі слово потенціал виникло із характеристики фізичних величин, що втілюють певні сили та засоби, за допомогою яких можливе примноження таких сил.

Енциклопедичні джерела свідчать про різновекторність трактування потенціалу, який у більшості випадків пов'язують із управлінням національними економіками країн. Зокрема, за даними Енциклопедії сучасної України, економічний потенціал – здатність економіки країни загалом, її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну діяльність, сприяти розвитку виробництва та споживання. Складовими економічного потенціалу країни є її природно-ресурсний, виробничий, трудовий, науково-технічний та експортний потенціали [1].

Сучасні наукові джерела свідчать про наявність численних підходів до розуміння сутності та ролі потенціалу підприємства як окремої економічної категорії, внаслідок чого постає певна умовність у її співвідношенні з іншими категоріями економічної науки. Часто вживаними у науковій площині є категорії «потенціал», «виробничий потенціал», «економічний потенціал», «ресурсний потенціал», «виробничо-економічний потенціал» та ін. Оскільки за кожною зі згаданих категорій стоїть окремий об'єкт дослідження, постає необхідність виокремлення їх характеристик та унікальних атрибутів, що уможливить подальшу оцінку їх кількісних та якісних параметрів.

Проаналізований еволюційний шлях розуміння потенціалу підприємства свідчить про плавний перехід від ресурсної орієнтації підприємницької

діяльності та зміцнення їх виробничих потужностей до можливостей та здатностей максимальної віддачі цих ресурсів, персоналу та системи менеджменту у процесі життєдіяльності підприємства.

На думку Є.О. Жук, «виробничий потенціал підприємства – це сукупність виробничих ресурсів, наявних і прихованих можливостей та здатність підприємства до їх використання в умовах динамічного ринкового середовища з метою реалізації статутних цілей і завдань» [2, с. 102]. Таким чином, виробничий потенціал – це сукупність наявних у економічного суб'єкта ресурсів і можливостей. В свою чергу, в основі категорії «ресурсний потенціал» лежить поняття ресурсів та можливостей збільшення їх максимальної віддачі. Вважаємо, що сама по собі наявність ресурсів не відображає головний атрибут потенціалу – можливості, компетентності та здатності досягати кінцевих результатів підприємства за умови максимальної віддачі наявних ресурсів. У центрі дефініції фінансового потенціалу містяться фінансові ресурси (активи) підприємств, які за умови максимальної реалізації можливостей щодо їх залучення, збільшення та ефективного використання, забезпечують збалансований розвиток господарюючих суб'єктів.

Отже вважаємо, що категорією, здатною відобразити як наявні ресурси, так і потенційні можливості та компетенції, що дозволяють досягати поставлених результатів чи цілей в процесі створення нової вартості є саме «економічний потенціал».

Проведений аналіз джерел свідчить про наявність ресурсного, цільового, компетентного та інтегрального підходів до дефініції категорії «економічний потенціал», основними складовими яких є ресурси, можливості чи здатності, компетентності, що сприяють досягненню підприємством поставлених цілей і збільшують ефективність його діяльності.

На нашу думку, в умовах шостого технологічного устрою, у якому перебуває сучасний світ, поруч із максимізацією віддачі наявних ресурсів та збагачення компетентностей і можливостей підприємств особливого значення під час зростання економічного потенціалу та створення згаданої вище нової цінності набуває інноваційна складова.

Таким чином, економічний потенціал слід визначати, виходячи із вирішальної ролі інновацій, компетентностей та здатностей у процесі створення нових цінностей чи благ з огляду на мінливе конкурентне середовище, параметри якого чутливі до невизначеності умов та загроз. Тобто, саме трансфер інновацій «замикає» ланцюг створення нової цінності та задоволення інтересів стейкхолдерів на локальному, регіональному чи національному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Киреев С.І. Економічний потенціал // Енциклопедія Сучасної України: електронна версія [веб-сайт] / гол. редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=18794 (дата звернення: 27.10.2022);
2. Жук Є.О. Управління виробничим потенціалом підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 5 (77). С. 101-106.

**Петрецький І.І. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії *
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна**

**Комплексна модель реалізації інноваційно-інвестиційного розвитку
сільських територій в Україні**

Світовий досвід доводить, що у забезпеченні економічного росту та підвищення рівня життя населення вирішальне значення мають нові знання та інноваційна діяльність, які здатні забезпечити постійну модернізацію матеріально-технічної та технологічної бази виробництва, створення конкурентоспроможної продукції та стрімке економічне зростання.

Однак зараз розвиток сільських територій за рахунок інтенсивних інноваційно-інвестиційних процесів ускладнений низкою перешкод, що відповідним чином позначається на економічному та соціально-демографічному стані у межах сільських територій, а відтак й країни загалом. Тому особливо важливо окреслити основні риси та складові моделі інфраструктурного забезпечення інноваційно-інвестиційних процесів розвитку сільських територій, яка б дозволила подолати існуючі нині проблеми інституційного та організаційно-економічного характеру.

Це передбачає гармонізацію пріоритетів в науково-інноваційній сфері і збільшення кількості об'єктів інфраструктурного забезпечення науково-інноваційної діяльності в межах територій, розширення їх функцій та узгодження із регіональними та загальнодержавними програмами розвитку та потребує розвитку нових організаційних форм науково-інноваційної діяльності, що приведе до інтеграції ресурсів інноваційної інфраструктури та підвищення ефективності взаємодії його учасників [1, с. 86].

На наш погляд модель, що здатна задовольнити ці вимоги, повинна включати обов'язкову участь держави й місцевого самоврядування, науково-технологічного сектору та суб'єктів господарювання у перетворенні потенціалу сільських територій на їхні конкурентні переваги та джерела зростання за рахунок формування достатнього інфраструктурного забезпечення процесів залучення інвестиційних ресурсів, створення, поширення та апробації нових технологічних рішень. Відповідно, запропонована комплексна модель розвитку інфраструктурного забезпечення інноваційно-інвестиційних процесів включає три взаємозалежні та взаємодоповнюючі складові (рис.):

- науково-дослідна сфера (фундаментальна та прикладна наука, науково-дослідні центри та інші заклади інфраструктурного забезпечення інноваційної та інвестиційної діяльності, що беруть участь у генеруванні та просуванні інновацій та формуванні інтелектуального капіталу);

- державний сектор (система забезпечення, управління, стимулювання, реалізації та контролю розвитком сільських територій, що лежить в основі активного створення та впровадження нововведень за рахунок формування

* Науковий керівник- Герзанич В.М. канд. екон. наук, доцент

стратегії інноваційного та інвестиційного розвитку територій/регіонів, підтримки органів місцевої влади та місцевого самоврядування);

- підприємницький сектор (підприємства не залежно від форми власності та обсягів (мікро-, мале, середнє та велике підприємство), що працюють у межах сільської території, що виступають як інвестори, безпосередні учасники процесу апробації інновацій, модернізації виробничого процесу та провайдери соціально-економічного розвитку).



Рис. Комплексна модель реалізації інноваційно-інвестиційного розвитку сільських територій

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, комплексна модель реалізації інноваційно-інвестиційного розвитку сільських територій базується на консолідації центрального та локального потенціалу влади, науки і підприємницького сектору з метою створення умов для територіального розвитку, базованих на зміцненні конкурентоспроможності економіки територій, здатності генерувати нові знання та раціонально використовувати наявні ресурси.

Список використаних джерел:

1. Рудь Н.Т. Механізм формування та реалізації інфраструктурного забезпечення інноваційних процесів регіону. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 81–90.

**Садовой В.О. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Управління системними змінами стратегічного розвитку підприємства

В сучасних умовах зовнішнього середовища, що постійно змінюється, формування концепції управління змінами стає все більш актуальним. Це пов'язано зі зростаючою конкуренцією та бажанням компаній ставати кращими у довгостроковій перспективі, щоб задовольнити найвибагливіших споживачів. Зміни є невід'ємною частиною вищевказаних процесів, а ефективні механізми управління є ключовим компонентом стратегічного управління.

Проведені дослідження показують, що головний показник управління системними змінами забезпечує збалансований підхід до формування системних змін у контексті взаємодії з основними видами управління. Відповідно до теорії систем, зміни факторів, що забезпечують успішне функціонування підприємства в умовах стратегічного та конкурентного розвитку, мають охоплювати всі компоненти цілісності системи - цінності (цілі та засоби досягнення цілей), організаційну культуру, функціональне забезпечення; підсистеми прогнозного, інформаційного, обліково-аналітичного, технічного, ресурсного, логістичного спрямування; екологічний, організаційний, соціальний, інтелектуальний, кадровий, управлінський, комунікаційний, іміджевий та інші потенціали. Фундаментальним для успішного впровадження системних змін на підприємстві є ефективне використання його потенціалу [1, с.475].

При управлінні змінами на підприємстві останні слід розділити на два напрямки: управління процесами та управління персоналом. Бізнес-процеси - це взаємопов'язані види робіт, які виконуються протягом певного часу і призводять до досягнення певного результату. Що стосується управління персоналом, то воно є першоосновою для успішного впровадження змін на підприємстві. Ефективність цього процесу залежить від «якості» персоналу, організаційної культури компанії, іміджу керівників, бажання працівників змінюватися. Якщо вам потрібно щось змінити у вашій організації, ефект можливий ціною зміни не лише структури, технології, навичок, кваліфікації, а й цінностей, духу та способу взаємодії людей під час їхньої діяльності [4, с.174].

Щоб удосконалювати свою діяльність і постійно задовольняти споживачів, підтримувати свою конкурентну позицію, компанії повинні своєчасно застосовувати сучасні методи управління змінами, які можна доповнювати, адаптувати або використовувати частково. Сучасні методи включають: аутсорсинг, бенчмаркінг, реінжиніринг, даунсайзинг, всебічне управління якістю, лін-продакшн, концепції 6-Сигма. Щоб вибрати прийнятний підхід до управління змінами для конкретного бізнесу, важливо розуміти рівень його розвитку та потенціал [2, с.216].

Опір змінам може існувати на різних рівнях ієрархії: керівництво, менеджер середньої ланки або співробітники. Щоб визначити правильний шлях

* Науковий керівник – В.В. Ткаченко, канд. екон. наук, доцент

подолання опору змінам, необхідно з'ясувати, який саме рівень опору змінам і чому. Опір може бути як прихованим, у вигляді свідомих бюрократичних зволікань, зриву виробничих процесів, так і відкритим – страйки, пошкодження обладнання, випуск неякісної продукції тощо. Але варто зазначити, що опір не завжди включає негативні аспекти процесу змін [5, с.34].

Стратегічний потенціал підприємства – це система взаємопов'язаних елементів у системі ресурсів організації, які необхідно розподілити за напрямками досягнення стратегічних цілей, щоб здійснити цей процес з найменшими витратами в конкретний період. Виходячи з цього, однією з найважливіших цілей стратегічного управління є раціональний розподіл обмежених ресурсів компанії між її потенційними компонентами [3, с.27].

При цьому необхідно звернути увагу на пріоритетний напрямок, тобто можливість розвитку компанії з наявними ресурсами, здатними забезпечити високий рівень конкурентних переваг. Тому причини опору мають різний характер. У той же час, не треба відкидати аспект людської природи, тому, змінюючи бізнес, спочатку потрібно змінити цінності людей. Зрештою, поведінка співробітників визначає ефективність реалізації стратегії компанії.

Отже, взаємодія елементів потенціалу підприємства є як статичною, що виражається у структурі підприємства, так і динамічною, яка відбивається у внутрішніх процесах підприємства, перетворюючи його на «живий організм», здатним реагувати на зміни зовнішнього середовища. Формування та організація механізму впливають на здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища, тим самим розвиваючи свій внутрішній потенціал.

Список використаних джерел:

1. Гайдей О.О., Лісун Я.В. Механізм управління стратегічними змінами як інструмент капіталізації підприємницької діяльності (світова практика). *Міжнародна економічна політика*. 2012. Ч. 1. С. 472–479; 2. Жаворонкова Г.В., Дяченко О.О. Управління організаційними змінами сучасних підприємств. URL: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nie/2010_3/069-072.pdf (дата звернення 20.10.2022); 3. Куценко В.І., Паращук О.В. Соціалізація економіки шлях до сталого розвитку та високої якості життя. *Економіка і управління*. 2011. №2. С.25-33; 4. Нікітченко Т.О. Система управління змінами стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2016. № 2. С. 173–179; 5. Стеців С.Р. Сутність та етапи управління змінами на підприємстві. *Науковий вісник Полісся*. 2015. URL: http://journals.uran.ua/nvp_chntu/article/view/51634 (дата звернення 11.10.2022)

**Семакович М. В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції

В загальному розумінні, конкурентоспроможність – це властивість об'єкта задовольнити конкретні потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що представлені на даному ринку. Конкурентоспроможність виробництва включає в себе такі категорії як «конкурентоспроможність підприємства» і «конкурентоспроможність продукції».

Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність діяти в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, що достатній для ведення розширеного відтворення. Конкурентоспроможність підприємства – це його компетентність по відношенню до конкурентів за показниками технологій, практичних навичок і знання персоналу, рівнем стратегічного і поточного планування, якістю (систем управління, виробництва, продукції), комунікацій [1].

Нерідко конкурентоспроможність підприємства визначають як відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного господарства від конкурента як за рівнем задоволення суспільних потреб, так і за ефективністю виробничої діяльності [2].

Визначення конкурентоспроможності підприємства може ґрунтуватися на концепції конкурентоспроможності товару, тоді це можливість фірми запропонувати продукцію, яка відповідає вимогам покупця за якістю, в потрібній кількості, в необхідні строки і на більш вигідних умовах поставки і сервісу, ніж конкуренти». Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють його «здатність забезпечити кращу пропозицію порівняно з конкуруючою компанією» [3].

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств – це набагато складніша категорія, що трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності господарств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна. На їх думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати у конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури [4].

Проте, конкурентоспроможність аграрних підприємств не обмежується лише використанням землі. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалого циклу і сезонності виробництва, та ін. Конкурентоспроможність

* Науковий керівник - Філімонов Ю.Л. канд. екон. наук, доцент

господарств має характерні особливості пов'язані із специфікою рослинництва і тваринництва, як видів економічної діяльності; значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників; значною кількістю та різноманітністю підприємств; зонами ризику, в яких перебувають виробники; впровадженням органічного виробництва; екологічною складовою виробничого процесу [5].

Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції – це реальна і потенційна здатність підприємства швидко реагувати на зміни потреб споживачів, на нововведення конкурентів, а також наявну можливість проектувати, переробляти та продавати продукцію, яка по ціновим та неціновим характеристикам в цілому більш приваблива, ніж продукція його конкурентів.

Отже, аграрне підприємство, яке прагне посісти лідируючі позиції серед конкурентів, повинно ставити за мету не тільки задоволення попиту споживачів на товари, але й приділити особливу увагу розробці і реалізації власної ефективної конкурентної стратегії.

Список використаних джерел: 1. Білоусько Ю.Т. Визначення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств. *Вісник Харківського НАУ*. – 2011. № 5. С. 83-91. 2. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. К.: ТОВ «УВПК»УксОб», 2004. 559 с. 3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. К. 2006. 384с. 4. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія]. К: Інститут аграрної економіки, 2007. 270с. 5. Донських А.С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають *Інтернет журнал «Ефективна економіка»*. 2011. № 12. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_32.

Стасюк Ю.М. старший викладач
Волошина А.Р. здобувач вищої освіти ступеня бакалавра
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
Україна

Основні принципи розробки та реалізації інноваційної стратегії підприємства

Впровадження інновацій у виробництво та в соціально-економічну сферу суттєво впливає на рівень економічного розвитку [1].

Конкурентні переваги підприємства в значній мірі полягають в його здатності створювати інновації та впроваджувати їх у виробничий процес [2].

Кожен бізнес, бренд, компанія чи організація так чи інакше впроваджує інновації, але стратегія різна. Єдина причина, чому більшість організацій не можуть впроваджувати інновації, полягає в тому, що їм не вистачає чіткої інноваційної стратегії.

Інноваційна стратегія — це детальний план і спільна інноваційна місія, спрямована на створення нових цінностей, продуктів і послуг, за які потенційні клієнти готові платити. Вона складається з політики та основних цінностей, спрямованих на досягнення майбутнього організаційного зростання. Щоб бути ефективною, інноваційна стратегія має ґрунтуватися на чіткому баченні та заяві про місію.

Інноваційна стратегія є важливою для компаній, які хочуть отримати конкурентну перевагу. Хороша інноваційна стратегія має бути надихаючою та додавати щось унікальне до продукту та послуг, що розробляються.

Ефективна інноваційна стратегія:

- окреслює цілі та пріоритети інноваційної діяльності організації та допомагає зосередити ресурси та енергію на досягненні цих цілей;
- сприяє узгодженню: за наявності ефективної інноваційної стратегії різні підрозділи в організації досягатимуть спільних цілей, а не переслідуватимуть окремі цілі та пріоритети;
- допомагає підприємствам досягти довгострокового успіху: без ефективної інноваційної стратегії компанія навряд чи зможе зберегти конкурентну перевагу та зацікавити клієнтів у довгостроковій перспективі.

Для розробки інноваційної стратегії було виділено певний перелік необхідних дій:

1. Мати чітку мету та стратегічний підхід. Першим кроком до розробки ефективної інноваційної стратегії є визначення бізнес-інноваційних цілей і стратегії, що стоїть за ними. Як правило, інноваційна стратегія має сприяти досягненню загальних бізнес-цілей організації.

2. Знати свою цільову аудиторію та провідних конкурентів. Другим кроком до розробки ефективної інноваційної бізнес-стратегії є визначення цільового ринку та конкурентів компанії.

3. Визначити ціннісну пропозицію. Маючи чітку мету/стратегічний підхід і знаючи цільову аудиторію, наступне, що потрібно зробити підприємству, це визначити свою ціннісну пропозицію. Це один із найважливіших кроків у розробці ефективної інноваційної стратегії. Тому потрібно зосередитися на створенні цінностей, які допоможуть клієнтам витратити менше грошей і налаштує їх сплачувати за продукти та послуги, які пропонує організація.

4. Оцінка і розвиток основних переваг. Переходячи до основних сильних сторін у бізнесі, потрібно враховувати такі сфери: навички, цінності, поведінку, культуру, НДДКР, знання. Здатність об'єднувати та розвивати ці сторони має важливе значення для розробки ефективної інноваційної стратегії.

5. Створення власних інноваційних систем та методів. Щоб розробити ефективну інноваційну стратегію, потрібно визначити стратегічні бізнес-інноваційні системи та методи, які потрібно запровадити. Необхідно визначити, які інноваційні системи потрібні компанії для зв'язку елементів інноваційної структури. Слід розуміти, що існують різні інноваційні стратегії, і не всі вони потрібні на кожному етапі розвитку компанії. Таким чином, потрібно знати, які

саме стратегії використовувати на певному етапі, щоб отримати бажаний результат, якого прагне досягти фірма.

Основні принципи реалізації інноваційної стратегії підприємства:

1. Зосередженість. Після налагодження та вибору стратегічного підходу до інновацій, настає час запустити інноваційну стратегію. Довгострокові стратегічні цілі забезпечують структуру та підтримку інноваційної роботи підприємства. Слід усвідомлювати, що загальні цілі не будуть досягнуті за один день, але встановлення меж, зосередженість на своїх кінцевих цілях і послідовність є єдиним способом досягти високих результатів.

2. Узгодження всіх інноваційних стратегій з бізнес-цілями компанії. Більшість підприємств намагаються подолати розрив між бізнес-цілями та інноваційною стратегією. Тому, потрібно переконатися, що інноваційна стратегія та процес повністю вбудовані у загальну бізнес-стратегію.

3. Донесення стратегії до персоналу. Неможливо досягти успіху в бізнесі без згуртованої команди. Крім того, працівники повинні знати про стратегії, які вони застосовують для досягнення цілей організації. Щоб інтегрувати інноваційні стратегії в організацію, потрібно співпрацювати з потрібними людьми всередині та за межами організації та встановити індивідуальні цілі, які сприятимуть інноваційній стратегії.

4. Систематичне вимірювання росту. Систематичне вимірювання — це найкращий спосіб адаптуватися до змін у бізнесі та налаштувати команду на досягнення кращих результатів у майбутньому. Крім того, вибір правильних оптимальних показників вимірювання допомагає контролювати прогрес.

Інноваційні стратегії мають бути креативними та неординарними. Розмірковуючи про інноваційні стратегії, неможливо не згадати Microsoft, Apple або Google. Apple, наприклад, створила і продовжує створювати унікальні продукти та послуги, які мають величезну цінність і успіх. iWatch, iPad та iPhone – це інноваційні продукти Apple, створені завдяки діючим інноваційним стратегіям.

Прикладом ефективною інноваційною стратегією є стратегія Samsung. Інноваційна стратегія Samsung усі ці останні роки полягала в поступових інноваціях (що чітко видно на вигнутих екранах мобільних телефонів). Інноваційний план організації в останні роки полягав у диверсифікації портфолію. Наразі відділ досліджень і розробок досліджує цифрове здоров'я, автономну мобільність, конфіденційність, безпеку, інфраструктуру, Інтернет речей, штучний інтелект, машинне навчання, інфраструктуру центрів обробки даних та багато іншого. Samsung також стратегічно інвестує в кілька зовнішніх ініціатив, щоб переосмислити свій бренд і бізнес.

Слід зауважити, що при реалізації інноваційних стратегій завжди слід звертати увагу на можливий інноваційний ризик, який характеризує ймовірність втрат, що виникають при вкладенні підприємством засобів у виробництво нових товарів або послуг, які можуть не спровокувати очікуваний попит на ринку [2].

Отже, існує декілька причин для пояснення важливості впровадження інноваційних стратегій в діяльність підприємства, адже, по-перше, результатом інноваційних стратегій є чітке бачення та цілеспрямованість компанії. Це

допоможе створити надійну систему, яка відповідатиме конкурентним потребам організації, та сприятиме розвитку інноваційної культури.

Список використаних джерел:

1. Стасюк Ю. М. Теоретичні концепції розвитку глобальної інноваційної економіки. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2013. Вип. 5 (10/2). С. 137-146; 2. Стасюк, Ю. М. Моделі міжнародного трансферу технологій. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2012. Вип. 4 . С. 217-225.

**Таран О.М., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Інновації як складова стратегії розвитку організації

Інновації та нововведення є напрямом науково-технічного прогресу (його високотехнологічна складова) та процесом, пов'язаним із впровадженням досліджень й розробок у практику господарювання. Сфера інновацій обширна, яка включає не тільки практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, а й зміни в продукції, процесах, маркетингу та організації управління. Інновація виступає як явний чинник змін у результаті діяльності, яка вбудована в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення суспільних потреб [1, с. 67]. Термін «інновація» походить від англійського слова «innovation», що в перекладі означає «введення новацій». В наукових публікаціях як іноземних, так і вітчизняних авторів терміни «нововведення», «новація», «інноваційний процес», «новаторство» переважно розглядаються в якості синонімів [2].

Вперше термін «інновації» як категорія був використаний Й. Шумпетером [3], який визначав інновації як процеси, а не кінцевий продукт, як нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, втілення результатів наукових досягнень у нових технологіях чи видах продукції й визначав таку інноваційну «тріаду»: «винахід-інновація-дифузія», яка пізніше була перетворена в інноваційний ланцюг: «науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) – винахід – інноваційна дифузія – економічне зростання» [3]. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» [4] інновації – це «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери»

Як не може бути розвитку без інновацій, так й неможливі інновації без розвитку. У сучасній науковій літературі використовуються такі терміни, як «стратегія інноваційного розвитку», «інноваційна стратегія розвитку» або «інноваційна стратегія». Саме поняття «розвиток» припускає: 1) нагромадження

якісних новотворів; 2) процес і результат цілеспрямованої управлінської діяльності в економічному середовищі, що змінюється; 3) інструмент ефективного перерозподілу ресурсів; 4) процес пропозиції, створення і збереження під контролем необхідних життєво важливих для економічної системи змін [5] і т. д.

Головною причиною появи поняття «інноваційний розвиток» є необхідність постійного підвищення конкурентоспроможності та утримання її рівня, потреба в оцінюванні й розробленні прогнозних показників упровадження інновацій та їх впливу на функціональні та кількісні зміни як внутрішніх елементів економічної системи, так і цієї системи в цілому. У вітчизняному і зарубіжному науковому середовищі визначення інноваційного розвитку пов'язують із такими аспектами: інноваційний розвиток складається з усіх рішень, заходів та їх результатів, починаючи з визнання необхідності або постановки проблеми, закінчуючи етапом досліджень, розроблення та комерціалізації інновацій шляхом поглинання і прийняття новітніх технологій користувачами, включаючи їх наслідки та процес передачі знань [6]; формальний план, або розумовий процес, для освоєння нового проекту від стадії ідеї до виходу на ринок і за його межі [7]; зростання інноваційного потенціалу, за умови зменшення обмеженості ресурсної бази інноваційної діяльності [5]; підвищення рівня конкурентоспроможності (при цьому інновації розуміють як основний чинник конкурентної переваги) [8]; можливість запроваджувати розроблені технології до господарської діяльності, розуміючи при цьому під рушійним фактором інноваційного розвитку ступінь новизни інновацій [10].

Відповідно до світових стандартів головним критерієм оцінювання ступеня розвитку є стійкість, а головними ознаками – глобальні економічний, соціальний, екологічний баланси. Розвиток можна вважати стійким, наскільки зростання світового валового продукту поєднується з прискореним зростанням якості людського капіталу за відсутності негативних впливів антропогенних, техногенних чинників на навколишнє середовище. Отже, інноваційний розвиток варто розглядати як головний засіб забезпечення стійкості. Підґрунтям усіх форм розвитку є інноваційна стратегія й економічне зростання, за відсутності яких неможливий інноваційний, сталий чи інший розвиток [10].

Список використаних джерел:

1. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності : навч. посіб. Київ: Каравела, 2008. 432 с.
2. Бреус С.В., Бондар А.Л. Управління інноваціями у контексті підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. The VIII International Science Conference «Theoretical foundations of modern science and practice», November 08-10, Lisbon, Portugal. 2021. 277 p. P. 122–126
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. Москва: Прогресс, 1982. 456 с.
4. Про інноваційну діяльність. Верховна Рада України. Закон від 04.07.2002. Документ 40-IV. Редакція від 05.12.2012, підстава 5460-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 29.08.2022).
5. Аскарова А.А. Оценка инновационного потенциала предприятий малого бизнеса. Москва: «Дело», 2006. 250 с.
6. Rogers E.M. Models of knowledge transfer:

clinical perspectives / E.M. Rogers. – Boulder CO : Westview Press, 1986. 7. Dirlwanger A. Experiment: Innovation der Innovation. URL: <http://iaf.hs-heilbronn.de/attach/innovation/michelinstarred/chefs.pdf> (дата звернення 30.08.2022). 8. Баранчев В.П., Мартынов Л.М. Механизм инновационного развития организации. Изобретательство. 2005. №7. С. 11-28. 9. Максимов Ю., Митяков С. Инновационное развитие экономической системы: эффективность трансфера технологий. Инновации. 2006. №7. С. 34-40. 10. Юринець З.В. Інноваційні стратегії в системі підвищення конкурентоспроможності економіки України: дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Львів. нац. ун-т. ім. І. Франка. Львів, 2016. 519 с.

**Філімонов Ю.Л. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Підвищення ефективності інвестиційної діяльності аграрних підприємств

Підвищення ефективної інвестиційної діяльності підприємства є одним із основних факторів зростання потенціалу суб'єктів господарювання всіх галузей народного господарства. Критерій ефективності інвестиційної діяльності – це міра, що визначає результативність інвестування. Критерій ефективності необхідно розглядати як досягнення максимального результату на кожну одиницю інвестиційних витрат або як мінімум витрат з розрахунку на одиницю інвестиційних коштів.

Головною ціллю інвестиційного процесу та інвестиційної діяльності є максимальне задоволення потреб її учасників, тому якісна характеристика ефективності інвестування націлена на одержання високих результатів.

Науковий досвід володіє значною кількістю методів та прийомів аналізу інвестицій. Їх поділяють на три групи:

- методи оцінки ефективності інвестицій за допомогою порівняння грошових надходжень з витратами (традиційні методи),
- методи оцінки ефективності інвестицій за бухгалтерською (фінансовою) звітністю підприємств;
- методи оцінки ефективності, засновані на зміні вартості грошей у часі [1].

Крім того, Варченко О.М., Липкань О.В. [2] до методики оцінки інвестицій відносять аналіз ринкової капіталізації підприємства і похідних від неї показників, аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства та пропонують розраховувати єдиний узагальнюючий (інтегральний) показник – коефіцієнт інвестиційної привабливості підприємства. Додатково автори виділяють методи оцінки ефективності інвестиційних проектів з урахуванням особливостей аграрного виробництва.

Питання інформаційно-аналітичного забезпечення управління ефективністю інвестицій в підприємницьку діяльність розглянуто в роботі

Деньга С.М. [3]. Авторка запропонувала в якості показників оцінки ефективності інвестиційної діяльності використовувати показники оборотності інвестицій, оборотність операційних витрат, рентабельність інвестицій, валову рентабельність витрат, а також інші показники.

Кривов'язюк І.В. [4] пропонує модель управління інвестиційною діяльністю на підприємстві, де на першому етапі здійснюється аналіз ефективності інвестиційних альтернатив, а на другому – вибір методів оцінки інвестиційних проектів. Серед методів динамічних інвестиційних розрахунків автором запропоновано використовувати чисту теперішню вартість, внутрішню норму рентабельності та період окупності.

Матрос О.М. вважає, що існуючі підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємств слід об'єднати в такі дві групи: підходи, які звужують поняття інвестицій або не дають кількісної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та, відповідно, підходи, які оцінюють інвестиційну привабливість підприємства за допомогою математичних методів, а саме інтегральної оцінки [5].

Як правило, на першому етапі оцінювання ефективності інвестицій здійснюється збір, обробка, узагальнення та систематизація інформації щодо інвестиційної діяльності підприємства. Дослідження слід проводити за останні 3–5 років, залежно від глибини аналізу, кількості обстежуваних підприємств і вибірки аналізованих показників.

На другому етапі відбувається оцінка ефективності інвестиційної діяльності підприємства: аналіз інвестиційного клімату та аналіз галузі діяльності, показників його господарської діяльності, аналіз капітальних вкладень, джерел фінансування проектів, ефективності довгострокових інвестицій, здійснюється оцінка ефективності інвестиційної діяльності.

Третій етап спрямований на розробку дієвих інвестиційних рішень, зокрема реалізацію інноваційних проектів та підвищення ефективності інвестиційної діяльності [6].

В літературних джерелах зарубіжних і вітчизняних авторів розкриті способи і прийоми оцінки ефективності інвестиційної діяльності, їх ризику, ліквідності та доходності, які використовують у світовій практиці та набули широкого застосування в Україні.

До статичних (простих) прийомів оцінки ефективності інвестицій відносять: індекс (коефіцієнт) рентабельності інвестицій [7]; період окупності; середню ставку прибутковості інвестицій [8].

До дисконтних методів оцінки ефективності інвестицій, що в найбільшій мірі представлені у літературних джерелах, відносять: визначення чистої теперішньої вартості проекту; індекс прибутковості інвестиційного проекту; термін окупності інвестицій; внутрішню ставку доходності.

Слід зазначити, що ефективність інвестиційної діяльності має кількісну і якісну оцінку. Це залежить від цілей інвестора, що виражаються, наприклад, в одержанні прибутку і має кількісну визначеність. При використанні іншого критерію, наприклад, соціального, науково-технічного чи екологічного, що не завжди має кількісну визначеність, необхідна якісна оцінка.

Першочерговими заходами, що сприятимуть підвищенню рівня інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств є наступні:

- реформування інвестиційного законодавства для створення системи взаємоузгоджених правових норм, що стимулюватимуть інвестиційну активність підприємств;
- стимулювання залучення інвестицій у пріоритетні галузі економіки;
- мотивація інвестиційної діяльності населення;
- удосконалення механізмів податкової, митної та регуляторної політики;
- спрощення доступу підприємств до довгострокових кредитів;
- державні гарантії інвесторам щодо захисту їх прав.

Цілеспрямована позиція держави у розробці належних правових норм та забезпечення умов для активізації інвестиційної діяльності разом із професійними і виваженими діями керівництва вітчизняних підприємств дозволить Україні реалізувати свій інвестиційний та інноваційний потенціал [9].

Таким чином, підвищити ефективність інвестиційних проектів можна за таких умов:

- ✓ зростання інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств;
- ✓ інформаційна та організаційна забезпеченість інвестиційної діяльності;
- ✓ оцінка ефективності інвестиційних проектів;
- ✓ планування, контроль та моніторинг інвестиційних проектів;
- ✓ аналіз ризиків та пошук шляхів його нівелювання при реалізації інвестиційного проекту.

Отже, для підвищення ефективності інвестиційної діяльності у підприємствах слід створити дієву сучасну систему оперативного управління інвестиційною діяльністю, що буде здійснювати планування і моніторинг інвестицій для забезпечення ефективного та стабільного соціально-економічного розвитку, а також адаптації підприємства до зміни умов зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Коломієць Н.О., Коломієць О.П. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. 2017. URL: http://repository.hdzva.edu.ua/jspui/bitstream/repoHDZVA/396/1/Kolomiets_Analysis_of_investment_2017.pdf.
2. Варченко О.М., Липкань О.В. Методичні підходи до оцінки інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Інноваційна економіка. 2016. № 3–4 (62). С. 29–38.
3. Деньга С.М. Концепція інформаційно-аналітичного забезпечення управління ефективністю вкладень капіталу в підприємницьку діяльність. The genesis of genius. Scientific and educational journal; December 2015, № 5, Volume 1. Switzerland: Publishing Center of The international scientific association of economists «Consilium», Geneva. 2015. p. 37–40.
4. Кривов'язюк І.В. Функціонування та розвиток підприємств в умовах кризи: системно-аналітичний підхід: монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2012. 392 с.
5. Матрос О.М. Аналіз

інвестиційної діяльності підприємств: теорія та методологія: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: 08.00.09 / Олена Миколаївна Матрос; Національна академія статистики, обліку та аудиту. К., 2011. 22 с. 6. Кривов'язюк І. В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: Економічні науки. 2018. Вип. 31. С. 83-90. 7. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. Київ: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. 448 с. 8. Бакаєв Л. О. Кількісні методи в управлінні інвестиціями: Навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2000. 151 с. 9. Ткаченко Т.П., Шевчук Н. А., Гончарук І. В. Напрями оптимізації інвестиційної діяльності підприємств. *Агросвіт*. 2018. №7. С. 45-48. 10.

Халімон Т.М. д-р екон. наук, професор
Ху Сунцзе здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний університет телекомунікацій, Україна

Глобалізаційні тренди управління інноваційною діяльністю телекомунікаційних підприємств

У сучасному глобальному та турбулентному економічному середовищі формуються нові тренди інноваційної діяльності підприємств, галузей та національних економік. Роль України та вітчизняних підприємств, як повноцінного суб'єкта міжнародних економічних відносин, зміцнення конкурентних позицій на світовому ринку, уможливаються розробкою і реалізацією відповідної стратегії інноваційної діяльності, яка забезпечить зростання рівня інноваційної активності та рівня конкурентоспроможності продукції, послуг, підприємств та галузей. Посилення зазначених тенденцій на рівні світової економіки є причиною виникнення нових викликів та загроз у діяльності вітчизняних телекомунікаційних підприємств. Тому сьогодення телекомунікаційного ринку потребує постійного швидкого реагування та корегування методів управління, прийняття відповідних стратегічних рішень телекомунікаційними підприємствами.

За умов поглиблення глобалізації та постійного загострення конкурентної боротьби, фундаментом формування інноваційного потенціалу та зростання конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств є інновації, які уможливають їх інноваційну діяльність .

Надзвичайно важливим для країн є визначення спроможності щодо освоєння проривних технологій та впровадження технологічних і нетехнологічних інновацій, як результат їх інноваційного поступу. Це уможливується використанням низки показників, що є індикаторами інноваційного потенціалу та активності щодо його застосування, тобто інноваційної спроможності економіки країни щодо ефективного впровадження сучасних наукових та технічних досягнень інноваційного характеру.

* Науковий керівник - Зеліско І. М., д-р. екон. наук, професор

Україна представлена у декількох міжнародних рейтингах, які оцінюють інноваційний потенціал та інноваційну спроможність країн світу. Найбільш авторитетними та впливовими є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index), Оцінка готовності до майбутнього виробництва (Readiness for the Future of Production Assessment) [1,2,3].

У 2021 р. за Глобальним індексом інновацій лідером залишається Швейцарія. Також відбулися зміни і до першої п'ятірки увійшла Південна Корея, яку випереджають Швеція, США, Великобританія. Україна дещо втратила позиції 2018-2020 років та зайняла 49 місце (табл.1).

Таблиця

Показники глобальних індексів інноваційного розвитку економіки України

Назва показника	Роки						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ГІ Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index)	64	56	50	43	47	45	49
ІАБ Індекс інновацій Агентства Блумберг (Bloomberg Innovation Index)	33	41	42	46	53	56	58
ГІКТ Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index)	66	66	69	61	63	66	61
ЄІТ Європейське інноваційне табло (European Innovation Scoreboard).	35	35	35	33	36	36	34

Аналіз динаміки рейтингів міжнародної оцінки інноваційних індикаторів України за чотирма показниками для оцінки інноваційної спроможності за 2015-2021 рр. свідчить, що результативність інноваційної діяльності знизилась за двома індексами (за Індексом інновацій Bloomberg та за Глобальним індексом інновацій), незначно покращилася – за Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів та за індексом Європейського інноваційного табло [1,2,3].

У 2021 р. за Глобальним індексом інновацій Україна опустилася порівняно з 2020 р. на 4 позиції. Основою її інноваційної спроможності залишається людський капітал і дослідження, а також такий показник, як знаннєві та технологічні результати [1].

Синергія інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу проявляється в інноваційній активності підприємства, яка є системною ознакою інтенсивності процесів інноваційної діяльності підприємства, що ґрунтується

на наявному інноваційному потенціалі, який реалізується з метою отримання позитивного економічного результату, який уможливорює сталий розвиток у довготерміновій перспективі. На думку Т. Гринько «...інноваційна активність підприємства - це специфічна оцінка інтенсивності інноваційної діяльності підприємства як основного фактора його розвитку та нагромадження абсолютних конкурентних переваг» [4]. Взаємозв'язок ризиків та інновацій телекомунікаційних підприємств, ілюструють результати досліджень багатьох науковців, згідно яких, підприємства, які здійснюють фінансування освоєння інновацій близько 10% від обсягу отриманого прибутку, здійснюють витрати щодо запровадження ризик-менеджменту інновацій до 2% від обсягу прибутку підприємства. Тобто «...інноваційна діяльність як процес набуває сенс лише тільки тоді, коли ефективність бажаного результату перевищує можливий ризик в процесі його досягнення. Ризик та інновації – дві взаємозалежні категорії, тому повністю уникнути ризику неможливо в цій діяльності» [5].

Проте, ризик невідповідності інноваційним потребам та очікуванням споживачів послуг є вагомим чинником, що негативно впливає на діяльність та віддзеркалює низький або недостатній рівень інноваційної активності вітчизняних телекомунікаційних підприємств. Така ситуація є індикатором низки проблем: фінансових – 39%; ринкових (домінування окремих підприємств на ринку окремих телекомунікаційних послуг, низький попит на інноваційні продукти чи телекомунікаційні технології, високі економічні та фінансові ризики при освоєнні нововведень на телекомунікаційному підприємстві) – 27%; інформаційних (дефіцит інформації щодо нового обладнання чи телекомунікаційних технологій, відсутність даних щодо існуючих тенденцій розвитку телекомунікаційних ринків, проблеми зі знаходженням зацікавлених учасників щодо партнерства у сфері інноватики) – 19%; інших – 15% [6].

Характерним трендом сьогодення на ринку телекомунікаційних послуг є: посилення конкуренції та об'єднавчі процеси підприємств через формування інтеграційних структур та поєднання бізнес-процесів з метою забезпечення стратегічної стабільності їх діяльності на перспективу.

Список використаних джерел:

1. Global Innovation Index 2021. Global Innovation Index : веб-сайт. URL:<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>; 2. The Bloomberg innovation index. Bloomberg 2022: веб-сайт. URL:<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-innovative-countries>; 3. European Innovation Scoreboard 2021. Most Innovative Countries: веб-сайт. URL:<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45940>; 4. Гринько Т.В. Сутність, складові та особливості категорії «інноваційна активність підприємства». *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. №8. С.30-32; 5. Гудзь О. Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 1 (23). С. 4-11; 6. Зеліско І. М., Сосновська О. О. Аналіз впливу глобальних ризиків сучасності на функціонування вітчизняних підприємств зв'язку. *Бізнес Інформ : науковий журнал*. Харків : Інжек. 2018. № 12. С. 232–238.

**Цимбалюк Я.В., Таран Т.Л., Глушко О.А.,
здобувачі вищої освіти ступеня магістр*
Національний університет біоресурсів і природокористування України**

**Державна підтримка аграрного сектору економіки в системі експорту й
конкурентоспроможного глобального розвитку тваринництва**

Ринкове саморегулювання та державне втручання в економіку спонукають до появи соціально-економічних проблем. Першочерговою умовою розвитку сільського господарства є рівень державної підтримки. Досвід розвинених країн, сільське господарство яких довгий час формувалося під впливом держави, свідчить, що в умовах ринкової економіки ефективність аграрного виробництва значною мірою залежить від рівня державної підтримки. Особливості підтримки держави полягають у виплаті коштів бюджетних дотацій, а також через виплату податку на додану вартість переробними підприємствами. Державне регулювання галузі необхідне для подолання кризових явищ і забезпечення подальшого інтенсивного розвитку сільського господарства.

Відповідно до угоди про асоціацію з ЄС, Україна має запровадити систему державної допомоги, що відповідає положенням європейського законодавства. Слід зауважити, що ця система у ЄС є одним із стовпів захисту конкуренції на спільному ринку ЄС. В ЄС також регулюють державну допомогу. Римський договір у 1958 р. заклав підвалини політики конкуренції ЄС. Зокрема, було офіційно запроваджене визначення державної допомоги. Положення про державну допомогу було оновлене у Лісабонському договорі 2007 року. Регулювання державної допомоги у ЄС є частиною політики у сфері конкуренції, яка на спільному ринку не може порушуватися виробниками або органами влади.

Законодавство ЄС забороняє надання державної допомоги, яка створює переваги окремим виробникам чи виробництву певних товарів і в результаті спотворює конкуренцію чи загрожує спотворенням. Разом з тим, стаття 107 договору про функціонування ЄС містить перелік підстав для визнання допомоги сумісною та дозволеною. Важливою є допомога для сприяння економічному розвитку регіонів з надзвичайно низьким рівнем життя або із суттєвим рівнем безробіття, сприяння розвитку певної економічної діяльності або економічних сфер, якщо нема несприятливого впливу на спільну торгівлю. Йдеться про надання підтримки малим та середнім підприємствам.

Напрямки дозволеної підтримки ще називають горизонтальною державною допомогою, яка не надає переваг секторам, а створює умови для розвитку. Лише в окремих випадках можлива секторальна допомога для галузі. Правила державної допомоги є частиною зобов'язань України в межах Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Слід запровадити подібну систему контролю державної. Тому питання державної допомоги є складовою глави 10 «Конкуренція» поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом (розділ IV угоди). Частина 2 відповідної

* Науковий керівник - Коробова Н. М., канд. екон. наук, доцент

глави присвячена саме державній допомозі: загальним принципам, прозорості, сфері застосування, відносинам із СОТ, створенню національної системи контролю за державною допомогою. Стаття 262, яка повністю дублює статтю 107 договору про функціонування ЄС, визначає перелік цілей, в рамках яких державна допомога може вважатися сумісною з положеннями угоди. Правила надання державної допомоги в Україні не повинні зашкодити внутрішній і зовнішній конкуренції. Важливість взаємин Україна-ЄС пояснюється розмірами економік сторін, порівняно великими обсягами торгівлі України з ЄС і, відповідно, бажанням сторін запобігти можливому негативному впливу на конкуренцію і торгівлю.

Бюджетні кошти необхідні для підтримки процесу розширеного відтворення в сільському господарстві, а також стримування інфляційних процесів і захисту інтересів споживачів сільськогосподарської продукції. Стабільний розвиток аграрних виробників гарантує продовольчу безпеку держави, сприяє перетворенню аграрного сектору на експортний високоефективний та конкурентоспроможний сектор економіки на внутрішньому та зовнішньому ринках, формує ефективний ресурс зовнішньоекономічної діяльності, створює надійне джерело бюджетних надходжень і потужний виробничо-економічний потенціал для розвитку сільських територій та економіки держави загалом.

Згідно з Постановою КМУ від 25.08.2004 № 1102 щодо надання кредитів фермерським господарствам фінансова підтримка надається на конкурсних засадах: новоствореним фермерським господарствам та фермерським господарствам з відокремленими фермерськими садибами; фермерським господарствам, провадять господарську діяльність та розташовані у гірських населених пунктах, на поліських територіях для виробництва, переробки і збуту виробленої продукції, провадження виробничої діяльності; іншим фермерським господарствам – строком до п'яти років для придбання техніки, обладнання, поновлення обігових коштів. Кошти за програмою Державної підтримки галузі тваринництва ділять згідно з Постановою КМУ від 28.10.2015 № 884, фінансова підтримка надається на часткове відшкодування вартості: закуплених тварин; відсоткової ставки за банківськими кредитами для покриття витрат, пов'язаних із закупівлею молодняка сільськогосподарських тварин, обладнання для тваринницьких ферм і комплексів; вартості будівництва та реконструкції тваринницьких ферм і комплексів, доїльних залів та утворених на кооперативних засадах м'ясопереробних ферм і комплексів, м'ясопереробних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Вдовенко Н. М., Павленко М. М. Економіка у тваринництві: методичні вказівки із використання моделі «AGMEMOD». К.: НУБіП України, 2020. 169 с.;
2. Вдовенко Н. М., Маргасова В. Г., Шарило Ю. Є. Михальчишина Л. Г. Конкурентоспроможність рибного господарства та аквакультури як складова ефективності національної економіки. *Біоекономіка і аграрний бізнес*. 2019. Вип. 1. С. 204–211.;
3. Вдовенко Н. М. Аграрний сектор економіки у контексті дії нормативно-правових методів регулювання. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 2.

Шибасва Н.В. д-р. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

В. Баумоль: внесок у теорію підтримки підприємництва

Підприємництво – багатопланове явище, його можна характеризувати з різних поглядів: економічного, правового, психологічного та ін. Термін «підприємець» (фр. Entrepreneur) ввів у науковий обіг Річард Кантільйон (1680-1734). Р. Кантільйон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання щодо витрат, не знає, за якими цінами може здійснитися реалізація. Внесок у дослідження підприємництва зробили А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл, Ф. фон Хайєк, Л. Мізес, І. Кірцнер М. Вебер, В. Зомбарт, Б. Дж. Долан та Д. Ліндсей, Кемпбелл Р. Макконнелл та Стенлі Л. Брю. [2]

Особливе місце в економічних дослідженнях підприємництва займає теорія Йозефа Шумпетера, який визначив, що змістом підприємництва є «здійснення нових комбінацій факторів виробництва або різноманітні нововведення (інновації)» [4].

Досвід розвинутих країн показує, що підприємництво – необхідна умова економічного зростання. Економісти пов'язують темпи економічного зростання із підйомами та спадами підприємницької активності. Важлива роль підприємництва у забезпеченні умов економічного зростання обумовлює формування і реалізацію державної політики щодо стимулювання підприємництва. Вітчизняна наука і практика виділяють 2 напрями такої політики держави:

- державне регулювання процесів, що відбуваються в підприємницькому середовищі та є формоутворюючими (роздержавлення та приватизація, антимонопольна політика; інститут банкрутства суб'єктів підприємництва);

- державна система підтримки підприємництва [3].

Підвищенню ефективності державної політики стимулювання підприємництва будуть сприяти теоретичні напрацювання сучасних економістів, зокрема В. Баумоля [1].

Дослідження В. Баумоля зосереджено на виявленні певних закономірностей співвідношення продуктивної і непродуктивної економічної діяльності, які мають користь або несуть шкоду суспільству.

Гіпотеза В. Баумоля ґрунтується на неінституційній теорії (вирішальний вплив правових інститутів) і полягає у наступному: діяльність підприємця може бути продуктивною, непродуктивною або деструктивною і це залежить від правил гри – структури платежів (показники доходності різних варіантів поведінки у ситуації, що аналізується).

В. Баумоль запропонував розширити перелік функцій (видів) підприємницької діяльності у теорії Й. Шумпетера, додаванням до них інновацій у процедурах пошуку ренти. «Якщо підприємництво визначають як здатність винаходити та знаходити нові шляхи збільшення власного добробуту,

влади та престижу, то слід очікувати, що не всі підприємці будуть опікуватися, чи створює їх діяльність додатковий... суспільний продукт чи, навпаки, вона є серйозною перешкодою виробництву», – зазначає В. Баумоль.

Власну гіпотезу В. Баумоль підтверджує прикладами з економічної історії Античного світу, Середньовіччя, Нового часу. За сучасних умов найпоширенішими формами непродуктивного підприємництва, на думку В. Баумоля, є пошук ренти та ухиляння від сплати податків. Науковець доходить висновку, що зміна правил гри (правил здійснення господарської діяльності) впливає на склад і розміри прошарку підприємців, а також на алокацію підприємців за видами економічної діяльності. Твердження, що впливають з дослідження, наступні:

- правила гри підприємницької діяльності створюють суттєві відмінності у результатах такої діяльності у просторі та часі;
- підприємницька діяльність змінює основи соціально-економічної системи в результаті зміни правил гри;
- розподіл підприємництва на продуктивне і непродуктивне може мати вплив на швидкість розповсюдження в економіці технологічних перетворень.

Дослідження В. Баумоля має і прикладне значення. Під час розроблення і реалізації державної політики підтримки підприємництва, спрямованої на підвищення добробуту суспільства, необхідно враховувати, що перерозподіл підприємницьких зусиль «набагато легше забезпечити у вигляді змін правил, що визначають відносні виплати, ніж за допомогою модифікації цілей підприємців». Економічна історія показує, що зміни правил господарської діяльності можна здійснювати швидко, ґрунтовно та ефективно для суспільства.

Список використаних джерел:

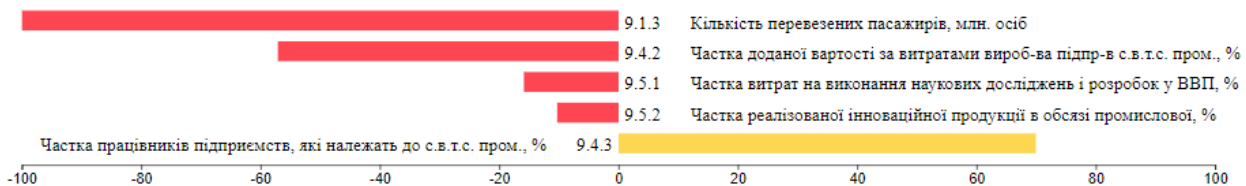
1. Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98. № 5. Pt. 1. P. 893-920.
2. Варналій З. Мале підприємництво: основи теорії та практики 4-те вид., стер. К.: Т-во Знання, КОО, 2008. 302с.
3. Чистов С. ДРЕ Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2002. 208 с.
4. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ. Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 244 с.

Шубалий О.М., д-р екон. наук, професор
Луцький національний технічний університет, Україна

Проміжна оцінка та перспективи розвитку промисловості, інновацій та інфраструктури в контексті реалізації Цілей сталого розвитку України

Україна ще у кінці 2015 році активно включилася в процес реалізації визначених на рівні ООН глобальних Цілей сталого розвитку до 2030 року. Було проведено обговорення національних пріоритетів, визначено цілої орієнтири та систему показників для проведення оцінки. Дежстат України було визначено як основний державний орган, покликаних проводити моніторинг виконання Цілей сталого розвитку України до 2030 року.

Серед низки системних проблем, які заважають сталому розвитку національної економіки, нерідко виділяються такі, як сировинна орієнтація експорту, недостатній розвиток виробництв з високим ступенем доданої вартості, низькі темпи впровадження інновацій тощо. Вирішення цих та пов'язаних з ними проблем прямо залежить від реалізації Цілей сталого розвитку, зокрема Цілі 9 «Промисловість, інновації, інфраструктура». У 2021 році Держстатом України [1] з методологією ESCAP [4], яка базується на методичних підходах, які запропоновані у дослідженнях [2-3], було проведено оцінку прогресу досягнення усіх Цілей сталого розвитку України 2030 станом на 2020 рік, зокрема Цілі 9 «Промисловість, інновації, інфраструктура» (рис.).



Індикатори, що мають позитивну динаміку

9.1.2	Обсяг перевезених вантажів, млн. тонн
9.2.1	Частка електротранспорту у внутрішньому сполученні, %
9.6.1	Рівень охоплення населення інтернет-послугами, абонен-в на 100 жителів

Умовні позначення:

■	Позитивна динаміка
■	Потребує прискорення
■	Зворотній тренд

Рис. Оцінка прогресу реалізації Цілі сталого розвитку України 9 «Промисловість, інновації, інфраструктура»

Джерело: Держстат України [1].

Цей підхід базується на оцінці відставань чи перевищень значень індикаторів порівняно з проміжними цільовими показниками, наприклад станом на 2020 рік, тобто після 5 років з початку реалізації Цілей сталого розвитку.

Оцінка поточних темпів досягнення (чи недосягнення) окремих індикаторів, які можуть мати числове вираження, в рамках кожної з цілей дозволяє виявити індикатори, які демонструють позитивну динаміку (позначаються зеленим кольором), або потребують прискорення (жовтий колір), або мають зворотний тренд (червоний колір).

Як бачимо, позитивну динаміку в рамках досягнення Цілі 9 було досягнуто тільки по трьох показниках: 9.1.2 Обсяг перевезених вантажів (млн. тонн), 9.2.1 Частка електротранспорту у внутрішньому сполученні (%) та 9.6.1 Рівень охоплення населення інтернет-послугами (абонентів на 100 жителів). Також було виявлено, що потребує прискорення процес досягнення цільових орієнтирів за показником 9.4.3 Частка працівників, які належать до високо- та середньовисокотехнологічних секторів переробної промисловості (% у загальній кількості зайнятих працівників у промисловості).

З іншого боку, чітко прослідковується негативний тренд зміни більшості ключових показників, які характеризують ступінь досягнення Цілі 9: 9.1.3 Кількість перевезених пасажирів (млн. осіб); 9.4.2 Частка доданої вартості за витратами виробництва на підприємствах які належать до високо- та середньовисокотехнологічних секторів переробної промисловості (%); 9.5.1 Частка витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП (%); 9.5.2 Частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості (%).

Враховуючи катастрофічні наслідки війни для нашої країни, яка призвела до повного чи часткового руйнування об'єктів промисловості та інфраструктури, зменшення економічної та інноваційної активності підприємств, відтоку кваліфікованих кадрів, досягнення усіх визначених у Цілі 9 індикаторів до 2030 року стане практично неможливим. Але, з іншого боку, відкриваються додаткові можливості забезпечення прискореної повоєнної відбудови промислових та інфраструктурних об'єктів на основі використання сучасних зарубіжних інноваційних технологій, що дозволить швидше перевести національну економіку на траєкторію сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Держстат України. 2022. Цілі сталого розвитку Україна – Поточний прогрес у розрізі цілей та індикаторів. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>; 2. Bidarbakht-Nia, A. (2020). *Measuring Sustainable Development Goals (SDGs): An Inclusive Approach, Global Policy*, Vol 11, Issue 1, Feb 2020, 56-67; 3. Bidarbakht-Nia, Arman. (2022). 'SDG Progress Assessment; Comparing Apples with What?' 1 Jan. 2022: 245 – 250. Retrieved from https://data.unescap.org/sites/default/files/public/guide/attachments/SDG_Progress_Assessment_ESCAP_SDG_Gateway.pdf. (accessed 21 September 2022); 4. ESCAP. 2022. Asia and the Pacific SDG Progress report. Widening disparities amid COVID-19. Retrieved from <https://www.unescap.org/kp/2022/asia-and-pacific-sdg-progress-report-2022> (accessed 21 September 2022).

**Якуб К.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Особливості управління інноваційною діяльністю сільськогосподарського підприємства

Сучасний етап розвитку світової економічної системи переконливо доводить провідну роль сільського господарства і харчової промисловості будь якої країни, оскільки наявність продовольства слугує базовою умовою життєдіяльності людини [1]. Відтак, беззаперечно, одним з ключових чинників успіху компаній, є побудова ефективної системи менеджменту. Особливої активності, в контексті ефективного менеджменту, набуває управління інноваційною складовою, яке є невід'ємною частиною управління підприємством в цілому та головною запорукою його конкурентоспроможності.

Однак, як свідчить практика, на шляху до впровадження інновацій існує ряд гальмуючих причин, серед яких можна виділити найбільш типові для більшості підприємств [2]: низький рівень державного фінансування; неналагодженість відносин між наукою і виробництвом; недостатня поінформованість стосовно новітніх досягнень у галузі сільськогосподарської науки; небажанням працівників апарату управління щодо змін на підприємстві.

Зважаючи на викладене, можемо стверджувати, що процес управління на всіх ланках виробничої діяльності мають здійснювати та реалізовувати компетентні, високоосвічені працівники, основними завданнями є: постійне вдосконалення організаційної структури підприємства, оптимізація організації управління та бізнес процесів, поліпшення управління виробничими та особливо - інноваційними процесами.

Розглянемо визначену проблематику на прикладі Приватного сільськогосподарського підприємства «Слобожанщина Агро» (далі ПСП «Слобожанщина Агро») землі якого розташовані в Сумській області на території Роменського та Сумського районів. Згадане підприємство входить до складу інтегрованої сільськогосподарської компанії (далі ІМК - інновації + менеджмент + команда). Остання є однією з 10 найбільших аграрних компаній в Україні, земельний банк компанії сформований у вигляді п'яти кластерів, в межах яких поля знаходяться в значній близькості одне від одного, що дає можливість максимально збільшити операційну ефективність та досягти зменшення витрат шляхом оптимізації використання людських та технічних ресурсів, а також сприяти ефективному управлінню інноваційною діяльністю.

Використання досягнень науки і науково-технічного прогресу як ІМК так і окремими сільськогосподарськими підприємствами, що входять до її складу відбувається на постійній основі. Менеджмент компанії вважає, що саме інновації це той фактор, що сприяє підвищенню продуктивності виробничої системи, економічної ефективності, конкурентоспроможності на ринку. При здійсненні управління інноваційною діяльністю, як в головному офісом так і в

* Науковий керівник – С. Г. Турчіна, канд. екон. наук, доцент

конкретно досліджуваному підприємстві ПСП «Слобожанщина Агро», мають місце управлінські рішення таких видів (рис).

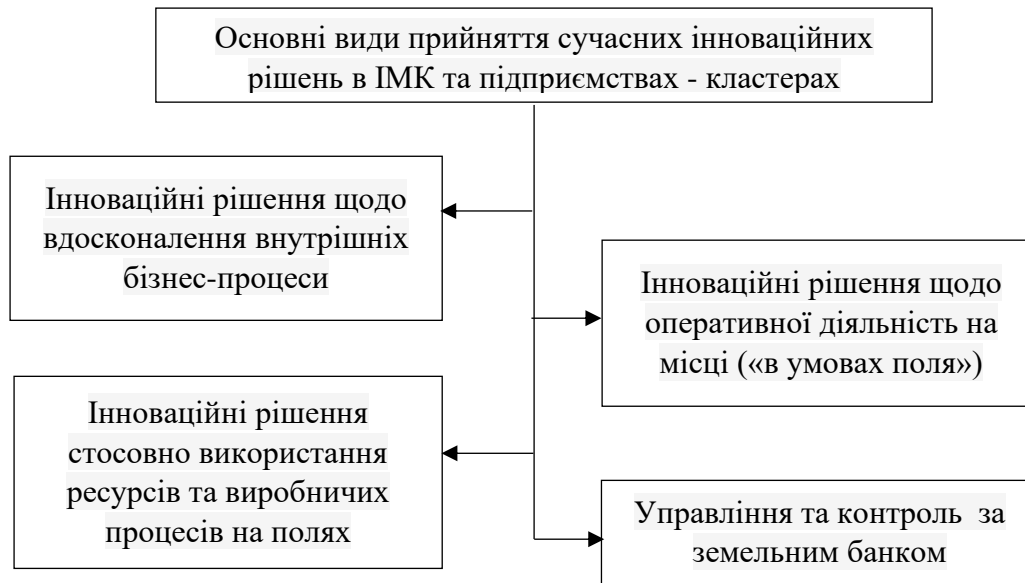


Рис 1. Постійний потік основних інноваційних управлінських рішень

Таким чином, можемо констатувати, що ІМК застосовує сучасну виробничу та управлінську практику в сільському господарстві та постійно інвестує в придбання нової сільськогосподарської техніки та обладнання від провідних світових брендів. На полях всіх підприємств компанії застосовується система різноглибинного обробітку ґрунту: глибоке рихлення, оранка, дискування і культивація. Чергування таких технологічних прийомів дозволяє створити оптимальні умови для росту і розвитку сільськогосподарських культур. Технологія вирощування сільськогосподарських культур, наприклад у ПСП «Слобожанщина Агро», передбачає використання насіння, добрив та засобів захисту рослин виключно найкращих вітчизняних та закордонних виробників. В даному підприємстві випробовуються та впроваджуються у виробництво елементи точного землеробства: системи GPS-моніторингу техніки, автопілотування, методи дистанційного зондування землі, моніторингу врожайності, змінні норми висіву насіння та диференційоване внесення добрив.

Отже, ті господарюючі суб'єкти які маючи тверезий розрахунок та не бояться ризикувати, впроваджуючи інновації, отримують нестримне задоволення від втілення у життя яскравих новітніх проектів, а як результат – значний економічний розвиток підприємства.

Список використаних джерел:

1. Трусова Н.В., Танклевська Н.С. Інноваційна парадигма економічної безпеки регіонів у конкурентному середовищі суб'єктів агробізнесу. *Економіка АПК*.2019. № 11 С. 58.; 2. Лобас М. Г. Управління інноваційно-технологічним розвитком агросфери: моногр. / Лобас М. Г., Россоха В. В., Соколов Д. О.; за ред. М. Г. Лобаса. К.: ННЦ «ІАЕ», 2016. 416 с.

Яцун А.Г., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Розвиток ринку продукції равликівництва та її експортний потенціал

Мале підприємство характеризується високою мобільністю, сприяє демонополізації ринків і розвитку здорової конкуренції. Дрібнотоварне фермерство в умовах України, як і в країнах ЄС, має кількісну перевагу, однак, на відміну від європейських колег, вітчизняні фермери не досягли домінуючої частки у виробництві ВВП, тому актуальним є пошук інноваційних напрямів виробництва, серед яких варто виділити тренд на нішеві або крафтові види продукції [1-3]. До них відноситься і формування пропозиції на равлики.

У системі даних дуже багато товарів різного призначення і для зручності їх обігу необхідна система, яка б позначала кожен товар. Саме така система має назву «Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності» УКТЗЕД. За даною системою продукція равликів позначається як (з 01 по 05) Живі тварини; продукти тваринного походження: риба і ракоподібні, молюски та інші водяні безхребетні; молюски в черепашці або без черепашки, живі, свіжі, охолоджені, морожені, сушені, солоні або в розсолі; копчені молюски, в черепашці або без черепашки, гарячого або холодного копчення, борошно, порошок та гранули з молюсків, придатні для харчування: равлики, крім морських: 0307600 – копчені, в панцирі або без панцира, гарячого або холодного копчення, не приготовлені іншим способом.

В результаті визначення позиції у державному реєстрі та отримання відповідних сертифікатів якості м'яса равлика, фермерам бажано ознайомитись та забрати ряд нормативних документів для експорту своєї продукції. Після того, як особа досягає товарного виду, м'ясо равликів реалізують в Україні, в основному самі ж фермери на територіях вирощування, що до речі є непоганим додатковим заробітком у туристичній сфері, а також продають продукцію в ресторани. Але основний прибуток все таки іде від експорту в Європейський Союз. Через невеликі потужності українських ферм, підприємці організували всеукраїнську асоціацію, для об'єднання можливостей та задоволення потреб країн-імпортерів. Закупівля з їхньої сторони ефективна та вигідна у великій кількості і само собою легше працювати та укласти договір з одним лицем з великою партією, ніж з багатьма окремими фірмами з маленьким виробництвом. Такі умови співпраці повністю задовольняють потреби європейських країн, особливо з урахуванням постійно зростаючого попиту, відповідно і ціни.

Таким чином, Україна була, є і буде найкращою територією для вирощування равликів, ніж наприклад Польща, Литва та країни Європи із-за вологості повітря та клімату. Равлик – це молюск класу черевоногих із зовнішньою черепашкою, який відноситься до типу тварин. Але на відмінно від тварин, у равликів вологість є найголовніша умова існування, росту, розмноження та всіх інших процесів. Це не єдина риса, яка відрізняє равлика від

* Науковий керівник - Вдовенко Н. М., д-р екон. наук, професор

тварин. Одною з таких різниць є народження наступного покоління. Тоді як у тварин за цю функцію відповідальні такі процеси як народження, яйценодження та яйцевідкладання, равлики відкладають ікру, що робить їх більше схожими на гідробіонтів. М'ясо равликів містить багато білку, більше ніж курине м'ясо, але при цьому ж майже не містить холестерину та інших шкідливих для здоров'я людини речовин. Така несхожість на інший тваринний світ робить равлика особливим перспективним видом для реалізації на ринку.

Список використаних джерел:

1. Петропавловська С. Є., Земляк О. В. Оцінка інфраструктури ринку геліцекультури та можливостей реалізації експортного потенціалу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 20. С. 115–120.
2. Ложачевська О. М., Вдовенко Н. М., Родченко С. С., Ігнатюк В. В. Управління системою адаптивного стратегічного планування інноваційно орієнтованого конкурентоспроможного підприємства в умовах глобалізації та COVID-19. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 1 (248). С. 53–60.
3. Vdovenko N. M., Korobova N. M. Methods of state regulation of agricultural sector in terms of the orientation of the economy to safety and quality standards. *Wspolnaca Europejska*. 2015. № 3 (3). Vol. 3. С. 68–80.



СЕКЦІЯ 3

ТРАНСФЕР ІННОВАЦІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

Dmytryshyn R. A., graduate of higher education*
Kyiv National University named after Taras Shevchenko

**The impact of the changing international environment on the regulatory
and legal regulation of economic sectors in the aspect of global challenges**

The importance of providing the population with affordable fish under the influence of a changing international environment and the reduction of fishing in the seas and oceans encourage people to intervene precisely in the production of fish in artificially created fully controlled conditions of aquaculture. For the population of Ukraine, the problem of carriers of mental activity - phosphorus and amino acids - is no less acute. For this, people need fish. And we must not only consume fish, we must be able to grow it in a high-quality, safe manner and implement effective legal regulation not only at the level of fishing enterprises, but also the fishing industry in general. Currently, we can say that the term aquaculture has been officially established at the legislative level as the activity of artificial breeding, maintenance and cultivation of fish in fully or partially human-controlled conditions for obtaining fish products, their sale, production of feed, reproduction of fish, and replenishment of stocks of fish resources.

From July 1, 2013, the Law of Ukraine "On Aquaculture" dated 18.09.2012 No. 5293-VI entered into force and operates alongside the Laws of Ukraine "On Fish Farming, Industrial Fishing and Protection of Aquatic Bioresources" dated 07.08.2011 No. 3677-VI, "On fish, other aquatic living resources and food products from them" dated 02.06.2003 No. 486-VI and "About animal life" dated 12.13.2001 No. 2894-III and other normative legal acts. The Law of Ukraine "On Aquaculture" dated September 18, 2012 No. 5293-VI applies to relations in the field of aquaculture carried out in inland water bodies (parts thereof), fish farming technological reservoirs, inland sea waters, territorial sea and maritime economic zone of Ukraine, as well as on land areas of the territory of Ukraine, which are used for aquaculture purposes.

In accordance with the legislation, aquaculture can be carried out according to the areas of activity with the aim of: obtaining marketable products and their further sale; artificial breeding or reproduction, cultivation of aquatic biological resources, provision of recreational services. According to organizational and technological indicators, aquaculture is carried out in the following forms: intensive; semi-intensive; extensive. The main areas of commercial aquaculture production can be grazing, industrial and pond aquaculture. Grazing aquaculture is an activity of extensive cultivation of aquaculture objects by introducing different groups of fish into fish farming water bodies. Grazing aquaculture is carried out without negative impact on the natural environment. Industrial aquaculture is defined as the activity of artificial breeding, maintenance and cultivation of fish using fish and floating cages, fish pools, other technological devices, including the use of recirculation aquaculture systems. For the implementation of industrial aquaculture, including marine aquaculture, parts of water bodies are also used with the use of special technological devices - collectors for

* Kot T., Head of the Department of Philosophy and Social Sciences, KPNS "Kyivska MAN"

mollusks. Pond aquaculture is the activity of breeding, maintenance and cultivation of aquaculture objects using fish ponds, artificially created water bodies, in particular channel, beam or dammed ponds, watered peat quarries.

Conflicts in legislative regulation in the field of aquaculture as a type of economic activity complicate the practical implementation of opportunities for profitable activity. This is due to the fact that the subject of the fishing industry must pay rent not only for the land, but also for the hydrotechnical facilities and the water object for the use of the water object under the terms of the lease. In such a situation, the economic entity in the field of aquaculture has quite significant and, it should even be said, high production costs. At the same time, profit from the sale of commercial fish and fish planting material can be obtained only in the third year. Such a process is influenced by the biological features of fish farming, as the average duration of the production fishery process is at least 30 months. Therefore, measures are needed, as well as the selection of instruments and principles of regulation, the development of proposals for the legislative regulation of aspects that negatively affect the development of aquaculture in Ukraine. At the same time, there is currently no coordinating center in the field of aquaculture, which would make proposals for improving the legislation in aquaculture and provide practical legal assistance to aquaculture subjects in establishing a business. Thus, we came to the conclusion that it is necessary to create an instructional and consulting service "Aqua-law" in the field of aquaculture. The most expedient would be the activity of such a service on the basis of the Budget Institution "Methodical and Technological Center for Aquaculture" of the State Agency of Land Reclamation and Fisheries of Ukraine. By developing this line of activity, the center will be able to more effectively provide consultations and instruct aquaculture subjects with visits to fish farms and provide proposals for improving the regulatory and legal framework in the field of fish farming.

There is no doubt that among the main components of the work of the Aqua-law instructional and consulting service, problematic issues of providing advisory assistance to aquaculture subjects regarding the clarification of Ukrainian legislation, the application of modern tools and regulatory measures taking into account the requirements of the Common Fisheries Policy, and the development of for farms of business plans for conducting competitive activities in aquaculture in the absence of state support in the new conditions of the functioning of the national economy, solving existing problems on the way to the revival of the domestic industry.

Список використаних джерел:

1. Про аквакультуру: Закон України від 18.09.2012 № 5293-VI (чинний з 01.07.2013 р.). Офіційний вісник України. 2012. № 79. С. 26.
2. Vdovenko N. M., Sokol L. M. Applied basis of fish policy effect to public food providing. Науковий Вісник Полісся. 2017. № 1 (9). Ч. 2. С. 202–207.
3. Кваша С. М., Вдовенко Н. М. Наукові засади державного регулювання розвитку аквакультури штучних водойм. Економіка та держава. 2011. № 11. С. 12–16.
4. Вдовенко Н. М., Михальчишина Л. Г., Шарило Ю. Є. Дія організаційно-економічного механізму регулювання в умовах конкурентного середовища й інноваційного розвитку аквакультури і модернізації системи збору даних.

Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія: Економіка та менеджмент. № 18. 2019. С. 93–102.

5. Vdovenko N., Piven A., Radchenko O., Sinenok I., Voskobiinyk S. Institutional environment for financial provision of small agricultural business entities of Ukraine. Independent Journal of Management and Production. 2020. Vol. 11. № 9. P. 2379–2402.

6. Вдовенко Н. М. Роль держави в економічному і соціальному розвитку суспільства. Інноваційна економіка: зб. наук. праць. 2011. Вип. 3 (22). С. 249–253.

7. Koval V., Olczak P., Vdovenko N., Boiko O., Ecosystem of Environmentally Sustainable Municipal Infrastructure in Ukraine. Sustainability. 2021. № 13.

8. Vdovenko N. M., Korobova N. M. Methods of state regulation of agricultural sector in terms of the orientation of the economy to safety and quality standards. Wspolraca Europejska. 2015. № 3 (3). Vol. 3. С. 68–80.

9. OECD (Organization for Economic Co-operation and Development); FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). Agricultural Outlook; Agriculture Statistics (Database); OECD/Food and Agriculture Organisation of the United Nations: Rome, Italy, 2017.

10. Кваша С. М., Вдовенко Н. М. Аквакультурне виробництво: від наукових експериментів до промислових масштабів. Інвестиції практика та досвід. 2011. № 20. С. 7–11.

11. Mayovets Y., Vdovenko N., Shevchuk H., Zos–Kior M., Hnatenko I. Simulation modeling of the financial risk of bankruptcy of agricultural enterprises in the context of COVID–19. Journal of Hygienic Engineering and Design. 2021. 36. P. 192–198.

**Бубенець І.Г. канд. екон. наук,
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Трансформація основних елементів бізнес-моделі підприємств в умовах цифровізації

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення [1]. Цифрова трансформація змінює модель ведення бізнесу, спосіб утворення та надання цінності.

Цифрова бізнес-модель – це форма створення вартості, заснована на розвитку переваг для клієнтів за допомогою цифрових технологій. Метою цифрового рішення є створення значної переваги, за яку клієнти готові платити. Також «цифровість» у бізнес-моделі розглядається як оптимізація ресурсів за допомогою цифрових технологій [2].

Найвідоміша модель ведення бізнесу за умов цифрової трансформації є класична «канва бізнес-моделі» Остервальдера-Піньє. Основні елементи такої

бізнес-моделі: цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує компанія на основі своїх продуктів та послуг; систему створення цієї цінності, яка включає постачальників та цільових клієнтів, а також ланцюжки створення цінності; активи, які підприємство використовує для створення цінності; фінансову модель підприємства, що визначає структуру її витрат і способи отримання прибутку.

Це відносна простота «канва бізнес-моделі», яка забезпечує підтримку швидкого та ефективного документообігу в процесі організації та ведення бізнесу. Стрімкий розвиток технологій Інтернету, штучного інтелекту та інших цифрових технологій привело до створення таких категорій бізнес-моделей, як [3]:

- цифрові платформи, що забезпечують пряму взаємодію учасників;
- «як сервіс» – сервісні бізнес-моделі, що засновані на використанні ресурсів замість володіння ними (серед них Software-as-a-Service (SaaS), Infrastructure-as-a-Service (IaaS) та ін.);
- бізнес-моделі, в основі ціноутворення яких лежить досягнення результатів (outcome based models) та ефекту для клієнта, в тому числі на основі споживання комплексних продуктів та послуг;
- краудсорсингові моделі, що базуються на залученні зовнішніх ресурсів для реалізації бізнес-процесів;
- бізнес-моделі, що засновані на монетизації персональних даних клієнтів, коли безкоштовні для користувачів сервіси продають їхні дані на інших споживацьких сегментах.

За підсумками досліджень відзначимо, що у цифрових моделях ведення бізнесу іноді важко виокремити одну бізнес-модель, оскільки сучасні компанії для підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності на ринку використовують їх комбінації.

Також є компанії, що розширюють свої традиційні бізнес-моделі через цифрові платформи. Наприклад, компанія General Electric, розробила свою платформу для контролю поставленого споживачам власного обладнання а згодом почала надавати цю послугу в оренду.

Як приклад успішної практики комбінованого підходу до трансформації моделі бізнесу можна назвати такі відомі світові компанії, як Alphabet, Apple, Microsoft, Facebook і Amazon. Складова їх успіху – це поєднання основної бізнес-моделі із моделлю бізнесу «мережевої взаємодії» на основі цифрової платформи. Така модель ведення бізнесу дозволила цим компаніям досягти ефекту синергії, диференціювати ключові елементи послуг за показниками росту, параметрами прибутковості і ринкової вартості та стати сучасними, цифровими, конкурентоспроможними компаніями.

Відмінності традиційної бізнес-моделі від цифрової платформи полягають у наступному:

- цифрові платформи організують взаємодію між продавцем і покупцем, а традиційна бізнес-модель має на меті виробництво та (або) продаж товарів чи послуг;

- цінність цифрової платформи полягає у кількості учасників, з її зростанням зростає цінність такої моделі бізнесу (потреба створення мережевого ефекту), а цінність традиційної бізнес-моделі – у її товарах або послугах (товар цінний сам по собі);

- у традиційної бізнес-моделі визначено роль «виробника» та «споживача», а у цифрової платформи вони можуть змінюватися;

- цифрова платформа концентрується на постійному підтриманні її функціонування та просуванні.

Цифрові технології також мають вплив на трансформацію основних елементів бізнес-моделі підприємств, а саме: ціннісна пропозиція (нові методи формулювання ціннісної пропозиції, використання технологій для оцифрування аналогових продуктів, створення нових цифрових продуктів); споживчі сегменти (зміна патернів покупок, зміна сегментів, Customer Journey Map як новий метод дослідження споживача); взаємні відносини з клієнтом (автоматизація та самообслуговування); канали збуту (нові технології продажів, інформування, обслуговування, доставки та витіснення посередників, омніканальність); джерела доходів (за рахунок цифрових технологій впроваджуються нові способи монетизації); ключові ресурси (співробітники, інформаційні технології, цифрові платформи); ключові партнери (спільні інновації, колаборативність, спільне створення та використання); ключові види діяльності (відмова від традиційного ведення бізнесу, створення, управління та просування цифрових платформ); структура затрат (збільшення ефективності за рахунок цифрових технологій та зменшення витрат).

Отже, в сучасних умовах господарювання під впливом карантинних заходів у період COVID-19 та сьогоденного воєнного стану в Україні, спостерігається активний перехід підприємств до цифрових бізнес-моделей, що зумовлюється також постійним розвитком цифрових технологій та Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України. Трансформації відбуваються у формуванні інформаційної системи підприємств та елементів бізнес-моделі. З'являються нові можливості в частині оптимізації ресурсів підприємства за рахунок цифрових технологій, налаштуванні та реструктуризації каналів комунікацій цифрових технологій, формуванні цифрового простору взаємодії користувачів цифрових платформ.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13> (дата звернення: 12.10.2022); 2. Top 10 Digital Business Models for Online Companies [Examples]. DevriX. URL : <https://devrix.com/tutorial/top-10-digital-business-models-online-companies-examples/> (дата звернення: 13.10.2022); 3. Іванченко Н.О., Кудрицька Ж.В. Бізнес-моделі в умовах цифрових трансформацій. URL : http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_2/33.pdf (дата звернення: 14.10.2022).

Вітковський Ю.П., д-р екон. наук, професор
Державний біотехнологічний університет, Україна
Rębilas Rafał, PhD, WSB University, Dabrowa Gornicza, Poland

Освітні інновації у вищій школі Польщі та України в умовах глобалізації

За ініціативою Міжнародного молодіжного фонду (IYF), було здійснено дослідження щодо майбутньої роботи (робочого процесу у майбутньому). Так, згідно висновків, сьогодні та завтра навчання життєвим навичкам є розумною інвестицією. Оскільки не можливо передбачити майбутнє, але можливо багато зробити, щоб підготуватися до нього. Короткострокове майбутнє праці (роботи) вже впливає на управлінські рішення в бізнесі, в освіті та в державних установах. Швидкість техніко-технологічних змін ускладнює визначення доречності різних технічних навичок майбутніх фахівців. Згідно з дослідженнями, вже сьогодні роботодавцям найважче знайти ті навички, якими не можуть опанувати машини (робот). Це саме ті життєві навички майбутнього працівника, які необхідно здобувати сьогодні в закладах освіти [1].

На сайті Міжнародного молодіжного фонду представлені такі результати.

- ✓ У 60 % професій в середньому 30 % робочої діяльності є автоматизованими.
- ✓ В опитуванні Wall Street Journal, 92 % роботодавців сказали, що «м'які навички» (навичок м'якого спілкування) є такими ж або більш важливими, ніж технічні навички, але 89 % сказали, що їм було дуже або дещо важко знайти людей з потрібними навичками.
- ✓ До 2030 року працівники витратять на роботі на 24 % більше часу, використовуючи соціально-емоційні навички (життєві навички), ніж у 2016 році.

Відтак, освітня діяльність в умовах трансформації майбутніх робочих місць під впливом глобалізації зазнає перманентних кардинальних змін, пов'язаних з інформатизацією, розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, збільшенням темпу прискорення зростання знань, вмінь і навичок, докорінною і швидкою динамікою змін майбутніх компетенцій.

Відповідно до потреб сучасного динамічного простору, характеристикою якого є швидке зростання обсягу інформації, яка водночас швидко змінюється, необхідним є збільшення обсягу знань, вмінь і навичок кожного представника роду людського. Зазначене потребує запровадження нових підходів до організації освіти та пошуку інноваційних форм передачі й засвоєння знань і компетенцій.

Прискорений розвиток цифрових технологій відкриває величезний спектр можливостей та стимулює створення і впровадження інноваційних форм освіти, які здатні встигати за трансформацією простору [2, 3]. Зазначені процеси стають актуальними і для можливостей дуальної (паралельної) освіти в двох і більше закладах освіти різних країнах світу одночасно. Прикладом освітніх інновацій є процес одночасного здобуття освіти у Польщі та Україні. Метою такої форми здобуття освіти є подолання негативних сторін традиційних форм, способів і

методів навчання, удосконалення якості підготовки майбутніх фахівців відповідно до представлених вимог роботодавців, шляхом запровадження інноваційних платформ для навчання.

Інноваційні платформи для навчання дозволяють здійснити експрес-підбір університету за кордоном для здобуття вищої освіти; швидко підібрати від двох до чотирьох університетів в обраній країні згідно критеріїв здобувача освіти; заздалегідь визначилися з країною навчання та спеціальністю.

Поряд з цим, набуває актуальності адаптивність і викладача, і здобувача вищої освіти до мінливого ринку праці майбутнього, що виводить на перший план модель всебічної безперервної освіти (Lifelong Learning) шляхом поширення курсів із актуальних спеціальностей із застосуванням нових форматів і платформ навчання. Крім того, світові стандарти вимагають розвиток в молоді (здобувачів освіти) таких навичок як: критичне мислення у вирішенні проблем; креативність та інноваційність; управління конфліктами; координованість дій з іншими тощо.

Список використаних джерел:

1. Future of work. International Youth Foundation. URL: <https://www.passporttosuccess.org/future-work>.
2. Бабаєв В.М., Стадник Г.В., Момот Т.В. Цифрова трансформація в сфері вищої освіти в умовах глобалізації. *Соціальні та поведінкові науки*, 2019. Том 2, Вип.148. DOI 10.33042/2522-1809-2019-2-148-2-9.
3. Atroszko, B., & Atroszko, P. A. (2014). Innowacje edukacyjne w polskiej szkole - szanse i zagrożenia. In J. Osiński, K. Negacz & K. Obłąkowska-Kubiak (Eds.), *Polityka publiczna. 10 lat Polski w Unii Europejskiej*, (pp. 185-196). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.

**Гапак Н.М. канд. екон. наук, доцент
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна**

Взаємодія місцевих закладів освіти, науки та бізнесу як чинник успішного трансферу знань/технологій

На сьогодні територіальні громади стали активними суб'єктами соціально-економічної політики та формування конкурентоспроможної економіки усієї країни.

У цьому контексті для ефективного функціонування і взаємодії освіти, науки та бізнесу важливою є як їхня активізація, так і посилення зв'язків між ними (освіта-наука; наука-бізнес, реципієнти інновацій; освіта-бізнес, реципієнти інновацій). Це передбачає заходи, що сигналізуватимуть про розвиток середовища, сприятливого до інновацій, творчості, креативу та дослідного пошуку. Враховуючи масштабну релокацію бізнесу зі східних, північних та південних регіонів України (у зв'язку з російсько-українською війною), у контексті трансферу знань/технологій актуальним є створення інноваційних кластерів, що охоплювали б сектор:

- науки – заклади вищої освіти, наукові установи;
- освіти – заклади середньої освіти/школи, ліцеї;
- бізнесу – підприємства та організації тієї сфери, які переважно були релоковані чи територіально зосереджені на певній місцевості.

Для цього слід:

1. сприяти ефективному кадровому забезпеченню, основи якого закладаються ще на рівні базової середньої освіти. Так, це програми популяризації науки серед школярів, різні конкурси, в т.ч. і на інноваційні розробки та ідеї, воркшопи тощо; організація Літніх шкіл для учнів 6-11 класів (на базі провідних закладів середньої та вищої освіти в регіоні) - завдяки спільним зусиллям освітніх і наукових закладів, місцевої влади та відповідного інноваційного кластеру, що сприятиме розвитку наукових здібностей школярів та можливого пошуку найбільш обдарованих серед них. До роботи таких шкіл варто залучити провідних фахівців з компаній інноваційного кластеру, науковців, вчителів, які проводитимуть майстер-класи та будуть знайомити з найсучаснішими знаннями у відповідних сферах (посилення та активізація сфери «освіти» та взаємозв'язку «освіта-бізнес»).

2. Активізувати спільну освітню роботу підприємств кластеру із загальноосвітніми та вищими навчальними закладами щодо трансформації освіти, впровадження освітніх програм, розроблених спільно та за підтримки резидентів інноваційних кластерів, інтегрування викладання таких дисциплін в школах/ліцеях/вузах, проходження практики/стажування здобувачами середньої/вищої освіти на підприємствах, що входять до інноваційного кластеру (посилення та активізація освітньої і наукової сфер, а також зв'язків «освіта-бізнес», «наука-бізнес», «освіта-наука»).

3. співпраця підприємств кластеру з університетами/науковими установами у сфері впровадження та комерціалізації досліджень – проведення досліджень в напрямку актуальних для бізнесу розробок, в т.ч. створення т.з. офісів трансферу технологій, які роблять аналіз ринку і пошук компаній, у яких та чи інша технологія могла б мати найбільшу цінність (посилення та активізація сфери «наука» та взаємозв'язку «наука-бізнес»).

Список використаних джерел:

1. Літню школу інформатики відкрили на Закарпатті / офіційний сайт МОН України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/litnyu-shkolu-informatiki-vidkrili-na-zakarpatti>; 2. В Ужгороді запрацювала перша літня математична школа / Інтернет-видання «Закарпаття онлайн Beta». URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/221855-V-Uzhhorodi-zapratsiuvala-persha-litnia-matematychna-shkola-FOTO>

Карпенко А. В. д-р екон. наук, професор
Соляна Т. М. здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Національний університет “Запорізька політехніка”, Україна

Стартапи у сучасній Україні: стан та напрями розвитку

У світовому конкурентному середовищі важливою формою розвитку, що стимулює в т.ч. і науково-технічний процес є підприємництво. Воно вимушене враховувати зміни середовища та основних стейкхолдерів і постійно вдосконалюватися. Інакше ринок нещадно розправляється з ними. У пошуку нових напрямів зростання капіталу бізнес особливу увагу зосереджує на ініціації нових напрямів діяльності. Серед них суттєве місце відводиться стартапам, які вважаються новою та дуже важливою формою з започаткування і розвитку бізнесу та забезпечення економічного зростання.

Стартапи є новими формами організації, що знаходяться у стадії розвитку і створені для пошуку повторюваних, масштабованих та прибуткових бізнес-моделей з використанням інновацій чи інноваційних технологій. Основою такої компанії стає цікава новаторська ідея. Для її втілення необхідно, щоб вона була затребуваною та сучасною, актуальною для споживачів. Завдяки таким сучасним проектам та компаніям збільшується кількість робочих місць, забезпечується створення доданої вартості, зростає обсяг валового внутрішнього продукту, підвищується соціально-економічний розвиток країни.

Стартапи більш поширені у розвинених економіках, однак розуміння їх переваг поступово набуває популярності і в країнах, які розвиваються. В Україні процеси з розвитку стартап руху поступово зростають, відповідно збільшується чисельність спільноти, яка пропагує цей напрям і займається різними заходами щодо підвищення рівня його інституціоналізації. Зокрема, за останні роки розвиток стартапів в Україні значно поширився, проте все ще не набув масового характеру, а відповідно, має середній рівень конкуренції. Це означає, що вхід у цю галузь є доволі доступним.

Глобальний дослідницький центр стартапів та інновацій Startup Ecosystem 2022 визначив, що Україна займає 50-е місце за розвитком стартапів, при цьому знизившись в рейтингу на 16 позицій порівняно з 2021 р. Серед українських міст, які входять до топ 1000 найкращих з розвиненими стартап-екосистемами, відбулось скорочення з 6 до 4 міст за 2021-2022 рр. та суттєво втрачено позиції: Одеса – 348 позицій, опинилася на 742-му місці, Львів – 494 позиції – на 749, Харків – 342 позиції – на 855 [1]. Найбільш поширені галузі створення стартапів в Україні – це ІТ; агропромисловий сектор; виробництво та торгівля; будівництво та нерухомість.

В Україні сьогодні діють 343 стартапи, які мають різні рівні доходу. За дослідженням організації «Польсько-український міст стартапів» 51% таких бізнес-організацій не має прибутку, що робить їх залежними від зовнішніх джерел фінансування та чутливими до випробувань і конкуренції, а лише 2,5% вітчизняних стартапів мають річний дохід у розмірі від 20 до 30 тисяч євро. Для 84% засновників стартапів основним джерелом фінансування є власні кошти,

31% мають гранти державного Українського фонду стартапів [2]. В Україні також з 2018 р. існують чотири стартапи «єдинороги» (компанії, що оцінюються в один мільярд доларів): GitLab, Grammarly, People.ai, AirSlate.

Розвиток стартапів ускладнюється через несприятливі умови середовища, що пов'язані з рядом труднощів: спочатку пандемія Covid-19 та кризові явища, високий рівень корупції, нестабільність курсу гривні, високі податки, недостатня кваліфікація та низький рівень компетенцій із використання цифрових інструментів і користування інтернетом, війна тощо. Все це унеможливує стабільне функціонування і розвиток малого та середнього бізнесу, збільшення кількості стартап-проектів. Крім того, значні перепони у розвитку стартапів пов'язані з малою кількістю бізнес-інкубаторів, обмеженим обсягом венчурного інвестування, мінімальною кількістю замовників тощо.

Зокрема, в Україні сьогодні відомими та найбільш успішними є всього сім бізнес-інкубаторів: EastLabs, iHUB, Happy Farm, GrowthUp, WannaBiz, Voomy IT-парк і Polyteco, які функціонують вже близько 10 років. І незважаючи на створення бізнес-інкубаторів майже у кожному ЗВО, сьогодні в цілому відсутня розширена практика зародження та просування стартапів. Обмежений внутрішній потенційний попит на продукти стартапів не стимулює даний напрям в Україні. Основними замовниками чи/та споживачами вітчизняних стартапів є представники США, країн Європи та Азії. Обсяг венчурного інвестування, який в Україні залишається значно нижчим порівняно з європейським, обмежує можливості стартап-руху. Попри зазначене, за даними Ukraine Deal Review у 2021 р. українські стартапи залучили для України рекордну суму інвестицій – 779,6 млн дол., що на 46% більше, ніж у 2020 р. До війни оцінка українських стартапів становила близько 20,7 млрд дол. [2].

Отже, Україна має гарний ґрунт для створення та розвитку стартапів, бо ще є доволі значним рівень людського капіталу та інноваційного потенціалу. Однак недосконалість структури економіки, поширена наявність тіньових і корупційних схем та низький рівень інфраструктурного забезпечення не дозволяє повноцінно використовувати всі наявні можливості щодо розвитку стартап-руху. Вдосконалення правової бази та покращення практики її реалізації, збільшення матеріально-інвестиційної підтримки, інформаційного та кадрового забезпечення в країні здатні сприяти розвитку відповідної інфраструктурної мережі зі створення стартапів. Важливими для України залишаються заходи щодо захисту інтелектуальної власності, стимулювання інноваційної діяльності, підтримки венчурного інвестування та розвитку стартап фондів, розбудови відповідної інфраструктури та навчання.

Список використаних джерел:

1. Мельник Т. Україна втратила 16 позицій в рейтингу стартап-екосистем світу й зайняла 50 місце. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/news/ukraina-vtratila-16-pozitsiy-v-reytingu-startap-ekosistem-svitu-y-zaynyala-50-mistse-31052022-6314>

2. Половина українських стартапів не мають доходу – дослідження. *Економічна правда*. URL : <https://www.epravda.com.ua/news/2022/01/20/681646/>

Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент
Бондарєв Р.Р., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Трансформація інформаційних ресурсів в умовах сучасного економічного простору

Останнім часом прискорюються такі економічні процеси, переважно глобальні, як світовий розвиток і інформаційної, і мережевої, і інноваційної, і соціальної, і циркулярної та іншої економіки, розповсюдження електронної комерції, розвиток ринків із асиметричною інформацією. В агропродовольчому секторі економіки України паралельно відбуваються два процеси: реформування земельних відносин та інтеграція до світового ринку. Спостерігається активізація інвестицій в людський капітал, набуває розповсюдження таке явище, як достовірне зобов'язання (яке заслуговує на довіру) та достовірна загроза. Всі перераховані процеси формують особливості сучасного економічного простору, в якому видозмінюється, трансформується вся система економічних відносин [1]. Трансформація економічних відносин завжди пов'язана із появою певних науково-практичних проблем. Однією з таких проблем є трансформація інформаційних ресурсів в умовах існуючого економічного простору.

Для більшості авторів термін «економічний простір» є ніби достатньо зрозумілим. Дослідження та аналіз різних точок зору у трактуванні категорії «економічний простір» дозволили виділити декілька наукових підходів: географічний або територіальний; ресурсний; процесний або інформаційний [2, с. 16].

На початку XXI століття набув розвитку процесний або інформаційний підхід до визначення економічного простору, що базується на сприйнятті простору як віртуального середовища, в якому здійснюються економічні процеси. У трактуванні простору в межах цього підходу саме інформаційна складова є основою економічних процесів. Саме тому сучасну економіку називають інформаційною. Також можна зустріти дослідження, в яких сучасну економіку називають мережевою (обумовлено появою і стрімким розвитком електронної комерції) та цифровою (обумовлено розвитком цифрових технологій).

Цифрові технології сьогодні більшість населення сприймає як один із головних двигунів економічного розвитку, зростання загального добробуту та техніко-технологічного розвитку світової економіки в цілому. Більшість населення впевнена, що впровадження цифрових технологій сприяє підвищенню всіх видів конкурентоспроможності (виробництва, продукції, секторів економіки тощо), створенню нових можливостей для бізнесу щодо підключення до цифрових глобальних ланцюжків створення доданої вартості, появи нових ринків та ніш, прискореному виведенню нових цифрових рішень на світовий ринок.

Новицька М. здійснила дослідження та порівняльний аналіз теоретичних та методологічних положень формування поняття «цифрова економіка» у контексті сучасних трендів на цифровізацію суспільного життя. Так, термін

«цифрова економіка» був введений у 1995 році Доном Тапскоттом [3]. У розумінні вченого це діяльність, в якій ключову роль відіграють цифрові дані (бінарні, інформаційні тощо). Тобто, цифрова економіка – це тип економіки, що характеризується активним впровадженням та практичним використанням цифрових технологій збору, зберігання, обробки, перетворення та передачі інформації у всіх сферах людської діяльності. Цифрова економіка належить до широкого спектра економічної діяльності, що використовує оцифровану інформацію та знання як ключові фактори виробництва. Вона не є окремим сектором ВВП, а пронизує всі сектори економіки, створюючи нові сегменти та навіть галузі. Це стимулює трансформацію традиційної економіки в таку, яка створює ресурси, а не споживає їх [4].

Авторка продовжує, що «цифрова економіка», «digital-економіка, «економіка на вимогу», «GAFAноміка» – це поняття, що описують сьгоднішні тренди розвитку економіко-інформаційних відносин. На практиці цифрова економіка – це перш за все економіка, орієнтована на споживача (економіка попиту). Цифровізація економіки відбувається через цифрові інновації у сферах суспільного життя, таких як освіта, медицина, державне управління та прямий бізнес [2, 5].

Цифровізація для одних це «наповнення реального світу електронними та цифровими пристроями, інструментами та системами, створення електронного комунікаційного обміну між ними, що фактично створює нерозривну взаємодію між віртуальним і фізичним, тобто створює кіберфізичний простір» [2].

Цифровізація для інших це «поступовий процес впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на окремі суспільні процеси, системи, які в результаті такого впливу отримують нові стимули до власного розвитку, або зазнають руйнувань та поступово зникають» [6].

Більшість розуміє що головною метою цифровізації є досягнення цифрової трансформації існуючого простору шляхом створення нового простору (нових систем) більш ефективного та сучасного. Зазначене, начебто, можна досягти шляхом «інтеграції ідей, заходів, ініціатив та програм, пов'язаних із цифровізацією, у, наприклад, національні, регіональні та галузеві стратегії та програми розвитку будь-якої країни» [2].

Струтинська І. також зазначає, що «цифровізація це механізм росту економіки за допомогою технологічних можливостей, які позитивно впливають на ефективність, результативність, вартість і якість економічної, державної та приватної діяльності» [7].

Отже, враховуючи зміст окреслених підходів, констатуємо, що досить часто ми маємо лояльне сприймаємо інформацію про цифрові технології та думаємо переважно про позитивний їх вплив на сучасний простір. Але варто розуміти, що сприяючи підвищенню ефективності функціонування окремих систем, цифрові технології часто змінюють (трансформують) принципи їх функціонування, особливо механізми їх розвитку. Водночас, розвиток також варто розуміти не як завжди щось позитивне. Розвиток – це зміна певних критеріїв. І якщо зміна якихось критеріїв не є позитивною для існування системи в майбутньому, то і розвиток є руйнівним або дисгармонійним. Іншими словами,

трансформація певної системи під впливом цифрових технологій може поступово привести до припинення функціонування такої системи, оскільки в новій моделі розвитку вона вже не потрібна. Але, чи буде це корисним для майбутніх поколінь?

Список використаних джерел:

1. Кравченко О.М. Гармонізація економічних відносин між учасниками ринку продукції тваринництва : монографія. Харків: Смугаста типографія, 2020. 340 с.
2. Голікова Т. В. Інструменти регулювання просторово-економічного розвитку України: монографія. Київ: ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України», 2014. 244 с.
3. Новицька М.В. Порівняльний аналіз визначень терміну «цифрова економіка» *Економіка і організація управління*. 2022.№ 2 (46) DOI 10.31558/2307-2318.2022.2.18
4. Тульчинська С.О., Корзун Л.С. Цифровізація як засіб трансформації економіки України. Збірник наукових праць «Актуальні проблеми державного управління». 2021. № 83. Т. 2. С.52-59.
5. Жекало Г. І. Цифрова економіка: проблеми та перспективи розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. №26. С.56-60.
6. Якушко І.В. Теоретичні аспекти розвитку національної економіки в умовах цифрової трансформації. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Том 2 № 18. DOI: 10.15330/apred.2.18.247-254
7. Струтинська І.В. Дефініції поняття «цифрова трансформація». *Економіка та управління підприємствами*. 2019. №48. С.91-96.

**Лимар Т.І., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Концепція сталого розвитку як основа ефективного підприємництва на селі

Усвідомлення людством ще у середині минулого століття реальної небезпеки екологічної катастрофи, яка загрожує існуванню цивілізації, спонукало до розробки нової концепції розвитку світу, а саме Концепції сталого розвитку. Такого розвитку, який доцільно розуміти не лише в контексті зміни стосунків людини і довкілля задля розширення економічного зростання, а і як скоординовану глобальну стратегію виживання людства, орієнтовану на збереження і відновлення природних спільнот у масштабах, необхідних для повернення до меж господарської ємності біосфери [1, с.71].

Поява Концепції сталого розвитку, в основі якої лежить гармонізація (збалансування) економічного, соціального й екологічного вимірів та відповідальність суспільства перед наступними поколіннями, вплинула на формування нової стратегії економічної, соціальної і екологічної політики на державному, регіональному і місцевому рівнях.

* Науковий керівник – Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент

Відповідно до Національної (української) парадигми країни в модель сталого розвитку на всіх рівнях повинна закладатися ідея підтримання єдності, цілісності й гармонійності у взаємодії безлічі штучних і природних об'єктів складних соціо-еколого-економічних систем [2, с.46].

Згідно тієї ж Національній парадигмі сталого розвитку України (за редакцією Б.Є. Патона) вихідною умовою сталого розвитку є перехід від стихійності до керованості. Модель сталого розвитку повинна базуватися на такому основному положенні: «у центрі уваги мають бути люди та їх право на здорове й плідне життя в гармонії з природою» [2, с.9].

Обрана господарська поведінка України в другій половині ХХ столітті призвела до загострення економічних, соціальних і екологічних суперечностей при одночасному розповсюдженні в світі Концепції сталого розвитку. В країні спостерігаються такі явища, як нестійкість орієнтирів об'єктів стратегічного планування (галузей, підприємств, регіонів тощо), безсистемність та неясність процесів у регулюванні та розвитку зовнішньоекономічного простору, хаотичність та неоднозначність дій представників держави та бізнесу, невизначеність пріоритетності національних проектів (розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць, реформи освіти, медицини, пенсійна тощо), складність та мінливість умов (середовища) розвитку економічних систем (законодавчої бази, інвестиційного клімату, банківської системи), що в купі призводить до руйнівних процесів щодо сталого розвитку соціо-еколого-економічних систем країни [3, с.40].

Крім того, зростають протиріччя у взаємодії елементів економічної системи, в тому числі факторів виробництва (зовнішніх та внутрішніх, рівня розвитку продуктивних сил, науки, техніки, технології, управління тощо), суб'єктів системи (продуктивних сил, виробників, споживачів, держави), об'єктів або предметів взаємовідносин між суб'єктами (товарів, робіт, послуг), відносин всіх рівнів та інтересів суб'єктів взаємодії.

Різні автори мають власний «рецепт» з гармонізації економічної системи на сільській території України в умовах сьогодення, що має ґрунтуватися на засадах сталого розвитку.

Так, сталий розвиток на селі, тобто такий розвиток, який має максимально задовольняти нинішні потреби людства, не завдаючи шкоди довкіллю і як реалізувати це в Україні, зокрема в аграрному секторі, ішлося під час круглого столу «Гармонізація національних та регіональних політик з Цілями сталого розвитку ООН», що відбувся в медіа-центрі AgroGeneration 5 березня 2019 року [4].

Один із запрошених експертів координатор програм ФАО в Україні (ФАО – організація ООН з питань сільського господарства та продовольства) Михайло Малков зазначив: «В Україні вирішення завдань сталого розвитку ускладнюється відсутністю середнього класу і слабким кооперативним рухом». Однією з причин останнього називають недовіру і побоювання селян щодо кооперації, бо вважають їх поверненням у минуле.

Михайло Малков зауважує: і в Європейському союзі, і в українському уряді дедалі більше розуміють, що тільки фінансової підтримки малого і

середнього бізнесу на селі в рамках сталого розвитку не є достатнім. Оскільки наявна система сільськогосподарських дорадчих служб далеко не завжди ефективна, що потребує докорінних змін. Покладатися українському представнику малого бізнесу лише на міжнародну допомогу явно недостатньо. Отже, свою роль мають зіграти держава і місцева влада [4].

Прикладом успішного розвитку підприємництва на селі з одночасним розвитком сільської території є Львівщина. Цим досвідом поділився заступник директора департаменту агропромислового розвитку Львівської обласної адміністрації Павло Дигдало. Так, з його слів, Львівщина унікальна: сільське населення становить 39% загальної кількості, а це 987 тисяч осіб; 60 % усієї сільськогосподарської продукції виробляють особисті селянські господарства (господарствами населення), яких налічується понад 280 тисяч; на господарства населення припадає близько 90 % виробництва картоплі, овочів, плодів та ягід.

Із мільярда, спрямованого з державного бюджету на розвиток фермерства і кооперації у 2017 році, використано лише невелику частку, оскільки існувала проблема відсутності тих, хто може освоїти ці кошти. Зокрема державною підтримкою скористалися лише шість селянських кооперативів на всю Україну, тоді як на Львівщині діє 37 кооперативів. Також для підтримки малих сільгоспвиробників (особистих селянських господарств) з обласного бюджету надано майже 20 млн.грн, які було спрямовано на здешевлення кредитів, на пільгові кредити під 5 % річних на реалізацію бізнес-планів, на програми підтримки кооперації, зокрема відшкодування частини вартості обладнання для перероблення продукції новостворених кооперативів тощо. Головна мета, зі слів Павла Дигдало – не просто нарощування обсягів сільськогосподарської продукції, а збільшення частки продукції з високою доданою вартістю [4].

Отже, сьогодні кожен підприємець на селі повинен більше дізнатись про роль міжнародних проектів у розвитку сільських територій України. Таких проектів як, наприклад, проект Світового банку «Підтримка прозорого управління земельними ресурсами», проект від Міжнародної фінансової корпорації (IFC) — впровадження аграрних розписок тощо.

Чимало уваги варто надати розвитку сільського зеленого туризму. Інвестиції у туризм дають в кінцевому випадку систематичне наповнення місцевих бюджетів, при цьому знижують безробіття, розвивають соціальну інфраструктуру. Головне – зміцнюють соціальну стабільність, зменшують злочинність, трудову міграцію і тим самим просувають імідж країни і покращують її репутацію.

Список використаних джерел:

1. Буканов Г.М. Концепція сталого розвитку як основа формування державної екологічної політики на державному та регіональному рівнях. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. Том 31 (70) № 3 2020. DOI <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.3/13> 2. Національна парадигма сталого розвитку України : 2-ге вид., перероб. і доп. / за заг. ред. акад. НАН України, д.т.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Б.Є. Патона. Київ : ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого

розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с. 3. Кравченко О. М. Гармонізація економічних відносин між учасниками ринку продукції тваринництва. Харків: «Смугаста типографія», 2020. 340 с. 4. Колюбакін В. Сталий розвиток і село. Газета "Урядовий кур'єр" від 4.05.2019 р. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/stalij-rozvitok-i-selo/>

Ольшанський О. В. д-р екон. наук, доцент
Горяїнов А.Б., Руднєва А. В., здобувачі вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Електронна комерція, як сучасний формат розвитку торгівлі

Мережа Інтернет є однією з найважливіших сучасних міжнародних телекомунікаційних інфраструктур, вплив якої на всі сфери сучасного бізнесу очевидний. Кількість користувачів мережі у світі постійно зростає. За показником рівня проникнення Інтернету до домоволодіння (у % від населення): у Великій Британії 92,5% населення користується мережею, у Німеччині рівень проникнення мережі складає 91%, у Франції 88% населення користується мережею. в Україні показник трохи перевищує 60% [1].

Розвиток мережі користувачів електронних інформаційних технологій призводить до стрімкого розвитку електронної комерції. У літературних джерелах найпоширенішим є визначення сутності поняття «електронна комерція» (від англійського e-commerce) як сфери цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. До електронної комерції відносять електронні гроші, рух капіталу, маркетинг, банкінг, страхові послуги, торгівлю тощо.

Поняття «електронна комерція» ширше, ніж «Інтернет комерція», оскільки в нього входять всі види комерційної діяльності, які здійснюються електронним шляхом. Інтернет комерція обмежена використанням комп'ютерної мережі Інтернет [2]. Поняття Інтернет комерції істотно відрізняється від традиційної в нашому розумінні торгівлі, а саме: за засобами залучення покупців, відсутністю торгового обладнання, черг, неможливості психологічного впливу продавця на покупця, не має значення час і місце здійснення покупок, як правило більш розширений перелік товарів і послуг, наявність широкого спектра інформаційної підтримки. Проте в системах Інтернет комерції присутні всі етапи здійснення традиційної торгової угоди: пошук необхідної продукції або послуг, уточнення деталей угоди, розрахунок, отримання (доставка) замовлення.

Серед різновидів, напрямів та моделей електронної комерції найбільш поширеними є: B2B (бізнес до бізнесу), B2C (бізнес до споживача), C2C (споживач до споживача), m-commerce (мобільна торгівля). Електронна комерція B2C або електронна роздрібна торгівля між компаніями та кінцевими споживачами включає збирання та обробку інформації споживачами, купівлю

фізичних речей, послуг чи інформаційних/електронних товарів [3]. Основними перевагами B2C:

- налагоджена система доставки в більшості електронних магазинів;
- наявність систем пошуку необхідних товарів та послуг;
- доступна ціна.

Підприємства, що займаються електронною комерцією, за рахунок зниження невиробничих витрат можуть запропонувати споживачу нижчу ціну; широкий асортимент товарів. Маючи комп'ютер та доступ до Інтернету, споживач одночасно має доступ до всього асортименту товарів, які пропонують підприємства в мережі. Одночасно існує низка проблем, пов'язаних із B2C, це в першу чергу проблеми безпеки. Разом із зростанням обсягів ринкової електронної комерції зростає кількість комп'ютерних злочинів, відбуваються обмеження прав споживача; з'являється велика кількість непрофесіоналів серед підприємств, що діють у сфері B2C, що у підсумку формує найвищий рівень недовіри до електронної комерції серед споживачів.

Різновид електронної комерції C2C (споживач до споживача) це торгівля між приватними індивідуумами або споживачами. Цей тип електронної комерції характеризується зростанням електронних ринків та мережевих аукціонів. C2C має найбільший потенціал для того, щоб розвивати нові ринки. Цей тип електронної комерції має три форми [4]:

- 1) аукціони типу eBay, що дозволяє інтерактивно пропонувати ціну в реальному масштабі часу;
- 2) однорангові системи, типу моделі Napster та моделі обміну грошей;
- 3) тематичні категорії у портальних сайтах типу Excite та eWanted.

Типовим представником електронної комерції B2C є Інтернет-магазин (електронний чи онлайн-магазин) – програмний комплекс, який дозволяє продавати товари чи послуги через Інтернет та автоматизувати управління бізнес-процесами. Електронні магазини поєднують елементи прямого маркетингу та традиційної торгівлі. Основними відмінностями Інтернет-магазину від традиційного є інтерактивність, велика кількість інформації та асортименту продукції та персоналізований підхід до кожного відвідувача. Найбільшим недоліком електронних магазинів є те, що не можна торкнутися товару та оцінити його візуально. Однак цей недолік з успіхом компенсується великою кількістю інформації, яку не зможе отримати покупець у традиційному магазині.

Основними функціями електронного магазину є [5]: надання якомога повнішої інформації про представлені товари та послуги; прийом та обробка замовлень; персоналізація відвідувачів; проведення платежів (за умови підключення до платіжної системи); збирання та аналіз статистичної інформації. Створення якісної системи Інтернет-торгівлі неможливе без вивчення споживачів. Саме тому технічні можливості електронного магазину повинні надавати можливість для ідентифікації відвідувачів та отримання статистики.

Кількість користувачів Інтернету тісно пов'язана з доходами від електронної комерції. Згідно з доповіддю Western Europe B2C E-Commerce Report 2021 з 2019 по 2020 рік дохід електронної комерції у сфері B2C у Великій

Британії збільшився на 20%. У 2020 році 70% англійських сімей регулярно виходили в Інтернет, у січні 2021 року майже 90% опитаних підтвердили постійне відвідування різних Інтернет-магазинів. У Франції прибуток Інтернет-магазинів з 2019 до 2020 роки зріс більш ніж на 40%, чисельність онлайн-покупців збільшилася на 22%. У Нідерландах протягом аналізованого періоду кількість онлайн-покупців зросла на 15%.

За даними міжнародного дослідження компанії Gfk найбільш активними онлайн-покупцями в Європі є чехи (53,5%), словаки (48%) та словенці (47,8%); в Україні послугами Інтернет-магазинів користується лише 45% населення. За результатами дослідження компанії Gemius за 2021 рік створено портрет середньостатистичного українського покупця в Інтернеті. Це житель міста (основні покупці чоловіки – 70%, жінки – 30%) у віці від 26 до 47 років (20% покупок роблять люди від 47 до 55 років), який працює в організації з комп'ютерами, оплачує онлайн комунальні послуги та користується банківськими послугами, сплачує в основному банківською картою (37%) та готівкою кур'єру (30%). Українці в Інтернет-магазинах найчастіше купують побутову техніку, мобільні телефони, аксесуари та комп'ютери. Але необхідно зазначити, що поступово в Україні формується ринковий сегмент Інтернет-торгівлі продовольчими товарами [6].

Електронна комерція є новим та перспективним напрямом розвитку вітчизняних підприємств торгівлі і її необхідно обов'язково враховувати у маркетингових стратегіях [7]. Стрімкий розвиток електронної комерції у різних країнах світу характеризується зростанням показників проникнення Інтернету у всі сфери діяльності; зростанням обсягу ринку; розвитком електронної торгівлі як однієї із складових електронної комерції.

Список використаних джерел:

1. Olshanskiy O. Development of methods of improvement of business process management. *Technology Audit and production reserves*. 2018. № 5/4 (43). P. 20-25;
2. Ольшанський О. В. Оцінка ефективності бізнес процесів підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2018. Вип. 6 (76). С. 53-55;
3. Ольшанский А. В. Использование электронной коммерции в современных условиях развития отечественных компаний. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2014. №1. с. 80-88;
4. Ольшанський О. В. Заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць*. Харків : ХДУХТ, 2013. Вип. 1 (17). С. 291-297;
5. Ольшанський О. В. Розроблення структури та класифікації бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2018. №19. С. 544-547;
6. Ольшанський О. В. Аналіз методів удосконалення бізнес-процесів підприємств торгівлі. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. №2 (107). С 104-110;
7. Ольшанський О. В. Особливості управління бізнес-процесами підприємств торгівлі та методи їх удосконалення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 22-26.

Суховірська Л. П. канд. пед. наук, доцент
Донецький національний медичний університет, Україна
Болілій В. О. канд. фіз.-мат. наук, доцент
Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка, Україна

Інноваційні системи – голосові асистенти із використанням штучного інтелекту

Новими інноваціями у глобальному економічному просторі є створення голосових бот-асистентів, які використовуються для полегшення повсякденного життя.

Нами була розроблена комп'ютерна програма «Голосовий асистент із використанням штучного інтелекту» (КП «Голосовий асистент») призначена для виконання відповідних дій після надходження голосової команди з набору, на яку чекає в фоновому режимі.

Зростанням прогресу в галузі штучного інтелекту навчання машин стає нормою життя для вирішення повсякденних задач.

Даючи голосові команди, персональних асистентів можна налаштувати на виконання простих завдань.

Масове впровадження штучного інтелекту у повсякденне життя користувачів також сприяє переходу на голосові програми.

Відповідно були сформульовані та окреслені певні завдання:

- Вивчити задачу голосового асистента;
- Дослідити процеси генерування природної мови;
- Розробити програму голосового асистента з використанням української мови;
- Розробити власну функцію виклику голосового асистента із фонового режиму;
- Розробити власну функцію фільтрації голосового трафіку (асистент повинен відкликатися лише на конкретні команди);
- Реалізувати орієнтування по функціоналу помічника (розповідь про вміння бота);
- Розробити власну функцію запуску браузера та будь-якого сайту (наприклад YouTube);
- Розробити команду завершення роботи голосового асистента.

Для розробки боту була вибрана мова програмування Python і середовище розробки Visual Studio Code.

Python – це мова програмування націлена на збільшення продуктивності самого розробника програмного засобу, ніж коду, який він пише.

Перевагою у використанні мови Python – наявність великого числа модулів, якими можна скористатися, що своєю чергою дозволить скоротити час на розробку і підвищити кількість функцій боту.

Використані модулі: VOSK, SoundDevice:

VOSK – це автономний інструментарій розпізнавання мовлення з відкритим вихідним кодом. Він дозволяє розпізнавати мовлення для понад 20 мов і діалектів – українську мову також. Моделі Vosk невеликі, але забезпечують безперервну транскрипцію великого словника, відповідь з нульовою затримкою за допомогою потокового API, реконфігурований словниковий запас та ідентифікацію мовця.

SoundDevice – цей модуль Python забезпечує прив'язки для бібліотеки PortAudio і кілька зручних функцій для відтворення та запису масивів NumPy, що містять аудіосигнали.

Текст в мовлення (TTS). Голос TTS генерується комп'ютером, і швидкість читання зазвичай можна прискорити або сповільнити. Якість розмовного голосу залежить від мовного механізму, але деякі голоси звучать як людські.

В нашому випадку це голос модулю Torch з єдиним українським спікером 'mykyta_v2'. В цьому модулі є підтримка багатьох мов та діалектів, але нам потрібен саме 'mykyta_v2'.

Розроблена комп'ютерна програма «Голосовий асистент із використанням штучного інтелекту» запускається на персональному комп'ютері. Створений голосовий україномовний бот працює у фоновому режимі, і після надходження голосової команди помічник виконує відповідну дію.

Список використаних джерел:

1. DIGITAL VOICE ASSISTANTS IN USE TO TRIPLE TO 8 BILLION BY 2023, DRIVEN BY SMART HOME DEVICES [WWW document]. URL <https://www.juniperresearch.com/press/digital-voice-assistants-in-use-to-8-million-2023> (лютий 2022)

2. Marie-Alix Payeur. L'essor de l'intelligence artificielle dans un monde vocal (17 червня 2021) [WWW document]. URL <https://www.abcvoice.fr/assistance-vocale/> (22 січня 2022)

3. 8. TechTarget Contributor. Natural language understanding (NLU) <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/natural-language-understanding-NLU> (3 травня 2022)

4. O. Kharkovyna, Natural Language Processing (NLP): Top 10 Applications to Know, Towards Data Science, (грудень 2022)



СЕКЦІЯ 4

ІННОВАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЮ БЕЗПЕКОЮ

Kotko Ya. M., candidate of economic sciences
Levkin A.V., docent, candidate of technical sciences,
State Biotechnology University, Ukraine

Mechanism of innovation in the food area of the region

Successful functioning of economic entities in an aggressive market environment and fierce competition requires them to introduce mechanisms of innovative development, providing technical and technological modernization, improvement of production and marketing processes to improve the competitive position, ensuring high quality products and cost optimization. Thus, the formation and implementation of the mechanism of innovation development in the food sphere of the region, based on a systematic approach and the use of the principles of socio-economic modeling, levers and regulation tools. Innovative development of the food sphere acts as a driving force for the growth of economic and social potential of the region, boosting entrepreneurship and improving the lives of the population. The intensification of innovation activities of economic entities has provoked significant changes in the system of food sphere of the country, although the trends in the implementation of certain types of innovations are characterized by uniformity and constant growth rates. This does not allow for an equilibrium development of the agrarian sector and requires the conformity of innovation with socio-economic principles.

The issues of managing the socio-economic development of the region through the widespread introduction of innovations and the intensification of innovation in the food sector have been studied by foreign and domestic scientists, including: V. Vasylenko, O. Kovalenko, Ya. Koroviy [1], S. Kovalchuk [3], R. Levkina, Ya. Kotko [2], G. Lysenko, M. Malik, T. Orekhova, P. Sabluk, A. Shvedyuk, J. Schumpeter and others.

The key role of the food sphere in the system of economic security of the state, the need for quality food and their impact on the health and efficiency of the population, requires the development of a mechanism for innovative development of the food sphere. The main tasks of such a mechanism are production and marketing support of the requirements of state standards for the quality of food products, creation of preconditions for the growth of financial and economic indicators of the food sector, optimization of resource provision, strengthening responsibility for non-compliance with production standards, stimulation of domestic production and development of import substitution.

The analysis of the current state and trends in the development of the food sphere and the results of research by scientists on this issue indicates their close relationship of interdependence with the innovation development and ensuring national food security. The mechanism of innovative development of the food sphere of the region is a multifunctional and multilevel complex of production and marketing processes, the main purpose of which is to ensure the realization of the interests of producers of food products in the context of socio-economic development. It should provide motivational processes for innovation, planning, forecasting, modeling, implementation of

management decision-making methods in practice, monitoring, diagnosis and controlling [1, p.55]. Priority, consistency, proportionality (introduction of the results of scientific activity in the production process, meeting the needs of the population of the region, food safety, balance of consumers and producers of food products) are the main principles of the functioning of such a mechanism. On the other hand, the mechanism not only provides, but also creates interrelations between objects and subjects of production, processes of production, promotion and consumption of food products. Also important is the institutional support of innovation processes, representing the functioning of regional institutions (scientific, educational, executive), innovative business entities, local government, public associations, communities of socio-economic activity and others [3, p.110-111].

The mechanism of innovative development of food sphere in the region essentially represents the mechanism of introduction of innovations, based on the system approach to the solution of problems and as a component containing a set of tools (legal, administrative, economic, social, organizational, educational, ecological) interconnected by the uniform purpose and tasks, principles and resource provision. Consequently, the financial tools of the mechanism of innovation in the food sphere of the region are preferential crediting and taxation, insurance, social subsidies, compensation of funds at the expense of budgets of different levels (state/regional/local). Taking into account the potential of food production in the region, historical and environmental (recreational, cultural, natural) characteristics of the region, indicators of socio-economic development allows not only to reasonably approach the construction of the mechanism, but also to determine the stimulating factors for the introduction of various types of innovation. Among these it is necessary to note organizational and managerial innovations (optimization of processes by making effective managerial decisions; grant developments to ensure food security in accordance with the strategy of socio-economic development of the region or locality); production (actually the result of scientific and technological progress: research and development works); social (creation of clusters to solve social problems with the development of new social relations and synergistic effect) and others that are directly or indirectly related to the formation of the food sphere of the region on an innovative basis [4].

The needs of consumers determine the product structure of food manufacturers and require the introduction of new innovations. For example, in European countries the feedback between producers and consumers is so close that its effectiveness is characterized by new products with significant innovation support. For example, the company LOEWI (a scientific subsidiary of Munich Technical University and a member of the EIT Food RisingFoodStars) is actively changing the market for nutritional supplements in the direction of expanding the range of vitamins, minerals and other vital substances to meet individual consumer needs and health conditions. Using consumer diagnoses and the presence of underlying and co-morbidities (allergies, concurrent medication and vitamin intake, biological age, gender), nutrition plans can be developed that reduce the need for medications and medical interventions. Royal DSM (a global nutrition, health and sustainable living science company) recently announced the launch of Hologram Sciences (creating personalized health models

based on a combination of diagnostics, digital coaching and personalized nutrition) to offer consumers holistic solutions to manage their health. The ability to access registered dietitians allows you to assess your lifestyle, nutrition and other factors.

It would be wrong to limit the analysis of the results of the study of innovative development only to the positive consequences and feasibility of processes of innovative development of enterprises and regions, not paying attention to the difficulties and inhibiting factors for business entities (high capital intensity of innovation; lack of financial resources to cover the costs of innovation; unwillingness); financial institutions to invest (credit) projects / programs with a high level of innovation; Low level of access to information; Low level of access to information; Low level of access to information.

Consequently, ensuring the innovative development of business entities requires the introduction of various types of innovations, which should take into account the specifics of the organization of food production and be based on an effective mechanism. This, in turn, requires adaptation to the specific regional conditions of economic management and the basis on the existing regional potential, taking into account public interests.

References

1. Коровій Я. В., Орехова Т. В. Теоретико-методологічні основи дослідження стратегій інноваційного розвитку агропромислових підприємств. // Конкурентні стратегії національних виробників агропромислової продукції у сучасній парадигмі глобального економічного середовища: монографія / за заг. ред. Т. В. Орехової. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. С. 54–56;
2. Ковальчук С. Я., Шведюк А. А. Продовольчі системи в координатах сталого розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 23. С. 66-72;
3. Левкіна Р. В., Котко Я. М. Соціальна орієнтація мотиваційного механізму суб'єктів аграрного бізнесу. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*, Харків, 2018. Вип. 191. С. 51-59;
4. Левкіна Р. В., Котко Я. М., Левкін А. В. Інструменти соціально-економічного розвитку суб'єктів аграрного підприємництва. *Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю*. Полтава: ПДАА, 2021. С. 127-128.

**Антощенко В.В. д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Основи глобальної продовольчої безпеки

Україна тривалий час позиціонується як гарант продовольчої безпеки в багатьох країнах світу завдяки традиційно потужному продовольчому експорту. Внесок України до світового продовольчого ринку у 2021 р. був еквівалентним забезпеченню харчуванням близько 400 млн осіб.

GFSI вимірює драйвери продовольчої безпеки в 113 країнах за факторами

доступності, наявності, якості та безпеки, а також стану природних ресурсів та стійкості. Індекс агрегує 58 унікальних показників, що відображають економічну нерівність, доступність продовольства, умови довкілля, стан природних ресурсів. Країни Європи демонструють одні з найкращих показників в всьому світі. Так, перші п'ять найвищих сходинок Індексу посіли Ірландія, Австрія, Велика Британія, Фінляндія та Швейцарія. Із чотирьох категорій GFSI Європейський регіон показав найкращі показники за рівнем доступності.

За останні десять років до GFSI були додані нові елементи, що відображають зростаючу важливість ринків, фінансових систем, технологій та інновацій у забезпеченні продовольчої безпеки. У той же час не можна ігнорувати структурні фактори, тому індекс зважає на гендерну нерівність і нерівність доходів, а також політичні та соціальні ризики, пов'язані з корупцією та воєнними конфліктами. Екзистенційна загроза зміни клімату зараз також є важливим фактором [1, с.90]. Усі ці заходи відображають ширші тенденції, які змінили підходи до формування продовольчої безпеки протягом десятиліть. Після швидкого зростання в перші кілька років свого заснування показники GFSI у всіх країнах досягли піку в 2019 році, а потім впали протягом останніх двох років на тлі пандемії COVID-19, конфліктів і мінливості клімату. Це падіння показників GFSI спостерігалось в усіх регіонах і країнах. Проте країни з високим рівнем доходу в Європі все ще лідирують у цьому індексі, як і десять років тому, посівши сім з десяти найвищих місць в рейтингу. Так, Ірландія посідає перше місце, набравши 84 бали зі 100 можливих. Аналогічно, країни Африки на південь від Сахари продовжують «лідирувати» в останніх десяти місцях індексу, посівши сім з цих місць. Так, останнє 113 місце з рейтингом всього лише 34,67 займає Бурунді. GFSI показує, що голод і затримка росту у дітей найбільше пов'язані з якістю та безпечністю їжі. Країни, де в харчуванні населення бракує якісного білка та мікроелементів, і де доступ до питної води обмежений, найгірші показники продовольчої безпеки.

GFSI показує, що країни, у яких немає комплексних, добре профінансованих національних програм безпеки харчових продуктів, мають більш високий рівень голоду (і затримку розвитку у дітей). Показник фінансової доступності їжі скоротився в 2021 році більше ніж в 70 країнах світу. Природні ресурси та стійкість є найнижчим показником серед чотирьох категорій продовольчої безпеки, що знижує і загальний показник GFSI по країнам. І навпаки, найвищим за балами по показникам є оцінка якості та безпечності харчових продуктів. Середній бал у всіх країнах становить 68, що обумовлено широким застосуванням ефективних стратегій покращення харчування. Це є ключовим, оскільки захворювання, пов'язані з неправильним харчуванням, є основною причиною передчасної смерті у всьому світі. Нарешті, фізична доступність їжі займає третє місце після якості та безпеки їжі та фінансової доступності з середньою оцінкою 56,7. Країни, які займають найвищі місця в рейтингу – це країни, які мають високі оцінки за всіма чотирма «стовпами» продовольчої безпеки. Наприклад, найкраща Ірландія набрала понад 92 бали за доступність, якість та безпеку їжі та вище 74 бали за показником «природні ресурси та стійкість». Протягом десяти років Ірландії вдалося знизити витрати

на продукти харчування, водночас подолавши нерівність та досягнувши високих стандартів харчування. Найбільшого падіння в рейтингу зазнали Венесуела та Бурунді, які не змогли знизити витрати на продовольство, не мали достатньої кількості продовольства чи доступу до ринку, а також постраждали від нестабільності виробництва. В табл.1 проаналізовано результати діяльності країн на основі їхнього показника продовольчої безпеки за 2021 рік.

Таблиця

**Результати діяльності країн на основі їхнього показника
продовольчої безпеки за 2021 рік**

Рейтинг	Країна	Загальний бал	Економічна доступність	Фізична доступність	Якість і безпека	Природні ресурси та стійкість
1	Ірландія	84,0	92,9	75,1	94,0	74,1
2	Австрія	81,3	90,5	75,2	91,2	65,7
3	Сполучене Королівство	81,0	91,1	72,7	89,6	69,0
4	Фінляндія	80,9	91,7	66,2	93,8	75,1
5	Швейцарія	80,4	89,0	76,9	86,4	65,1
6	Нідерланди	79,9	89,7	73,7	92,2	61,2
7	Канада	79,8	87,6	77,7	94,5	54,4
8	Японія	79,3	90,0	75,7	83,4	61,9
9	Франція	79,1	90,3	67,0	92,1	67,5
9	США	79,1	88,7	71,0	94,3	61,3
58	Україна	62,0	73,9	51,8	71,9	49,3
113	Бурунді	34,7	24,0	33,7	45,7	44,8
-	Середній	60,9	66,7	56,7	68,0	50,8

Джерело: [2;3]

За підсумками 2021 року Україна посіла 58 місце серед 113 країн у Глобальному індексі продовольчої безпеки (Global Food Security Index; GFSI), набравши 62 бали за 100-бальною шкалою оцінки, що на 3,2 бали вище в порівнянні з попереднім роком. Покращення показників багато в чому пов'язане із розвитком сільського господарства, зокрема, виробничою та дослідницькою активністю міжнародних сільськогосподарських компаній. В той же час, Україна продовжує залишатися в кінці рейтингу серед європейських країн, поступаючись останнім місцем лише Сербії з оцінкою в 61,4 балів. Як зазначають аналітики, продовольча безпека в Україні характеризується стійким зростанням протягом останніх 5 років. Водночас категорія природних ресурсів та стійкості вимагають посиленого фокусу в галузі охорони та якості водних ресурсів. Загалом загальний глобальний індекс знизився з 61,6 бали у 2019 році до 60,9 бали у 2021 році. Як зазначають аналітики, така тенденція спостерігається у всіх регіонах, країнах та групах країн, не залежно від розвитку та рівня доходу. За останній рік, наприклад, Румунія втратила 1,4 бали, Норвегія – 2,5. Найбільш помітний спад спостерігався у Фінляндії – 4,3 бали. Ключовим чинником зниження загального показника таких країн стала значна нестабільність сільськогосподарського виробництва. Серед сильних показників України можна відзначити продовольчу безпеку – комплексний показник, який використовується для оцінки ступеня сприятливості умов для забезпечення продовольчої безпеки, а також низький

рівень втрат продовольства [4, с.158]. Серед основних проблем відзначаються низький обсяг державних витрат на наукові дослідження в області сільського господарства і рівень ВВП на душу населення, вдвічі менший, ніж середньосвітовий показник. Україна зайняла в 2021 році 58-е місце в категорії «економічна доступність» (affordability). У цій категорії наша країна отримала 73,9 бали з 100, порівняно з середнім показником за Індексом – 66,7 бали. А от країни, які в 2021 році мали найвищий рівень економічної доступності продукції стали Данія (93,1), Ірландія (92,9), Фінляндія (91,7), Великобританія (91,1) та Швейцарія (91,0).

Один із найактуальніших викликів сучасного сільського господарства, який серйозно відбивається на глобальній продовольчій безпеці – це різкі кліматичні зміни та загроза воєнних конфліктів. Для мінімізації виявів глобальної продовольчої кризи необхідно якнайшвидше захистити і підтримати виробництво сільськогосподарської продукції в Україні в умовах воєнного стану, скориставшись можливостями впливу України на глобальну продовольчу політику, які вона здобула завдяки досягненню провідних позицій на світових ринках окремих видів сільськогосподарської продукції, а також активізації співпраці з міжнародними й міжурядовими організаціями, зокрема ФАО, щодо трансформації продовольчих систем.

Список використаних джерел:

1. Антощенкова В.В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ, 2019. Вип. 200. С. 84-95с.; 2. The Global Food Security Index. URL: <https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/> (дата звернення: 25.09.2022); 3. Онегіна В.М., Антощенкова В.В. Основи глобальної продовольчої безпеки. «Духовність особистості: методологія, теорія і практика». Volume 1 2022. С.140-149. DOI: <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2022-103-1-6-140-149>; 4. Онегіна В.М., Антощенкова В.В. Спільна аграрна політика та конкурентоспроможність продукції сільського господарства ЄС. «Аграрна політика Європейського Союзу: виклики і перспективи» кол. монографія. Житомир: 2019, С.152-163.

**Бабак Д. Є., Часовітін І.О., здобувачі вищої освіти ступеня доктора
філософії***

Державний біотехнологічний університет, Україна

Проблеми розвитку аграрних відносин

З початку ХХІ століття загальний стан цивілізаційного розвитку людства розцінюється як глобальна криза. Кризові явища охопили і аграрну сферу, перш за все аграрні відносини, що знайшло своє відображення в становленні глобальної продовольчої кризи. На кризові явища впливає те, що сучасні процеси глобалізації і інформатизації суспільства викликають до життя все нові

несподіванки, стосовно яких існуюча система регулювання аграрних відносин виявляється нездатною до подолання. Криза виявила дві проблеми. Перша із них полягає в необхідності повернення до реального і ефективного регулювання аграрної економіки, а друга, що стало деякою несподіванкою, пов'язана з необхідністю ґрунтового розширення втручання держави в регулювання аграрних відносин.

До цього часу досить розповсюджена уява про те, що розвиток будь якого явища носить поступовий характер, не має альтернативи. Альтернатива, особливо державними інститутами, трактується яка випадкове відхилення від магістральної течії, яке кінець кінцем проб'є собі шлях. Подолання подібних уяв є настільки ж важливою, наскільки і важкою проблемою. Сучасні уявлення про вирішення цих питань пов'язані із поглядами на самоорганізуючу дійсність, що характеризується двома моментами. По-перше, наявністю в ній певної частки непередбачуваності. По-друге, в цій діяльності завжди особливе місце займає конкретна мутація, відхилення, що являє собою істинну реальність безкінечної мінливості світу. Визнання подібних якостей являється основним відправним принципом універсальної парадигми, яку різні наукові напрямки іменують по-різному: теорією самоорганізації, синергетики, еволюціонізмом або, точніше, універсальним еволюціонізмом [1].

Зміст і направленість регулятивного механізму, оскільки він взаємодіє із системою самоорганізації, включають декілька найважливіших аспектів парадигми універсального еволюціонізму. Одним із них є існування адіабатичних інваріантів. Стосовно державного регулювання аграрних відносин ці інваріанти не є інваріантами в їх класичному розумінні, тобто такими елементами, що зберігаються незмінними при перетворенні системи, яку вони характеризують. Адіабатичні інваріанти в сфері аграрних відносин відрізняються тим, що їх конкретні характеристики змінюються значно повільніше, ніж величини, що визначають фазовий стан аграрної системи. Адіабатична інваріантність в даному випадку проявляється, наприклад, в консервативних стандартах ставлення до земельної власності, у прагненні до незмінних форм економічного спілкування.

До основоположних положень універсального еволюціонізму належить також те що самоврядні системи знаходяться в своєму розвитку під впливом малих флуктуацій (випадкових відхилень). Це неминуче веде до «накопичення» їх і зводить на цій основі відносини, цінності, форми життєдіяльності до такого рівня, який істотно відрізняється від еталонного.

Накопичені відхилення ведуть до такої точки, в якій вихід із накопичених суперечностей є невизначеним і передбачає зміни в суспільних структурах (точки біфуркації). Біфуркації є одночасно показником як нестабільності так і життєздатності певного суспільства. При наближенні до такої точки зростає роль флуктуації. Суспільство переживає епоху коли ініціативна індивідуальна дія (флуктуація) набуває все більшої значущості. Припинення або подавлення біфуркації було б кінцем історії і участі в ній людей [2, с. 20-21].

З точки зору синергетично обумовлених змін системи поділяються на прості і складні, лінійні і нелінійні, детерміновані і стохастичні, стійкі і нестійкі, статичні, динамічні і еволюціонуючі, відкриті і закриті [3, с.165].

Система аграрних відносин, всупереч існуючих упереджень, складніша від інших систем, оскільки вона спирається на різноманітні форми буття людини і виробничі фактори - природну і зверх природну, тобто культурну, включаючи матеріальну культуру і соціальну. Одна із проблем регулювання аграрних відносин полягає у необхідності взаємоузгодження, гармонізації цих форм буття. При цьому можливі ситуації коли людина переносить уявлення про себе саму на суспільство і на природне буття або коли відбувається перенесення якостей природного буття на буття соціокультурне і економічне, тобто відбувається редукція від складного до простого. Вихід із таких можливих ситуацій полягає не в абсолютизації природного або соціального, а в їх поєднанні. Це дуже складна проблема, оскільки мова йде про поєднання в єдиній системі утворюючих її систем різної інформаційно-функціональної належності.

Складовою частиною інформаційних механізмів є існування в системах управління режимів загострення, в основі яких лежать процеси обвального накопичення інформації, досвіду, можливих шляхів реалізації. Обвальність тут слід розуміти як поступальний розвиток і збільшення нерівноважних структур. Загострення неминуче закінчується виникненням стану комплексної кризи системи. Виходом із цього стану є виведення інформації у режими її обміну і упорядкування стосовно управлінських ціннісних імперативів [4, с. 97].

Питання про протиріччя в управлінській діяльності, які неминуче виникають при накопиченні і використанні інформації розглядаються зазвичай з точки зору «боротьби», що свідчить про лінійність підходу до інформації. Справжня задача полягає як раз в тому, щоб не втратити, а зберегти ці протиріччя, одночасно зберігши можливості їх вирішення, в іншому випадку це може призвести до припинення розвитку інформаційної складової системи управління.

Необхідність інформаційно-синергетичного підходу до питань державного регулювання аграрних відносин обумовлена тим, що в процесі цього регулювання необхідно враховувати якісно-неоднородні інформаційні потоки, а саме: ті, що стосуються природних передумов існування аграрних відносин, загально-економічних їх аспектів, оскільки зв'язок аграрної сфери з біологічним існуванням суспільства робить його надзвичайно актуальним, не з галузевої точки зору, як це інколи подається, а з точки зору екзистенціональної; і, нарешті, наявність специфічних аспектів регулювання, які притаманні лише аграрній сфері та суб'єктам, що економічно пов'язані з нею. Основою методологічною закономірністю використання інформаційної складової для потреб державного регулювання аграрних відносин є об'єднання в єдину дослідницьку систему таких понять як адіабатичні інваріанти, біфуркація, малі флуктуації, ентропія у їх зв'язку з поняттям інформації. Рушійною і визначальною силою креативних можливостей і енергетики цієї системи виступає інформація як відтворення розмаїтості якостей системи державного регулювання в самій системі аграрних відносин. Такий підхід дає можливість

виявити такі суперечності як відставання розвитку системи державного регулювання від змін факторів, що визначають стан аграрної сфери і аграрних відносин. Поведінка системи державного регулювання визначається не поверховими процесами типу плинних кон'юктур, а законами інформації. Трансформація цих законів стосовно регулятивної поведінки державних інститутів в сфері аграрних відносин виступає у формі певних принципів. Першим із них є поважливе ставлення до адміністраторів і реальних лідерів, що приймають участь у регулюванні аграрних відносин, і врахування їх особливостей. Головним шляхом реалізації цього принципу є креативний стиль управління, що спрямований на подолання елементів суперечностей матеріальної і формальної раціональності в процесі регулювання аграрних відносин. Інформаційну адіабатичну природу має і другий принцип -визначення статусу державницького органу регулювання аграрних відносин. Інформаційна природа в даному випадку розуміється не як наявність певних відомостей і знань, а як здатність за допомогою знань і регулятивних впливів передати суспільно цінні якості системи регулювання, її суспільну мету і принципи підходу до аграрних відносин самій системі аграрних відносин, тобто їх основним суб'єктам.

Список використаних джерел:

1. Пасемко Г.П. Державне регулювання аграрних відносин в умовах соціально-економічних трансформацій [моногр.] / Г.П. Пасемко. – Х.: «Міськдрук», 2012. – 260 с.; 2. Данилов Ю.В. Герман Хакен о синергетике. // Синергетическая парадигма. Нелинейное мышление в науке и искусстве. – М.: Прогресс – Традиция, 2002. – С. 22-27; 3. Основи стійкого розвитку: за заг. ред. Л.Г. Мельника – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 654с.; 4. Буданов В.Г. Принципы синергетики и управление риском. // Синергетическая парадигма. Человек и общество в условиях нестабильности.– М.: Прогресс – Традиция, 2003. – С.86-98.

**Білоусько Т.Ю. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Світова продовольча безпека та подальший розвиток аграрного сектору України

Вирішити проблему забезпечення людства продовольством людство зможе лише розвиваючи сільське господарство, яке зараз, особливо у бідних країнах, є найважливішою складовою економіки. Воно забезпечує у багатьох країнах Африки понад 50% внутрішнього валового продукту (ВВП), у країнах із низьким прибутком – 12% ВВП за загальної вартості світової продукції сільського господарства орієнтовно 1,3 трлн. доларів США [1].

Актуальність прискореного розвитку аграрної сфери продиктована кризовими явищами у світі. Так, зниження рівня продовольчої безпеки у світі

простежується з 2018 року. Несприятливі погодні явища, поширення регіональних конфліктів, пандемія Covid-19 порушили виробництво, розподіл та логістику продуктів харчування та призвели до зростання цін на них. Ситуація різко погіршилася після вторгнення Росії до України. Експорт продуктів харчування та добрив із цих країн різко впав, що призвело до експортних обмежень в деяких інших країнах. У сукупності на Україну та РФ припадає 30% світової торгівлі пшеницею, 20% кукурудзи та 75% олії. За оцінками МВФ для ліквідації гострої нестачі продовольства у 2022 р. буде потрібно 50 млрд доларів [2].

Україна, як ми вже зазначили, є виробником та експортером багатьох видів аграрної продукції в світі. За підсумками 2021р. Україна експортувала продовольства на 27,8 млрд доларів США, що становить 41% загальноукраїнського експорту [3]. Але, намагаючись виробити найбільш потрібну продукцію на ринку (пшеницю, кукурудзу, соняшникову олію), в країні залишають поза увагою виробництво тих видів продукції, які складають збалансований раціон харчування.

Тому ми вважаємо, що саме визначення Стратегії забезпечення продовольчої безпеки країни та програми практичного її запровадження є пріоритетним завданням уряду України в повоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Wood S., Sebastian K., Scherr S. Pilot Analysis of Global Ecosystems: Agroecosystems Technical Report. Washington, D.C.: World Resources Institute and International Food Policy Research Institute, 2000. 85 p.; 2. Росія створила продовольчу кризу, через яку може постраждати 350 млн осіб у світі – МВФ. URL:<https://agropolit.com/news/24423-rosiya-stvorila-prodovolchu-krizu-cherez-yaku-moje-postrajdati-350-mln-osib-u-sviti--mvf> (дата звернення: 24.10.2022); 3. За 2021 рік Україна збільшила експорт продукції агропромислового комплексу на 25%. URL:<https://landlord.ua/news/za-2021-rik-ukraina-zbilshyla-eksport-produktsii-ahropromyslovoho-kompleksu-na-25/> (дата звернення 20.10.2022)

Богданович О.А., канд. екон. наук
Державний біотехнологічний університет, Україна

Продовольча безпека країни в умовах війни

Рівень ефективності всієї країни визначається продовольчою безпекою. В світі не існує жодної держави, яка б не переймалася цим питанням. Що включає в себе визначення поняття «продовольча безпека»? Це частина національної безпеки, гарантія держави забезпечити своє населення продуктами харчування. Продовольчі ресурси формуються в результаті діяльності аграрного сектора. Основним принципом поліпшення харчування населення і подальшим ефективним розвитком є стійке та збалансоване функціонування аграрного комплексу, державного управління і природоохоронних засобів.

Вторгнення РФ в Україну створило серйозні проблеми в агропромисловому секторі країни. Незважаючи на величезний потенціал сільськогосподарського виробництва України, війна серйозно вплинула не тільки на внутрішню, а й на глобальну продовольчу безпеку.

Війна може призвести до продовольчої кризи. Вже зараз Україна має такі наслідки, як вимушене скорочення посівних площ, неможливість зібрати і продати свій врожай або зберігати його в належних умовах, багато аграріїв залишилися без техніки, впала купівельна спроможність населення, поширені випадки викрадання та вивезення продукції в РФ. Індекс продовольчої доступності, який складається з двох компонентів – доступності продовольства і доходів населення, знизився приблизно на 40 % з початку війни. Аграрний сектор України зруйнований на 15 % [1].

Україна втратила частину своїх сільськогосподарських угідь ще у 2014 році в результаті збройної агресії РФ (території Луганської, Донецької областей та АР Крим). За період 2014–2021 рр. аграрному сектору України вдалося стабілізувати ситуацію, врожай сільськогосподарських культур у 2021 р. склав 86 млн т зернових та зернобобових. Обсяг експорту сільгосппродукції (олії соняшникової, пшениці, кукурудзи, ячменю) у 2021 р. склав 40,7 % від загального обсягу товарного експорту країни [2].

На сільське господарство України припадає 20 % ВВП, більше 40 % доходів від експорту, 100 % забезпечення населення основними сільськогосподарськими культурами, 80 % м'яса. Двадцять років тому експорт українського зерна був спроможний забезпечити продовольчу безпеку 40 млн людей, зараз цей показник зріс до 400 мільйонів [3].

Треба відзначити, що війна буде мати досить тривалі наслідки. Мінування, забруднення важкими металами ґрунтів. Чи можна буде використовувати ці землі надалі? На їх очищення підуть роки, багато років. Тому сільське господарство України, яке і до цього, мало інтенсивний рівень, буде потерпати від ще більшого інтенсивного розвитку.

Зараз важко прогнозувати. Все буде залежати від політичної ситуації в країні і світі. На всесвітньому економічному форумі у Давосі, що пройшов у травні 2022 року, обговорювалося головне питання війни в Україні в контексті глобальної продовольчої кризи. За прогнозами EurasiaGroup вже до листопада 2022 року близько 1,9 мільярда людей стикнуться з проблемами продовольчої безпеки. Збереження торговельних потоків з Україною і зменшення залежності від Росії є життєво важливими для компенсації впливу війни на глобальну продовольчу кризу. Це, скоріш за все, призведе до соціально-політичних проблем, збільшення міграційних процесів в Європу і північну Америку. Всі ці питання потребують спільного рішення [4].

Забезпечення продовольчої безпеки під час війни – один з ключових елементів для підтримки реального сектору української економіки, який охоплює п'ять сфер (промисловість, будівництво, сільське господарство, торгівля, управління). Спеціальний пакет ЄБРР із підтримки продовольчої безпеки цього року передбачає надання Україні 200 мільйонів євро інвестицій у продовольчу безпеку [5].

Внесені зміни до деяких законодавчих актів в Закон України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану, від 24.03.2022 р. В його основу покладений пріоритет державних інтересів над інтересами приватних осіб. Спрощені правові механізми використання земельних ділянок усіх форм власності [6].

Також Кабінетом Міністрів України було прийнято план заходів забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану, від 29.04.2022 р. Це комплекс дій, який передбачає моніторинг стану продовольчої безпеки і сільськогосподарської інфраструктури в цілому; надання підтримки виробникам харчових продуктів; надання адресної допомоги соціально вразливим категоріям населення; централізований контроль за цінами на продукти [7].

Державні та міжнародні програми, солідарне сільське господарство, кооперативний рух, місцевий економічний розвиток (на основі підтримки сільських громад), робочі місця, налагодження процесів вирощування і переробки, об'єднання всіх складових (людських, фінансових, технічних ресурсів), що дозволяють працювати ефективно в кризові періоди, особливо під час війни. Все це є цілим комплексом дій для досягнення головної мети – продовольчої безпеки країни.

Список використаних джерел:

1. Місцевий економічний розвиток як основа продовольчої безпеки громад: ключові тези обговорення. URL: <https://uacrisis.org/uk/prodovolcha-bezpeka26082022> (дата звернення 15.10.2022);
2. Огляд продовольчої безпеки та політики в Україні. *Центр досліджень продовольства та землекористування (KSE Агроцентр)*. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/05/Food-security-and-policy-in-Ukraine_ukr.versiya.pdf (дата звернення 10.10.2022);
3. Ніконенко О.А. Методичне забезпечення формування продовольчої Безпеки України. *Агросвіт*. 2022. № 9-10. С. 86-92. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/9-10_2022/12.pdf (дата звернення 25.10.2022);
4. Всесвітньо економічний форум 2022 відкрився у Давосі. *Асоціація українсько-китайського співробітництва*. URL: <https://aucc.org.ua/vsesvitno-ekonomichnij-forum-2022-vidkrivsja-u-davosi/>;
5. Як сприяти продовольчій безпеці України – 5 питань експертці. *Екодія*. URL: <https://ecoaction.org.ua/iak-spryiaty-prodovolchij-bezpetsi-ukrainy-5-pytan-eksperttsi.html> (дата звернення 22.10.2022);
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану: Закон України від 24.03.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20> (дата звернення 21.10.2022);
7. Про затвердження плану заходів забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану: Кабінет Міністрів України від 29.04.2022. № 3270-р. *Урядовий портал*. 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-a327r> (дата звернення 22.10.2022).

**Вісам Аль-Хатіб, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Національний університет біоресурсів і природокористування
України**

**Регулювання ринку засобів захисту рослин в системі глобального
розвитку**

На сучасному етапі розвитку сільськогосподарського виробництва асортимент хімічних і біологічних засобів захисту рослин вдосконалюється в напрямку виключення препаратів, що викликають віддалені еколого-економічні наслідки, і поповнення ефективними сполуками нового механізму дії в більш екологічно безпечних препаративних формах [1, С. 98]. В останні роки з асортименту засобів для захисту рослин, що застосовуються в сільському господарстві, виключені високотоксичні та персистентні препарати [2, С. 9; 5]. Нині розширено виробництво і застосування засобів для захисту рослин з низькою нормою витрат на одиницю оброблюваної площі, маси, що дозволило скоротити фізичну кількість споживаних засобів для захисту рослин без скорочення оброблюваних площ. В Україні, засоби для захисту рослин представлені такими видами: Біологічні фунгіциди – це препарати живих організмів і продуктів їх життєдіяльності, використовувані для захисту рослини від хвороб, викликаних грибами і бактеріальними збудниками. Біологічні інсектициди і акарициди – вузькоспеціалізовані мікроорганізми і віднайдені ними специфічні біотоксини спрямованої дії, призначені для боротьби з дорослими особинами і личинками шкідливих комах і кліщів. Біологічні родентициди – це препарати, які борються з гризунами, що знищують посіви і врожай. Біологічні деструктори рослинних залишків – це препарати, які сприяють прискоренню розкладання рослинних залишків у ґрунті, оздоровлення ґрунту. Біологічні інокулянти – це препарати, які використовують живі культури корисних для рослин мікроорганізмів для зміцнення здоров'я рослин. Даний вид засобів для захисту рослин має найбільшу представленість на ринку України.

Так, якщо розглядати споживання пестицидів в цілому, то найбільше використовуються гербіциди. Це пояснюється тим, що, якщо застосування фунгіцидів та інсектицидів в значній мірі залежить від погодних умов, сортів і гібридів рослин, то застосування гербіцидів є обов'язковим елементом в сучасному землеробстві. На даний момент в Україні біологічні препарати такого виду не поширені. Другими за попитом є фунгіциди, а за ними йдуть інсектициди. Саме в цих сегментах можливе часткове витіснення хімічних засобів біопрепаратами [3; 5]. Тому біологічні засоби захисту рослин часто вважають за краще застосовувати дрібні споживачі: домогосподарства, малі фермерські господарства. За останні роки кількість фермерських господарств в Україні зростає і нині становить понад 34 тисяч. Стандартний розмір фермерських господарств – від 20 до 50 га. Якщо порівнювати географічний розподіл фермерських і домашніх господарств, можна помітити, що останні

* Науковий керівник - Вдовенко Н. М., д-р екон. наук, професор

розподіляються більш рівномірно. Попит з боку дрібних споживачів буде менше відрізнятися в залежності від регіону і більше ґрунтується на особливостях тієї чи іншої місцевості, зокрема склад ґрунту, поширеність захворювань та шкідників, погодні умови. У сучасних умовах змінюються препаративні форми засобів для захисту рослин на ринку продажу засобів для захисту рослин. Спостерігається скорочення порошкоподібних препаратів, концентратів емульсії. Створюються нові, більш екологічні форми: концентрат суспензії, текуча паста, водорозчинні гранули, суха текуча суспензія, мікрокапсульовані. Підвищується вибірковість дії препаратів, особливо гербіцидів.

Оцінюючи ефективність застосування хімічних засобів захисту рослин потрібно, перш за все, намагатися виявити всі позитивні та негативні наслідки застосування пестицидів [3; 5]. До перших відносяться приріст урожаю сільськогосподарських культур, підвищення продуктивності угідь, економія витрат ручної праці на проведення прополок, збереження рослинних залишків, ріст ґрунтових мікроорганізмів. До негативних наслідків відносяться концентрація токсичних речовин у небезпечних обсягах у ґрунтах, забруднення водойм, погіршення якості сільськогосподарської продукції [3]. Після цього бажано здійснити вартісну оцінку цих змін. З урахуванням вказаного, економічно-екологічна доцільність застосування хімічних засобів захисту рослин може бути забезпечена при дотриманні базового співвідношення, де Ву – вартість збереженого урожаю, Ев – економія витрат робочої сили на проведення прополок, Пп – позитивний вплив застосування пестицидів у вартісному виразі, Вп – витрати на застосування пестицидів, Нп – негативні наслідки застосування пестицидів у вартісній оцінці, Вд – витрати на дослідження ґрунту, що підпадають під дію хімічних засобів захисту рослин, Вя – витрати, пов'язані з визначенням якості продукції, що зібрана з обробленої площі.

Таким чином, для підвищення ефективності формування конкурентного середовища на ринку засобів захисту рослин в Україні доцільно стимулювати збільшення частки органічних і екологічних методів ведення сільського господарства. Водночас слід тримати на контролі і економічно-екологічну доцільність застосування хімічних засобів захисту рослин в системі сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бровдій В.М., Гулий В.В., Федоренко В.П. Біологічний захист рослин. К.: Світ, 2004. 351 с.; 2. Гораль С.В., Ткаленко Г. М. Рекомендації з виробництва біологічного препарату Триходермін-Р за глибинною технологією в умовах виробничих біолабораторій. К.: Колобіг. 2012. 25 с.; 3. Василенко Л. В. Ефективність застосування хімічних засобів захисту рослин у сільському господарстві. *Modern Economics*. № 11 (2018). С. 94; 4. Вдовенко Н., Невесенко А., Коробова Н. Еволюція сталого сільського розвитку через функціонування ринків кукурудзи та засобів захисту рослин в умовах цифровізації й децентралізації. *Економічний аналіз*. 2022. Т. 32. № 1. С. 160–171; 5. Колесник С. Д., Рябуха О. С., Васецька О. П., Бубало Н.М. та ін. Оцінка гострої токсичності багатокomпонентних засобів захисту рослин з використанням розрахунків, методів *in silico* та *in vivo*. Перспективи оновлення підходів до класифікації та оцінки ризиків. *Вісник проблем біології і медицини*. Вип. 4. 2020. С. 54–60.

Горох О.В. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

Продовольча безпека України і світу в умовах війни

Останні роки і події, які протягом них відбувалися, наносять нищівного удару по економіці України. Найбільшою трагедією для всього суспільства і держави загалом стало повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України. Наслідком цього є глибока економічна криза як для України так і для багатьох країн світу. Тому, щоб не допустити потрапляння в злидні цілих регіонів країн, необхідно усіма силами забезпечити глобальну співпрацю для зміцнення продовольчої безпеки.

На сьогодні Україна є потужним виробником і експортером зернової продукції у світі. За останні роки її потенціал значно підвищився. Так, у 2021 р. виробництво зернових і зернобобових зросло у 3,5 разів проти 2000 р. і становило 84,6 млн т. Це досить високий показник і водночас серйозна заявка на міжнародному продовольчому ринку [1]. Україна з виробництва зерна пшениці, кукурудзи та насіння соняшнику входить в топ-10 країн-виробників світу. Згідно з повідомленням міністерства основною часткою аграрного експорту є зернові та олійні культури (48 % і 23 % відповідно) [2].

У ході дослідження було встановлено, що станом на 15 червня 2022 р. було експортовано 47,71 млн т зернових, що 4,5 млн. т або на 10,4 % перевищує результати аналогічного періоду у 2020/21 МР. Здавалося б що все добре, навіть незважаючи на війну, експорт зерна з України не припинився, а навіть збільшився. Але лєвова частка експорту припадає на другу половину 2021 р. – 42,6 млн т зернових. З початку 2022 р. вдалося експортувати 5,11 млн т, що свідчить про зростання продовольчої кризи в тих країнах, які потребують нашу продукцію. Для налагодження логістичних зв'язків з тими країнами Європи та світу, які потребують нашої продукції, зокрема сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, ми пропонуємо у західних частинах України розширити будівництво так званих «сухих портів», які дадуть змогу значно скоротити час експортування. Для реалізації даного проекту на короткострокову перспективу, звісно, потрібна державна підтримка, а також підтримка партнерів країн ЄС та світу.

Також за результатами дослідження станом на вересень 2022 р. було встановлено, що Україна спроможна забезпечити населення на 2022 та 2023 рр. майже всіма видами сільськогосподарської продукції та продуктами їх переробки. Звісно свої корективи можуть внести подальші дії військової агресії з боку російської федерації.

Список використаних джерел: 1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.09.2022). 2. Україна збільшила експорт сільськогосподарської продукції на 14 %. Економічна правда. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/20/657297/> (дата звернення 21.09.2022)

**Гуторов А. О. д-р екон. наук, професор
ННЦ «Інститут аграрної економіки», Україна**

Інтенсифікація агровиробництва України у глобалізаційних вимірах

Україна в третьому тисячолітті є однією із держав, що забезпечує не тільки власну продовольчу безпеку, а й забезпечує продовольством значну частину людства. Рівень соціально-економічного розвитку України, її авторитет на міжнародній арені багато в чому визначаються науковим потенціалом.

Протягом 2017–2021 рр. інтенсифікація сільськогосподарського виробництва в Україні, дала змогу інтегрувати сучасні технології та передові методи агрогосподарювання: точне землеробство, дрони, системи фарм-менеджменту [1]. Своєю чергою значно зросли обсяги виробництва основних видів експортоорієнтованої продукції, зокрема, зерна – в 1,4 раза, у тому числі кукурудзи на зерно – в 1,7 раза, насіння соняшнику – в 1,3 раза.

Інтегральним ефектом інноваційного розвитку аграрно-продовольчого сектора економіки України є її лідируючі позиції на світовій арені (рис.).

Так, у 2020/2021 маркетинговому році Україна за обсягом експорту була лідером на ринках олії і шроту соняшникового, входить у ТОП-5 постачальників кукурудзи, ріпаку, ячменю, жита, сорго, волоських горіхів, меду. За обсягами виробництва насіння соняшнику наша держава є лідером у світі, випереджаючи агровиробництво РФ, Аргентини, Китаю, Румунії.

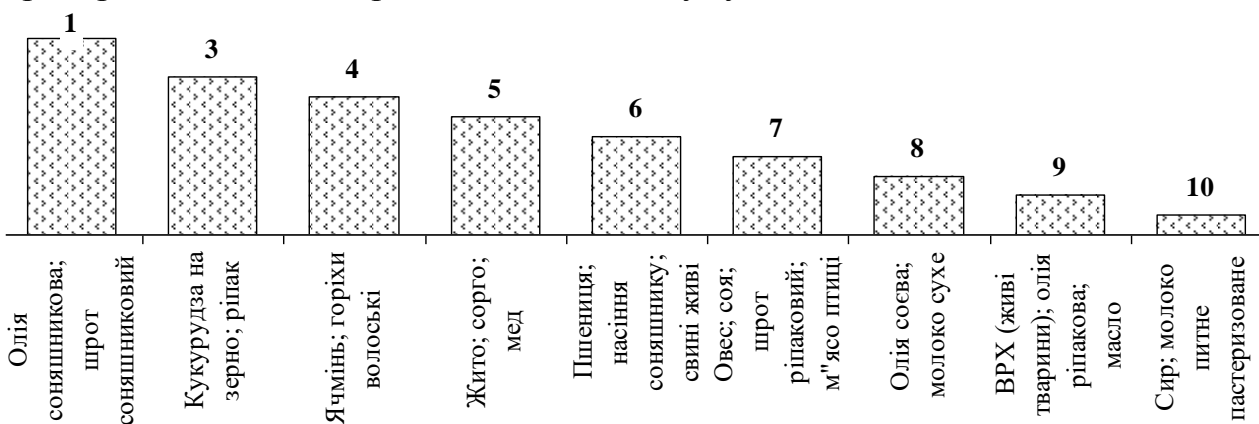


Рис. Місце України у світовому рейтингу експортерів сільськогосподарської продукції та продовольства в 2020/2021 МР

Джерело: систематизовано автором за даними Держстату, ФАО, Світового банку.

Інноваційний потенціал розвитку агропродовольчого сектора економіки України нині є достатнім для забезпечення конкурентоспроможності країни на світовому рівні, однак для його реалізації необхідна дальша інтенсифікація виробництва, формування замкнутих ланцюгів створення додаткової вартості.

Список використаних джерел:

1. Hutorov A., Lupenko Y., Sherstiuk S., Ponomarenko Y., Hutorova O., Yermolenko O. Innovative Potential of the Agrarian Sector of Ukraine: Forming and Efficiency of Realization. *TEM Journal*. 2021. Vol. 10. No. 3. Pp. 1228–1238.

**Гуцул Т.А., канд. екон. наук, доцент
Кудерський Б.К., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Національний університет біоресурсів і природокористування України**

**Забезпечення продовольчої безпеки на ринку молока та молочної
продукції України**

Питанню продовольчої безпеки відводиться особливе місце в національній безпеці кожної країни, оскільки вона являється обов'язковою умовою економічної та соціальної стабільності держави. В цьому контексті, виробництво молока і молочної продукції заслуговує особливої уваги, оскільки, з одного боку, ці продукти є основою харчового раціону дітей та дорослих, а з іншого - ефективне функціонування ринку молока стимулює розвиток українських сільськогосподарських товаровиробників. Завдяки високій харчовій і біологічній цінності, молочні продукти є важливими складовими повноцінного харчування людини.

В умовах повномасштабної війни російської федерації проти України, питання виробництва і реалізації молока та молочної продукції стоїть особливо гостро для нашої країни. Окрім того, війна значно вплинуло на стан глобальної продовольчої безпеки, оскільки до 24 лютого 2022 року Україна імпортувала молочні продукти в понад 100 країн світу. Основними імпортерами були - Європа (41,8%), країни Євразійського економічного союзу (17,4%), країни Азії (14,8%) та Близького Сходу (10,9%).

Для розрахунку самозабезпечення країни молоком та молочною продукцією, як одного із критеріїв продовольчої незалежності, використовується обсяг імпортованих поставок даної продукції, який має не перевищувати 30% від загального рівня обсягу споживання в країні. Виходячи з обґрунтованої потреби у молоці та молочних продуктах в 380 кг на рік, рекомендованої інститутом харчування та середньорічних обсягів виробництва молока, Україна в доковідний 2019 рік забезпечувала себе даним видом продовольства на 103,1%.

Економіка України в довоєнні роки перебувала під значним впливом пандемії Covid-19, яка зумовила економічну кризу, що охопила всі галузі економіки, в тому числі й сільське господарство та молокопереробну промисловість. Воєнна агресія росії проти України внесла суттєві негативні зміни у розвиток молочного скотарства та ринку молока, оскільки тимчасова окупація деяких областей призвела до призупинення чи повної зупинки виробництва молока в багатьох сільськогосподарських підприємствах.

На початок 2022 року поголів'я корів в Україні становило 1555,3 тис. голів, з них в сільськогосподарських підприємствах утримувалось 424, 6 тис. голів - це на 0,2% більше ніж на початок 2021 року. Галузь молочного скотарства тільки починала виходити із затяжної кризи, нарощуючи поголів'я корів та їх продуктивність, яка в сільськогосподарських підприємствах зросла на 6,9% проти 2021 року. Лідерами за кількістю поголів'я корів в 2021 році були Хмельницька (123,1 тис. голів), Вінницька (104,8 тис. голів) та Полтавська області (102,3 тис. голів) [1]. Водночас, після повномасштабного вторгнення

росії, в окупацію або в зону активних бойових діях потрапили 10 українських областей, де виробляли понад 42,3% молока.

Наша країна продовжує втрачати поголів'я молочних корів внаслідок бойових дій в Україні. За попередніми оцінками, вже втрачено близько 50 тис. голів дійних корів. Якщо активна фаза війни не припиниться, до кінця 2022 року втрати можуть сягнути 120 тис. корів або третини молочного поголів'я промислового сектору України [2].

Попри складні воєнні умови, українські виробники молока і молочних продуктів самостійно забезпечують внутрішні потреби українців в цих продуктах. Про це свідчить той факт, що молочні продукти вилучили із переліку товарів критичного імпорту. Багато молочних підприємств змінили свої орієнтири на внутрішній ринок і готові замінити імпорт в найближчий час.

Після нашої перемоги, на ринку молока та молочної продукції будуть спостерігатись значні труднощі: підвищення собівартості виробництва молока і, як наслідок, підвищення роздрібних цін на молочну продукцію, при цьому купівельна спроможність українців буде знижена через економічну кризу. Тому вітчизняним молочним підприємствам потрібна буде підтримка як з боку держави, так і приватного капіталу. Подальший розвиток повинен буде базуватись на інноваційних підходах з метою переходу на міжнародні стандарти якості та повернення на міжнародні ринки.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>;
2. Agravery [Електронний ресурс]. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-moze-vtratiti-tretinu-molocnogo-pogoliva-cerez-vijnu-ta-vze-potrebue-50-tis-goliv-neteliv-dla-vidnovlenna>

Зоря О.П. д-р екон. наук, професор
Мауер Д.Р., Самар О.С. здобувачі вищої освіти ступеня доктора
філософії
Полтавський державний аграрний університет

Активізація інноваційної діяльності у сільському господарстві з
метою забезпечення продовольчої безпеки: виклики та чинники, що
гальмують темпи її розвитку

В наш час все частіше сільське господарство стикається з новими викликами та проблемами, на фоні яких особливо важливим питанням, як для державних, так і для приватних підприємств та домогосподарств є – захист продовольчих ресурсів та забезпечення продовольчої безпеки. Саме поняття продовольчої безпеки постійно змінюється, під впливом часу, тенденцій зміни попиту та пропозиції, зміни кліматичних умов, схем виробництва та постачання продукції по всьому ланцюгу від виробника до споживача, але окрім того,

поняття продовольчої безпеки варіюється в залежності від культурних підходів тієї чи іншої країни.

Деякі науковці стверджують, що одна з причин виникнення продовольчої небезпеки полягає, у тому, що продовольство вирощується та виробляється не в тих регіонах, де це є вкрай необхідно, а в тих, що характеризуються недостатнім рівнем споживання, що призводить до значних нереалізованих залишків продукції, особливо тієї, що не здатна до довгострокового зберігання [3]. Проте, на нашу думку, перенесення зон вирощування в інші географічні регіони, для наближення продовольства до споживача з метою підвищення рівня продовольчої безпеки в світі – є не раціональною мірою, скоріше занадто ризиковою та дороговартісною.

Ми вважаємо, що сучасні виклики сільського господарства у забезпеченні продовольчої безпеки можуть стати поштовхом для активізації інвестиційно-інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток сільського господарства відіграє важливу і необхідну роль, оскільки інноватизація здатна не лише підвищити ефективність та інтенсивність виробництва в умовах браку водних ресурсів, втрати посівних площ через ерозію ґрунту, деградацію, засолення і опустелювання земель, зникнення лісів, загрози біологічному розмаїттю та існуванню людства в цілому, але і зменшити темпи розвитку даних факторів.

Процес активного впровадження інновацій в сільське господарство України характеризується рядом проблем, серед яких питому вагу займають державна підтримка інноваційної діяльності та її фінансування як державним, так і приватним секторами [2]. Перед вітчизняними інноваторами існує ряд бар'єрів які гальмують трансформування інновації в комерційно успішний проєкт як для самого інноватора, так і для суспільства, наприклад, відсутність законодавчого стимулювання інноваційної діяльності, недостатньо сформоване нормативно-правове середовище інноваційного клімату, відсутність програм формування інноваційної інфраструктури для реалізації інноваційного потенціалу, особливо у сфері сільського господарювання.

Окрім того, ринкове освоєння інновацій стримується такими чинниками, як низька платоспроможність господарств; відсутність довгострокових інвестицій у інноваційні аграрні технології; відсутність достовірної та повної інформації про нові наукові розробки в галузі сільського господарства [1].

Висока вартість впровадження агро-інновацій також є однією з провідних проблем, яку можна розглянути з кількох сторін. По-перше, якщо великі агро холдинги мають фінансові можливості для реалізації доступу до нових технологій та їх обслуговування, то малі господарства – часто не мають такої можливості, через обмеженість фінансових ресурсів, також малі домогосподарства та фермерства, окрім фінансової та інвестиційної підтримки мають потребу і в повноцінному навчанні використання інноваційних технологій, для максимальної ефективності їх експлуатації.

По-друге, впровадження дорогих інноваційних рішень завжди має відображення в кінцевому продукті, а саме у його ціні, адже чим більше інновацій застосовується у процесі створення продукту (виробництво, побудова

дорогої інфраструктури, транспортування), тим дорожче стає продовольство для населення.

Інтенсифікація та інноватизація агровиробництва з метою забезпечення продовольчої безпеки країни, сьогодні, є пріоритетною стратегією у формуванні стійкого сільського господарства. Проте, активізація інноваційної діяльності в Україні стикається з рядом проблем, вирішення та усунення яких, є вкрай важливим, адже аграрна сфера має високий потенціал для розвитку та перспективи щодо впровадження інновацій. Ефективне використання інновацій дозволить не лише забезпечити продовольчу безпеку для країни, але і створити можливості для зростання галузей аграрної сфери, підвищити конкурентоспроможність українського агробізнесу та підвищити його інвестиційну. Впровадження інновацій, на сьогодні, це необхідність, проте важливо також формувати свідомість населення щодо розумного та раціонального споживання.

Список використаних джерел:

1. Аранчій В.І., Зоря О.П., Голбан Т.Т. Стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 45. С. 33-38. 2. Зоря О.П., Овчарук О.М., Мауер Д.Р. Концептуальні основи управління продовольчою безпекою держави в умовах інвестиційно-інноваційного розвитку аграрної сфери. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 63. С. 47-51. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/63_2021/9.pdf. 3. Сакун Л.М., Кравченко Х.В. Сучасний стан інноваційного розвитку сільського господарства: проблеми впровадження інновацій та шляхи їх вирішення. *Молодий вчений*. № 11 (63), листопад, 2018 р. С. 1190-1192. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/11/274.pdf>

**Кравченко Ю.М., канд. екон. наук,
Симченко В.Є., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Якість продукції як вирішальний фактор її конкурентоспроможності

На сучасному етапі ефективного функціонування підприємств, насамперед, пов'язують із поняттям конкурентоспроможності продукції. Саме від випуску конкурентоздатної продукції залежить як ефективний, так і стабільний розвиток економіки, оскільки даний показник характеризує не лише самі підприємства, але й економіку країни загалом, де проблема якості є найважливішим чинником підвищення соціально-економічної та екологічної безпеки [1].

Категорія якості вперше була проаналізована давньогрецьким філософом Аристотелем. Згідно з його дослідженнями якість – одна з 10 категорій, на які він поділив усі речі реальності. Якість це – побічна обставина, за допомогою якої річ є якогось типу чи виду; побічна обставина, що вказує, якою є річ (її змістовні

якості та форми) і як річ діє (її здатності та навички); побічна обставина, котра є зовнішньою оцінювальною формою [2].

Відповідно до міжнародного стандарту ISO 9000:2015 «Системи менеджменту якості» якість продукції та послуг організації визначається їх здібностями задовольнити споживачів і їх очікуваним і неочікуваним впливом на відповідні зацікавлені сторони. Якість продукції та послуг включає в себе не тільки наявність в них очікуваних функцій і показників функціонування, але також те, як сприймає їх споживач з точки зору їх цінності для нього та придбаної вигоди. Крім того, організації, які націлені на якість, підтримують культуру, що формує поведінку, позиції та дії співробітників, а також процеси, які створюють цінність за допомогою задоволення потреб і очікувань споживачів та інших відповідних зацікавлених сторін [3].

Якість продукції – це сукупність її властивостей, що характеризують міру спроможності даної продукції задовольняти потреби споживачів згідно з її цільовим призначенням. Світовий досвід переконує, що якість продукції є функцією від рівня розвитку науково-технічного прогресу і ступеню реалізації його результатів у виробництво. Чим вища якість продукції, тим повніше задовольняються потреби споживачів і ефективніше вирішуються соціально-економічні проблеми розвитку суспільства. Підвищення якості продукції сільського господарства – це вирішальна умова її конкурентоздатності на внутрішньому і зовнішньому ринках. Її конкурентоздатність визначає престиж держави і є вирішальним чинником збільшення її національного багатства [4].

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності української продукції на міжнародному ринку є: 1) поліпшення стандартизації, як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості на підприємствах. У рамках цього – впровадження сучасного комплексу систем управління якістю (організація механізму покращення якості продукції тощо). Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращення взаємозв'язків з іншими країнами; 2) створення умов для розвитку продуктивних сил України; 3) своєчасна реакція на зміни кон'юнктури ринку; українські підприємства повинні оперативно формувати раціональні та ефективні відповіді на сучасні виклики; 4) в умовах євроінтеграції необхідним є запобігання диспаритетності між цінами на внутрішньому ринку України та світовими цінами на товари і послуги, а також впровадження сучасного інструментарію захисту внутрішнього ринку та відстоювання інтересів національних виробників [5].

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де виробникам продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, рентабельності активів, що залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Кузьома В. В., Павлюк С. І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Бізнесінформ. 2020. № 12. С. 252- 258;
2. Якість // Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Якість>;
3. Національний стандарт ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 45 с. URL: <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/%209000.pdf>;
4. Загородній А.Е. Якість сільськогосподарської продукції як фактор забезпечення продовольчої безпеки національної економіки. Агросвіт. 2015. № 22. С. 82-86;
5. Благоразумова О. В., Кошелева Ю. В., Лазаренко О. О. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 11;
6. Viktoriya Onegina, Nikolay Megits , Olha Kravchenko , Yuliia Kravchenko. Price transmission in milk supply chain in ukraine. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal Vol. 8, No. 1, 2022. pp. 153-171. <http://are-journal.com>;
7. Онегіна В.М., Антощенкова В.В., Кравченко Ю.М. Особливості впровадження системи управління якістю сільськогосподарської продукції в умовах євроінтеграції. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2022. № 2 (35). С. 121-126. URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/index.php/vipusk-35-2022>;
8. Онегіна В.М., Антощенкова В.В., Кравченко Ю.М. Теоретичні підходи щодо визначення сутності та особливості оцінки якості сільськогосподарської продукції. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор» 2022. Випуск 2 (69). С. 89-94.

**Крицька М.І. здобувачка вищої освіти ступеня магістр*
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

**Стан розвитку інноваційного потенціалу підприємств харчової
промисловості в Україні**

Інновації визнані одним із основних елементів успіху компанії. Сьогодні фірми повинні підтримувати високий рівень ефективності, контролю якості, клієнтоорієнтованості та швидкості, але навіть повний набір цих атрибутів недостатній для стійкості конкурентоспроможності. Ще однією вагомою вимогою є успішне впровадження інновацій не лише в розробку нового продукту, а й у виробництво.

Традиційно інновації трактуються як успішна розробка продукту та постачання інноваційних продуктів достатньої якості за розумною ціною, яка в свою чергу розглядається як основний засіб набуття та підтримки конкурентоспроможності. У цьому контексті роль розвитку виробництва полягає просто в наданні виробничих рішень, необхідних для реалізації нової продукції. Однак розвиток виробництва (іноді називається «покращення виробництва» або «інноваційний процес у виробництві») також може включати постійне поступове

* Науковий керівник – О. В. Писарчук, канд. екон. наук, доцент

або радикальне вдосконалення поточних виробничих процесів або систем з точки зору продуктивності, вартості, швидкості, якості та/або гнучкості.

Виробництво продуктів харчування було й залишається пріоритетним складником української економіки. Від рівня розвитку харчової промисловості, стабільності її функціонування залежить стан економіки, продовольча безпека держави, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, рівень та якість життя населення. Інновації вирішують широкий спектр питань, які розраховані на покращення ключових показників діяльності підприємства та загалом визначення вектору розвитку промисловості, які формують продовольчий ринок.

Стан інноваційної діяльності в Україні немає можливості вважати задовільним. На рис. проаналізована інноваційна активність українських підприємств за 2016 – 2022 рр. [1].

Динаміка показників інноваційної активності підприємств харчової промисловості показує, що за 2016-2020 роки відбулося в цілому скорочення кількості інноваційно активних підприємств та частки інноваційно-активних підприємств у загальній кількості підприємств.

За останніми даними Державної служби статистики України можна спостерігати поступове зменшення кількості підприємств харчової промисловості, які впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси) протягом року. Так у 2016 р. кількість таких підприємств становила 154 од., у 2017 р. – 158 од., у 2018 р. – 143 од., а у 2019 р. їх кількість стала 137 од. Загальна кількість підприємств харчової промисловості в Україні на 2019 р. становила 14 122, що на 559 од. менше ніж у 2018 р. [1].

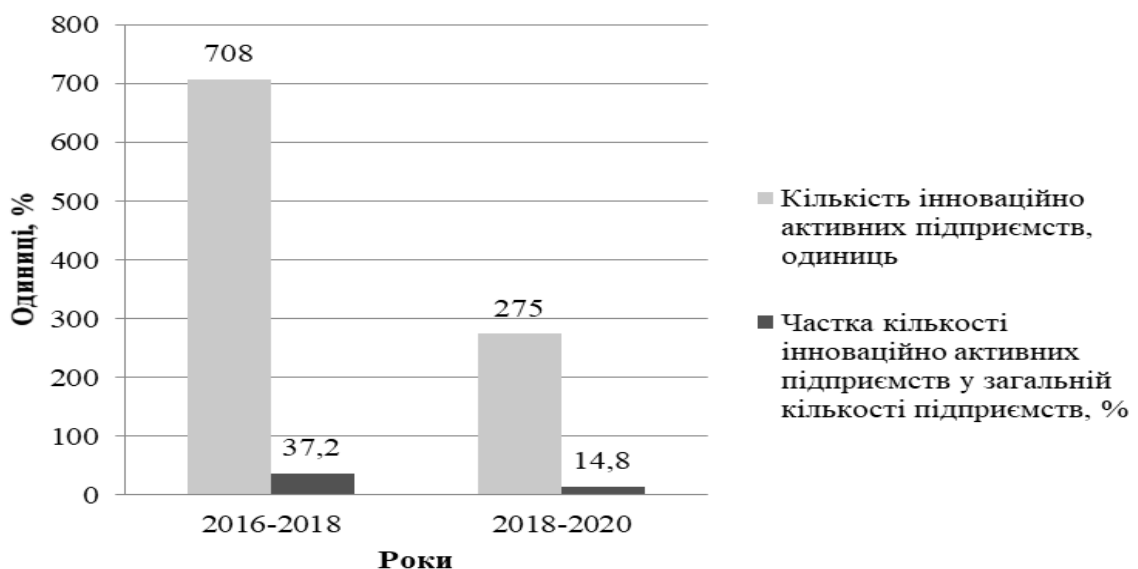


Рис. Кількість інноваційно активних підприємств харчової промисловості за 2016-2020 рр.

Така статистична інформація підтверджує той факт, що в Україні існують дуже багато факторів, які гальмують розвиток інноваційного потенціалу підприємств харчової промисловості. Серед факторів, які впливають на інноваційну діяльність підприємств виокремлюють такі: (політичні, правові, чинники, тенденції інноваційної діяльності в державі, розвиток інноваційної

інфраструктури тощо), які відбивають вплив макросередовища; зовнішні регіональні фактори (частка регіону в інноваційній діяльності, обсяг і структура інноваційних інвестицій регіону, підтримка інновацій регіональними органами влади, інвестиційна привабливість регіону тощо); внутрішні фактори (галузева приналежність підприємств, наявність пільг і державної підтримки, матеріальних, фінансових, інформаційних та трудових ресурсів, фінансовий стан і результати діяльності виробника тощо).

Для нарощування показників, які пов'язані з реалізацією інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств в Україні, рекомендовано дотримуватися наступних правил [2]: збереження та розвиток науково-технічного потенціалу країни; визначення національних пріоритетів науково-технічного спрямування, що має супроводжуватися належною інвестиційною, податковою та амортизаційною політиками; якнайшвидше проведення інноваційних перетворень за визначеними пріоритетними напрямками; збільшення питомої ваги венчурних інвестицій у високотехнологічне виробництво, державної підтримки венчурного підприємництва; сприяння руху акціонерного капіталу в інноваційну сферу в національному та міжнародному масштабі; запровадження ефективних механізмів стимулювання інвестицій у науку та інноваційну діяльність від банків і промислових підприємств усіх форм власності; збільшення питомої ваги цінних паперів, що випущені малими високотехнологічними компаніями, в обігу на фондовому ринку; патентування за кордоном, збереження прав на інтелектуальну власність за вітчизняними винахідниками та виробниками; пільгове оподаткування коштів підприємств, спрямованих на освоєння високих технологій, а також витрат на наукові розробки і дослідження; пільгове оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності, а особливо на початкових етапах освоєння нових технологій та організації випуску нової продукції; встановлення пільгового режиму амортизаційних відрахувань та інвестиційного кредиту; зниження податку на прибуток на визначену частину загальної вартості інвестицій в устаткування (зокрема, на стадії модернізації підприємства).

В сучасних умовах, активізація інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості сприяє водночас налагодженню внутрішніх процесів виробництва за рахунок технологій чи унікальних знань та підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції разом із конкурентоспроможністю підприємства.

Таким чином, інноваційний продукт є потенційною річчю, що створює думки й уяву людей, які зрештою створюють клієнтів. Новаторство є гарантією для компанії чи організації в підвищенні його конкурентоспроможності. Наразі в Україні є досить великий потенціал до інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості. Із залученням ефективного державного регулювання в питаннях запровадження інновацій та залученні інвестицій в розвиток інноваційного потенціалу харчової промисловості, гарантовано забезпечення переходу економіки на інноваційний шлях розвитку, створення необхідних умов для реалізації в повній мірі конкурентних переваг українських виробників харчової продукції.

Список використаної літератури:

1. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність в Україні». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.09.2022); 2. Бондаренко Н. Напрями підвищення інноваційної активності промислових підприємств. Київ–2020: перспективи розвитку очима молодих вчених: матеріали V науково-практичної конференції. Київ, 2016. 973 с.

Купінець Л.Є. д-р екон. наук, професор
Шершун О.М. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»,
Україна

Аквакультура як стратегічний ресурс національної продовольчої безпеки

Сектор товарної аквакультури у світі розглядається як складова глобальної продовольчої системи, потужний постачальник тваринного білка, каталізатор зайнятості та розвитку територій. Значення товарної аквакультури посилюється оскільки зменшується популяція промислових риб.

Риба та рибні продукти, будучи важливим продуктом харчування, недостатньо споживаються населенням. Основними причинами є падіння обсягів добування водних біоресурсів усіх видів майже на 20%, недостатнє використання потенціалу аквакультури, скорочення її питомої ваги у структурі добичі у порівнянні з 2018 роком. В цілому національне виробництво водних біоресурсів становить не більше 10% потреби, решта риби та рибних продуктів імпортується. В той же час спостерігається тенденція до збільшення споживання, особливо цінних та дорогих видів риби і морепродуктів та зростання ємності ринку риби та рибних продуктів, що відрізняє цей ринок від інших сегментів ринку харчових продуктів. Але задоволення потреб споживачів здійснюється як і раніше за рахунок імпорту, який за останні 10 років збільшився з 568,6 до 874,7 млн доларів США, а в натуральному виразі до 400 тис. тон риби та рибних продуктів на рік [1].

Визначена реальна та потенційна ємність національного ринку риби та рибних продуктів знаходиться в діапазоні 450-850 тис.т. в той же час питома вага імпорту у загальному споживанні складає більше 87%, аквакультури у загальному споживанні – до 3%, доля промислу у загальному споживанні суттєво скорочується. Обсяг потенційного ринку риби враховує ННН-рибальство (неконтрольоване, непідзвітне, незаконне), яке за різними оцінками складає до 150 тис.т, і саме такий обсяг за тіншовими схемами потрапляє на ринок. Саме тому необхідна активізація захисту стратегічних об'єктів на воді та боротьбі з незаконним рибальством. Пропонується:

- територіальним органам Держрибагентства забезпечити матеріально-технічними засобами органи рибоохорони для здійснення оперативних рибоохоронних рейдів з метою боротьби з браконьєрством;
- посилити превентивні заходи та створити групи боротьби з незаконним, непідзвітним та неконтрольованим рибальством;

- запровадити систематичні заходи щодо попередження заморів:

- запровадити механізм перерозподілу коштів, стягнутих з порушників правил рибальства в пользу рибовідтворювальних підприємств.

Аквакультура розглядається як найбільш ефективний спосіб підтримки природних популяцій водних організмів. Сценарій розвитку цього напрямку рибництва формується в напрямку диверсифікації об'єктів та способів вирощування водних організмів з орієнтацією на інноваційність та екологічну безпеку. Але продуктивність акваферм невисока на відміну від провідних країн світу. В той же час, стан статистичних спостережень в сфері аквакультури незадовільний, дані, опубліковані в різних інформаційних джерелах не співпадають, певна частка господарств взагалі не звітує, що ускладнює проведення аналітичної роботи і ставить під сумнів коректність представленої офіційної інформації щодо стану аквакультури в Україні. Нарешті, відсутність реєстру рибогосподарських водойм та реєстру товаровиробників суттєво погіршує можливість оцінити реальні обсяги виробництва товарної аквакультури в країні. Саме тому варто долучитися до єдиних схем консолідації кількісно-якісної інформації щодо розвитку аквакультури, зобов'язати суходільні господарства звітувати з тими, хто будує бізнес в природних водоймах.

Доцільно запровадити заходи активізації рибогосподарської діяльності для задоволення потреб населення рибою та рибною продукцією. Пропонується:

- визначити додаткові рибогосподарські технологічні водойми, розташовані в області і придатні для цілей аквакультури (ставки, озера та замкнені природні водойми), провести біотехнологічну оцінку та передати у використання на умовах оренди за договором оренди землі разом з розташованим на ній водним об'єктом (окрім водних об'єктів, призначених для питних потреб, розташованих в межах територій та об'єктів, що перебувають під охороною відповідно до ЗУ «Про природно-заповідний фонд», а також річки, струмки, канали);

- зобов'язати підприємців-орендарів виконувати роботи з відновлення природних нерестовищ та місць зимівлі водних біоресурсів, підтримки гідрохімічного режиму; запровадити програму заохочувальних заходів для підприємців, які реально працюють та виявили бажання залучитися до розвитку сектору аквакультури в регіоні;

- звільнення на протязі двох років від податку на прибуток та відповідальності за несплату орендної плати;

- спростити митні процедури та звільнити від сплати мита та митних зборів товари, які забезпечують господарську діяльність на підприємствах із штучного розведення, утримання та вирощування об'єктів аквакультури та їх промислової переробки (лікарські препарати, корми та їх складові, обладнання, устаткування);

- забезпечити короткострокове та інвестиційне кредитування під пільговий відсоток;

- скасувати строком на рік плату за спеціальне водокористування, яке здійснюється на підставі дозволу на спеціальне водокористування;

-здійснювати зариблення та впроваджувати інтенсивні технології за

принципом «максимум виходу товарної риби при мінімумі витрат»;

- запровадити виробництво кормів із зернових культур безпосередньо в господарствах;

- налагодити логістичні схеми постачання сировини на переробку та готової продукції споживачам;

- створити спеціалізовані оптові ринки для реалізації живої риби та рибної продукції, виготовленої регіональними товаровиробниками;

- ввести обов'язковий збір для суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються реалізацією продукції з риби та інших водних живих ресурсів, спрямований на розвиток рибництва.

Розвиток аквакультури повинен підкріплюватися активними маркетинговими схемами просування продукції до споживача, оновлення пропозиції рибної продукції у зручній упаковці, фасуванні та розширеному асортименті полуфабрикатів. Це потребує збільшення кількості господарств, запровадження їх інвестування та механізмів стимулювання розвитку сфери переробки товарної риби та інших видів аквакультури. Залучити виробників аквакультури в регіоні до вирішення проблеми продовольчої безпеки. Забезпечити оформлення заявок, як виробник аквакультури, рибалка, власник готової продукції, перевізник, власник переробних потужностей за формою, наданою Державним агентством меліорації та рибного господарства України на онлайн-платформі «Риба-Допомога-Захист» <https://darghelp.com>

Україні потрібна програма імпортозаміщення, оскільки якість продукції, що потрапляє на національний ринок не відповідає стандартам безпечного споживання. Потрібно:

- визначити види риби та інших водних організмів, на які сформувався попит, але немає бази для їх товарного виробництва (аборигенні види риби);

- визначити видову структуру водних організмів, які мають базу та потенціал випрошування в умовах аквакультури та запровадити систему інвестування в цю сферу (короп, товстолобик, білий амур, карась, щука, європейський сом, стерлядь, осетр, севрюга, білуга, бестер, веслонос);

- запровадити систему підтвердження легального ввозу та вилову риби у внутрішніх водоймах, систему моніторингу за додержанням легальності та механізми покарання за торгівлю рибою невизначеного походження та якості.

Необхідно активізувати використання переробних потужностей для виробництва продукції з водних біоресурсів та формування резерву риби довготривалого зберігання. Пропонується:

- орієнтувати власників виробничих потужностей на виробництво рибної продукції довготривалого зберігання (мороженої риби та консервів з метою безперебійного забезпечення населення) та налагодження виробництва жерстяної тари малої місткості;

- забезпечити державну закупівлю рибної продукції довготривалого зберігання для формування резерву та страхового запасу продовольства;

- сприяти кооперації у сфері виробництва риби, її переробки, збереження, транспортування та реалізації;

- запровадження лізингового, страхового і гарантійного фондів для аквакультурних та переробних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>

Кюрчев С.В. д-р. техн. наук, професор, ректор ТДАТУ
Верхоланцева В.О., канд. техн. наук, доцент, помічник ректора з
міжнародних питань
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра
Моторного, Україна

Продовольча безпека є запорукою розвитку економіки країни

Забезпечення продовольчої безпеки України вимагає підтримки відповідного рівня продовольчого самозабезпечення, що передбачає використання державної підтримки вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції та використання заходів контролю імпортової продукції з метою захисту власних виробників від іноземної конкуренції [1].

Система заходів щодо використання наукового, науково-технічного й інтелектуального потенціалу з метою отримання нового або поліпшеного продукту чи послуги, нового способу їх виробництва для задоволення як індивідуального попиту, так і потреб суспільства в новинках загалом. Економічний ефект від інноваційної діяльності є підсумком спільної діяльності науки і виробництва. Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на соціально-економічний розвиток, що відбувся протягом останніх років.

Особливості галузевої структури харчової промисловості окремих країн визначаються специфікою сировинної бази та структурою харчування населення. Посилення ролі останнього чинника у визначенні основних параметрів цього розвитку стає важливою закономірністю сучасного розвитку харчової промисловості. Структура харчування формується під впливом національних і зовнішніх традицій у харчуванні, відображає ті зрушення, які відбулися внаслідок постійного зростання ролі харчової промисловості у виробництві продовольчих товарів, розвитку довгострокової тенденції до збільшення доходів населення та змін у характері праці, які відбуваються з розвитком продуктивних сил 2].

Проте, суспільству потрібне забезпечення корисним, безпечним для здоров'я і досить дешевим продовольством, а питання їх якості в останні роки набуває особливої актуальності. В цьому контексті дуже важливим є оцінка стану розвитку продовольчої безпеки в країні із визначенням основних проблем, які виникають в процесі її забезпечення на макро - і мезорівні. Зважаючи на важкий стан економіки України, питання продовольчої безпеки залишається відкритим і потребує розробки підходів до його термінового вирішення.

У сучасних умовах, однією з умов розвитку підприємств харчової промисловості, є розробка та впровадження ефективної інноваційної політики,

основною метою якої повинно стати впровадження передових інноваційних технологій та рішень щодо підвищення ефективності виробничих та збутових процесів. На сучасному етапі, більшість підприємств харчової промисловості в процесі розробки та впровадження інноваційних технологій та продуктів зіштовхуються з проблемою недостатності фінансових та інвестиційних ресурсів

В даний час особливої уваги заслуговують: фізичні нетеплові процеси – застосування високого гідростатичного тиску, комбінування теплової обробки, тиску й ультразвуку, осцилюючі магнітні поля, імпульсні електричні поля, світлові імпульси, тощо.

Інноваційне харчове підприємство можна розглядати як сучасне виробництво традиційних і нових харчових продуктів, що базується на досягненнях науково-технічного прогресу, передбачає активне використання нових технологічних і технічних рішень з метою постійного зростання соціальної та економічної ефективності господарювання[3].

Успішне конкурування на ринку та ефективна діяльність підприємств харчування неможливі без дослідження і впровадження передових технологій, нового обладнання, сучасних форм організації торгово-виробничих процесів і обслуговування населення, іншими словами, впровадження інновацій.

Харчова промисловість є тією галуззю економіки, де впровадження інновацій, у тому числі й технологічних, одразу знаходить відображення на товарних ринках. У першу чергу це розробка та просування нових товарів, як модифікованих, так і справді нових. Це призводить до трансформації потреб певних сегментів споживачів, які налаштовані купувати інноваційні товари, що у свою чергу сприяє окупності вкладених коштів. Отже, інновації у харчовій промисловості мають більш швидку окупність, що посилює роботу підприємств в цьому напрямі.

Інновації у харчовій галузі засновані на наступних тенденціях: зацікавленості в споживанні екологічно чистих продуктів харчування; потребі споживачів до здорового харчування; використанні продуктів з новими властивостями; поєднанні різних інгредієнтів для створення нових смаків.

Для соціально-економічного розвитку країни потрібно забезпечити населення якісними продуктами харчування. Тому, перспективи розвитку та функціонування харчової галузі завжди є надзвичайно актуальними.

Список використаних джерел:

1. Технологічне обладнання галузі: конспект лекцій / К. О. Самойчук, Н. О. Паляничка, В. О. Верхоланцева: ТДАТУ. – Мелітополь: видавничо-поліграфічний центр «Forward press», 2020. – Ч. 1. – 255 с.;
2. Economic and technical efficiency of sunflower seed processing: Monograph / Ye.Mykhailov, J.Golebiewski, S.Kiurchev, T.Hutsol, O.Kolodii, T.Nurek, Sz.Glowacki, N.Zadosna, V.Verkholtantseva, N.Palianychka, O.Kucher ; Warszawa: 2020. – 158 с. (ISBN 978-83-7583-934-0, I 10.22630/SGGW.WE.9788375839340);
3. Сімахіна Г. О., Науменко Н. В. Здобутки і перспективи впровадження інновацій у харчовій промисловості України. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2021. № 5 (Червень). С. 109 – 115.

**Ломовських Л.О. д-р екон. наук, професор
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Глобальні проблеми світової продовольчої безпеки

Продовольча безпека національних економік з початком ХХІ столітті виходить на перший план серед глобальних проблем. У світі відбувається нерівномірне виробництво продукції і її споживання. В першу чергу така ситуація притаманна країнам, що розвиваються. Питання забезпечення продовольчої безпеки країн світу, яка є складовою міжнародної безпеки, набуває особливої актуальності в умовах посилення процесів глобалізації. Світ потребує зростання обсягів виробництва харчових продуктів. Це можна здійснити на основі вдосконалення методів та підвищення ефективності виробництва, запобігання негативним екологічним наслідкам від ведення виробничо-маркетингової діяльності та імплементації дієвого механізму розподілу продовольства. Існує думка, що найбільш надійний шлях до вирішення глобальної продовольчої проблеми – зростання виробництва продуктів харчування в самих голодуючих країнах – Азії, Африки та Латинської Америки.

Перед сучасним сільськогосподарським виробництвом стоїть важлива задача, яка полягає у більш ефективному використанні ресурсної бази, що має тенденцію постійного скорочення, з метою надати доступ до продуктів харчування якомога більшій кількості людей. Для забезпечення продовольчої безпеки на декілька майбутніх десятиліть, доцільним є застосування серйозних і тривалих зусиль всіх зацікавлених сторін, включаючи бізнес, зокрема аграрний, промисловий, логістичний.

Кожна наступна промислова революція призводила до суттєвих змін у аграрному секторі економіки. Загальновідомо, що нові технології сприяють підвищенню врожайності і, як результат, збільшенню виручки. Все це в перспективі буде безпосередньо впливати на маржинальність і конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. В Україні є великий потенціал розвитку в сфері сільського господарства, оскільки вона має для цього найважливіший ресурс – родючу землю з гарним рельєфом, складом. Вона знаходиться в сприятливих кліматичних умовах для вирощування сільськогосподарських культур і розведення тварин.

Тому для країни є дуже важливим розвиток в цьому векторі, для цього слід створити такі належні умови, яких вимагають тенденції науково-технічного розвитку. Державі необхідно звернути увагу на проблеми, які накопичились за довгий час. Перед аграрним виробництвом стоїть задача збільшити обсяги виробництва продукції, мінімізувати витрат на етапах виробництва, без шкоди для людини.

Список використаних джерел:

1. Отенко І.П., Ломовських Л.О., Пархоменко Н.О., Єфремова Н.О. Сучасні тенденції розвитку економіки сільського господарства України. *Вісн. ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Харків: ХНАУ, 2020. № 2. С. 91-105.

**Махиборода К. В., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Національний університет біоресурсів і природокористування України**

**Прогнозування розвитку ринку органічної аквакультури в умовах
глобальних продовольчих викликів**

Нині на порядок денний виходить вирішення проблеми пошуку таких інструментів регулювання, щоб забезпечити процеси розвитку органічної аквакультури. Ми встановили, що у звітах та доповідях OECD/FAO (2017) «Fish and Seafood», in OECD–FAO Agricultural Outlook 2017–2026, OECD Publishing, Paris є аналітичні дані, які ґрунтуються на прогнозах, наукових дослідженнях, аналізі даних світового рибальства та органічної аквакультури [1; 3; 4]. Безперечно, за оцінками ООН очікується, що населення планети до 2050 року перевищить 9 мільярдів осіб і, відповідно, продовольчий розрив у забезпеченні продовольством збільшиться через обмеження кліматичними ресурсами, доступністю прісних вод, водночас із підвищенням конкуренції з рекреацією, виробництвом продуктів для домашніх тварин в Україні та у світі.

Як показали дослідження, аквакультура є найбільш швидко зростаючим сектором тваринництва і одним із найбільш важливих секторів глобальної продовольчої системи, а значення у забезпеченні населення планети продуктами невпинно зростає. Саме за прогнозами ФАО, за останні десятиліття, має відбутись історичний перехід, де вироблена продукція аквакультури перевищить загальний вилов всієї рибної продукції у природних водоймах. При цьому загальний обсяг формування пропозиції на продукцію аквакультури у світі прогнозується на рівні понад 91 млн тонн. Рекордними рівнями виробництва, торгівлі та споживання органічної продукції аквакультури відзначився 2018 рік, але протягом 2021 року загалом ми зафіксували незначне падіння рибальства й органічної аквакультури. Виробництво органічної аквакультури, збільшилося на 2 %. Водночас продукція від промисловості знизилась майже на 4 %.

На міжнародному рівні ціни на органічну рибу в 2019 році, в середньому впали майже на 3 %, в порівнянні з минулим роком. Це пояснюється зниженням ціни, яка стосується багатьох важливих видів, які вирощуються на фермах, зокрема креветки, лосось, пангасіус, тилапія, консервованій тунець, через більшу пропозицію, ніж їх попит. Спад економіки в більшості країн, у поєднанні з напруженою торгівлею між кількома великими виробниками та імпортерами, сприяв незначному зниженню світової торгівлі органічною продукцією аквакультури на 1 % у 2021 році порівняно з 2018 роком, як за обсягом, так і за вартістю. Порівняно з досліджуваним періодом, починаючи з 2017 року до 2029 року, номінальні ціни на органічну продукцію аквакультури зростатимуть від 1,5 до 2,1 % на рік, протягом наступних десяти років.

Світове виробництво органічної продукції аквакультури сягатиме приблизно 200 млн тонн у 2029 р., що на 25 млн тонн більше або 14 %, ніж у досліджуваний період з 2017 р. до 2029 р. Також ми звертали увагу на тенденції

* Науковий керівник - Вдовенко Н. М., доктор економічних наук, професор

розвитку базових підходів формування пропозиції на рибу і в 2021 р., зважаючи на вплив надзвичайних викликів, воєнного стану, на економіку галузі. Темпи приросту будуть значно повільнішими і становитимуть 1,3 % на рік, ніж протягом попередньої декади, зокрема 2,3 % на рік. Отже, уповільнене зростання викликане результатом зниження річних темпів зростання рибної галузі та органічної аквакультури. Важливим фактором даного уповільнення є політико-економічна ситуація Китаю на наступні десять років, саме у секторі рибного господарства та органічної аквакультури. Китай на сьогоднішній день є найбільшим у світі виробником рибної продукції та продуктів органічної аквакультури, тому вплив цієї країни буде зростати і надалі. Також ми визначаємо, що частка органічної аквакультури у світовому виробництві риби ще значно збільшиться і перевищить частку рибного господарства, включаючи вилов для непродовольчого використання до 2029 року.

У результаті досліджень нами прораховано, що у 2029 році близько 90 % виробництва органічної аквакультури буде використано для споживання людиною, переходячи зі 155 млн тонн за даний період до 180 млн тонн. Під час проведення розрахунків, ми брали до уваги дійсно потужний та стрімкий розвиток процесів формування пропозиції на рибу у досліджуваній період з 2017 року по 2029 рік. Внаслідок таких спостережень встановлено, що збільшення доступності органічних продуктів аквакультури для споживання людиною зменшиться з 2,5 % на рік до 1,4 %. Значна кількість факторів можуть змінювати й впливати на еволюцію динаміки світового виробництва споживання риби [2]. Тому існують різні невизначеності щодо майбутнього, пов'язані з зовнішніми факторами: клімат, екологічні умови, поліпшення державної політики, зокрема і управління рибальським сектором, торговельна політика й боротьба з незаконним, непідзвітним і нерегульованим виловом риби у секторі рибальства, ціни на комбікорми.

Таким чином, нами встановлено, що формування пропозиції на продукти органічної аквакультури майже на 90 % може бути використано для споживання людиною до 2029 року. Результати розрахунків свідчать, що глобальній продовольчій системі, кількість риби, що використовується для споживання людиною, збільшиться на 16,3 % або 25 млн тонн в умовах глобальних продовольчих і фінансових викликів.

Список використаних джерел:

1. Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products and repealing Council Regulation (EC) No 834/2007; 2. Кваша С. М., Вдовенко Н. М. Аквакультурне виробництво: від наукових експериментів до промислових масштабів. Інвестиції практика та досвід. 2011. № 20. С. 7–11; 3. Vdovenko N. M., Korobova N. M. Methods of state regulation of agricultural sector in terms of the orientation of the economy to safety and quality standards. Wspolraca Europejska. 2015. № 3 (3). Vol. 3. С. 68–80; 4. OECD (Organization for Economic Co-operation and Development); FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). Agricultural Outlook; Agriculture Statistics (Database); OECD/Food and Agriculture Organisation of the United Nations: Rome, Italy, 2017.

Мещеряков В. Є., канд. екон. наук, доцент
Літвінова Н. В., здобувач вищої освіти ступеня бакалавра*
Державний біотехнологічний університет, Україна

Вплив війни на стан сільського господарства Харківщини

Харківський регіон має відносно високий рівень сільського господарства, оскільки широко розвинені галузі рослинництва та тваринництва, які між собою тісно співпрацюють. На полях вирощують різноманітні сільськогосподарські культури як на зерно, так і на силос, які використовують для відгодівлі тварин. За жовтень 2021 року в регіоні господарства скошили та переробили 831,3 тис га зерна. Крім того, на 1 жовтня в господарствах всіх категорій області налічувалося 144 тисячі голів рогатої худоби, а також 166,2 тис свиней, 54,1 тис овець і кіз та 7,6 мільйона домашніх птахів. Всього регіон виробив 74,9 тис тон м'яса, 337,3 тис тон молока, 46 тон шерсті та 383,6 мільйона яєць [1].

Все плідно працювало до 24 лютого. Після повномасштабного вторгнення росії на територію України, найпотужніші господарства опинились під окупацією в Куп'янському, Ізюмському, а також у частині Чугуївського району. У 10 господарствах окупованих районів Харківської області внаслідок бойових дій відбулись значні руйнування. Питома сумарна вага великої рогатої худоби у господарствах Куп'янського та Ізюмського районів становить 46%. Обсяги виробництва молока дорівнюють 48%. Половина продукції скотарства та понад 60% продукції свинарства втрачена в частині Чугуївського району. З початку війни галузь тваринництва забезпечувала українців молоком та м'ясом, навіть тих, хто знаходився під окупацією. Мабуть, через це і понесла великі втрати тварин, яких нещадно знищили. Поголів'я тварин не лише на території Харківської області, а й інших областей, нажаль, продовжує скорочуватися. Недостатня кількість пасовищ є чи не найголовнішою тому причиною. Їх розорюють для вирощування сільськогосподарських культур.

Війна гостро вплинула й на рослинництво. Через бойові дії проводили роботи на 60% площ на контрольованій території області у 5 районах, крім Ізюмського й Куп'янського [2]. Аграрії вагалися з посівною, але все ж таки сіяли як зернові, так і технічні культури. Найбільші проблеми під час посівної - боєприпаси та криза з паливом. Навіть попри дефіцит на пальне та високі ціни на нього українські сільгоспвиробники продовжили справу, якою займалися до війни, чого б їм це не коштувало. Але це ще всі проблеми, які очікували на аграріїв. Жнива 2022 все ж таки відбулися. Одночасно постало питання про зберігання зернових. Дефіцит елеваторів в Україні внаслідок війни змусив шукати альтернативні рішення зберігання зерна.

Ще однією проблемою стала крадіжка українського зерна країною-агресором. З початку війни росія вкрала в Україні понад півмільйона тон пшениці, кукурудзи та ячменю. І це лише приблизні дані, які було оприлюднено за декілька місяців після початку війни. Адже права аграріїв, господарства яких

* Науковий керівник – Мещеряков В.Є., канд. екон. наук, доцент

знаходились на непідконтрольних територіях України, були незахищені. Через це зерно масово вивозили з країни. Зерно, яке плідною працею вирощували наші аграрії.

Нажаль, не всі аграрії змогли зібрати врожай з полів через активні бойові дії. Деякі поля, повністю, або частково, згоріли від обстрілів. Тому про загальні втрати сільськогосподарських культур можна лише здогадуватись.

Особливої актуальності набуває підтримка розвитку домашніх господарств як вихід зі складної ситуації задля підтримки продовольчої безпеки країни.

Домашнє господарство або хатнє господарство, домогосподарство - суб'єкт економічної діяльності, пов'язаний з веденням домашнього господарства, тобто переважно зі споживанням. Поняття домогосподарства охоплює економічні об'єкти і процеси, які відбуваються там, де постійно проживає людина, сім'я [3].

В 2021 році на території Харківської області кількість домогосподарств складала 1088,7 тисяч. Це 7,4 відсотка від загальної кількості домашніх господарств в Україні.

Україна веде дві війни одночасно: одну - за суверенітет і цілісність території, другу - за продовольчу безпеку світу. Навіть попри складні умови, які виникли внаслідок війни, домашні господарства продовжили роботу. Працює галузь рослинництва та тваринництва. Аграріїв України сміливо можна вважати Героями, які зможуть забезпечити хлібом все населення країни, яка б ситуація в ній не була. Тому, ми повинні пам'ятати його цьогорічну ціну, яка багатьом коштувала власним життям.

Список використаних джерел: 1. Яка ситуація з сільським господарством у Харківській області – Режим доступу : <https://kharkov.comments.ua/ua/news/society/developments/8811-yaka-situaciya-z-silskim-gospodarstvom-u-harkivskiy-oblasti.html> 2. Посівна під час війни на Харківщині й стан тваринництва – Режим доступу : [https://suspilne.media/242773-najpotuznisi-tvarinnicki-gospodarstva-harkivsini-pid-okupacieu-ova/#:~:text=Питома%20сумарна%20вага%20великої%20рогатої,району"%2C%20—%20розказав%20Панфілов.](https://suspilne.media/242773-najpotuznisi-tvarinnicki-gospodarstva-harkivsini-pid-okupacieu-ova/#:~:text=Питома%20сумарна%20вага%20великої%20рогатої,району) 3. Домашнє господарство – Режим доступу : https://www.wiki.uk-ua.nina.az/Домашнє_господарство.html

**Пасемко Г. П., д-р наук з держ. управління, професор
Борисовський І. А., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Генезис та розвиток аграрного ринку

Досвід становлення аграрного ринку в Україні, показав, що це суспільне явище є набагато складнішим, ніж уявлялося, що потребує поглиблених досліджень, особливо з огляду на сучасну продовольчу кризу.

Ще на стадії свого генезису ринок, поява якого зумовлена еволюцією складних соціально-економічних процесів, є поліаспектним явищем. Ринок уособлює в собі систему господарських зв'язків, тип відносин між економічними суб'єктами, взаємозв'язок попиту і пропозиції, суперечність економічних інтересів, конкурентні і партнерські взаємини, свободу підприємництва та інші аспекти, які в сукупності відбивають його єдину сутність – економічний зв'язок між людьми в процесі виробництва і руху товару та його споживання.

Розвиток товарно-грошових відносин в аграрній сфері неминуче приводить до розриву процесу купівлі продажу в часі і просторі, що ускладнює характер господарських зв'язків між економічними суб'єктами. Це підвищує ризики як покупців, так і продавців, оскільки за таких умов здійснення обміну завжди виникає загроза невиконання угоди через непередбачувані обставини, дію третіх сторін або недобросовісну поведінку контрагентів.

Ці небезпеки, з самого початку виникнення ринку, вимагають створення системи юридичного захисту обмінів, ефективність якої забезпечується лише сильною державою. Економічні перетворення в аграрній сфері України переконливо свідчать про відсутність впевненості у господарюючих суб'єктів щодо дотримання умов виконання угод в торгівлі сільськогосподарською продукцією, оскільки процеси розпорядження приватною власністю (передусім землею) з метою отримання прибутку, створення ринку страхових послуг і біржового ринку, забезпечення юридичного захисту сільгоспвиробників здійснювалися асинхронно, а держава не змогла забезпечити подолання асиметричності розвитку інститутів ринку, яка виникла внаслідок цього.

Еволюція економічних систем західних країн здійснювалася в різні часи різними темпами, і саме в періоди швидких соціально-економічних змін відбувалося поглиблення теоретичних знань про сутність ринку, осмислення шляхів подальшого розвитку суспільства, формування нових парадигм.

Розвиток продуктивних сил в сільському господарстві було забезпечено завдяки механізації виробничих процесів, яка в свою чергу стала результатом якісних змін у промисловості, науці та комунікаціях. Механізація в сільському господарстві обумовила зростання продуктивності праці та створення сприятливого виробничого середовища і водночас з цим сприяла вивільненню робочих рук із галузі, поглибленню спеціалізації аж до створення вузькоспеціалізованих на одному товарі чи навіть функції підприємств, розвитку

* Науковий керівник - Пасемко Г. П., д-р наук з держ. управління, професор

торгівлі та появі крупномасштабного товарного виробництва сільськогосподарської сировини. Та саме активний розвиток продуктивних сил в сільському господарстві забезпечив проникнення ринкових відносин в аграрний сектор економіки і формування повноцінного аграрного ринку.

Поліаспектність (багатогранність) категорії «ринок» утруднює його вичерпну характеристику, а прагнення окремих авторів зосередити увагу на його ключових рисах сприяють появі дещо вульгаризованих визначень цього поняття [1]. Навряд чи можна вважати суто науковим погляд на ринок, як на ланку, яка зв'язує виробництво товару і його споживання, адже і виробництво і споживання (попит і пропозиція) є рівноцінними елементами ринку. Так само не зовсім коректно вважати, що ринок – це обмін, організований за законами товарного виробництва і обігу. Аграрний ринок поєднує сфери виробництва та споживання аграрної продукції, а також включає їх у загальний економічний процес відтворення.

Суть ринкових відносин в аграрній сфері зводиться до відшкодування витрат товаровиробників і отримання ними прибутку та задоволення попиту споживачів на основі вільного, взаємного узгодження, платності, еквівалентності та конкурентоспроможності [2].

Нестабільність і ризикованість сільського господарства змушували підприємства, залучені до виробництва продовольства на різних стадіях (від постачання матеріально-технічних ресурсів до торгівлі готовими харчовими продуктами, зокрема через систему громадського харчування), об'єднувати багаточисленні, але розпорошені функції щодо формування пропозиції аграрної продукції шляхом створення відповідних організаційних структур. Цей процес отримав назву «вертикальна інтеграція», а сукупність основних і суміжних галузей із виробництва сільськогосподарської сировини, її зберігання, транспортування, перероблення, торгівлі тощо назвали агропромисловим комплексом (АПК) [3].

Стійки взаємовідносини суб'єктів галузей, залучених до процесу виробництва і перероблення сільськогосподарської сировини, дали підстави для розширеної трактовки поняття «аграрний ринок». Так на думку Є. Майорця: «Аграрний ринок – це система економічних відносин між суб'єктами ринку в сфері обігу сільськогосподарських і продовольчих товарів, факторів сільськогосподарського виробництва та послуг» [4, с. 104]. У зв'язку з цим виникає питання: чи є складовою аграрного ринку ринок факторів виробництва (землі, технологій, капіталу, праці тощо)?

Безумовно, організаційно-правові особливості ведення аграрного виробництва в різних країнах дають підстави стверджувати, що окремі підприємства машинобудівного комплексу, хімічної промисловості, державні установи, які виконують специфічні функції в земельній сфері, є суб'єктами продовольчої системи, оскільки не лише підпорядковуються профільному міністерству, а й безпосередньо впливають на розвиток продуктивних сил в аграрній сфері. Такий підхід припускає існування множини прямих і зворотних зв'язків, що виникають між суб'єктами цього ринку з приводу здійснення обмінних операцій з принципово різними товарами.

Але переважна більшість засобів виробництва (крім товарів сільськогосподарського походження, таких як: насіння, посадковий матеріал, комбікорми, племінний молодняк тощо) пропонується *не аграрним ринком, а аграрному ринку*.

Разом з цим споживачі зерна, молока, м'яса, вовни, риби тощо не є споживачами тракторів, комбайнів і мінеральних добрив. Зрозуміло, що мова йде про принципово різні ринки, адже ми не вважаємо ринок енергоносіїв часткою аграрного ринку лише через те, що електроенергія споживається підприємствами аграрного сектору економіки.

Походження продукції є тим чинником, який посилює поліаспектний характер аграрного ринку, оскільки сільському господарству притаманна ще й багатофункціональність, яка безумовно є особливим аспектом аграрного ринку [5]. На відміну від *диверсифікації*, яка віддзеркалює багатогалузевий характер діяльності агропромислових компаній, *багатофункціональність* означає виконання багатьох функцій у межах одного виду діяльності (у даному випадку сільського господарства). Сільське господарство, крім економічної, виконує ще соціальну, і природоохоронну функції, сприяє збереженню культурного укладу на селі, впливає на формування ландшафтів. Отже і зараз, за високого рівня розвитку ринкових відносин, у більшості країн ведення сільського господарства зорієнтовано не лише на отримання ринкових результатів (прибутку, доходу, ринкової частки тощо), а й на створення багатьох соціальних благ: збереження природного різноманіття, охорону довкілля, відновлення родючості ґрунтів, забезпечення безпечності продуктів харчування тощо. Виконання неринкових функцій не може бути повністю покладено на товаровиробників, тому сільськогосподарське виробництво як суттєва частина аграрного ринку, знаходиться в полі зору органів державної влади і є об'єктом державного регулювання.

Список використаних джерел:

1. Лозинська Т.М. Національний продовольчий ринок в умовах глобалізації: [Моногр.] / Т.М. Лозинська. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2007. – 272 с.;
2. Лебеденко О. В. Аграрний ринок: поняття та особливості. Агросвіт, 2020. – № 12. – С. 48–52.;
3. Павленчик Н.Ф. Еволюція розвитку аграрного ринку України. <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/>;
4. Майовець Є. Й. Теорія аграрних відносин: [навч. посіб.] / Є. Й. Майовець. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 276 с.;
5. Хоменко О. І., Колтко Ю. Ю. Аграрний ринок України. Стан та тенденції розвитку сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка, 2017. – № 12. – С. 18–24.

**Пашко В.В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

**Інноваційні чинники підвищення ефективності
сільськогосподарських товаровиробників**

Сучасний розвиток будь-якого підприємства, галузі, країни неможливий без впровадження та використання інновацій та техніко-технологічних рішень.

Всеохоплююче впровадження інновацій сприяє підвищенню продуктивності праці, економії різних видів ресурсів, скороченню витрат та зниженню собівартості агропродовольчої продукції, нарощуванню обсягів і підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва.

Агроінновації важливі на етапі виробництва. Сільгоспвиробники приймають господарські рішення в умовах мінливого середовища і змушені враховувати значну кількість змінних, що ускладнює вибір оптимальних рішень.

Інвестиції в аграрні стартапи Farm Tech демонструють стабільне зростання, починаючи із 2013 року, за шість років їх обсяг збільшився на 370%. У 2019 році їхній обсяг склав 4,7 млрд дол. США [5]. Завдяки інноваціям в сільському господарстві прибуток зростає на 50 дол. США з кожного гектару.

Ефективним способом оптимізації господарських рішень в агросфері є точне землеробство.

В основі наукової концепції точного землеробства лежать уявлення про існування неоднорідностей в межах одного поля. Для оцінки і детектування цих неоднорідностей використовуються новітні технології, такі як системи глобального позиціонування (GPS, ГЛОНАСС, Galileo), спеціальні датчики, аерофотознімки і знімки з супутників, а також спеціальні програми для агроменеджмента на базі геоінформаційних систем (ГІС). Зібрані дані використовуються для планування висіву, розрахунку норм внесення добрив і засобів захисту рослин (ЗЗР), більш точного передбачення врожайності і фінансового планування. Дана концепція вимагає обов'язково брати до уваги локальні особливості ґрунту та кліматичні умови. В окремих випадках це може дозволити легше встановити локальні причини хвороб або ущільнень.

Точне землеробство може застосовуватися для поліпшення стану полів і агроменеджмента, за кількома напрямками:

- агрономічний: з урахуванням реальних потреб культури в добривах удосконалюється агровиробництво;
- технічний: досконаліший тайм-менеджмент на рівні господарства (в тому числі, поліпшується планування сільськогосподарських операцій);
- екологічний: скорочується негативний вплив сільгоспвиробництва на навколишнє середовище (більш точна оцінка потреб культури в азотних добривах призводить до обмеження застосування і розкидання азотних добрив);

* Науковий керівник – Т. О. Бабан, канд. екон. наук, доцент.

- економічний: зростання продуктивності та скорочення витрат підвищують ефективність агробізнесу (в тому числі, скорочуються витрати на внесення азотних добрив).

GPS навігація та монітори врожайності ідуть в топі поширеності з-поміж виробників (69 та 66%). Зекономити використання добрив, допоможе Adapt-N та New Leader NL5000 G. Аналізуючи стан ґрунту, самої сільськогосподарської культури та погодні умови, продукт від компанії Agronomic Technology Corp. — Adapt-N — дає змогу застосовувати добрива лише на необхідних ділянках й у відповідних нормах обсягах.

Інтернет речей і робототехніка замінюють людей в багатьох сферах життя, і сільське господарство не виняток. На даний момент є кілька додатків, що можуть розраховувати кількість посадкового матеріалу або необхідних поживних речовин на гектар навіть точніше, ніж люди. Використовуючи технології точного землеробства, можна отримувати інформацію про посіви та прогноз погоди на свій телефон.

Використання геоінформаційних систем у точному землеробстві, покращує сільськогосподарські операції і загальну продуктивність. Сівалки і дощовики, що керуються комп'ютером, не проходять одну і ту ж лінію двічі, а це означає, що вони не покривають одну лінію двічі і не допускають пропущених ділянок. Ця інновація точного землеробства у сільському господарстві знижує витрати матеріалів і захищає природу в разі застосування хімікатів, не кажучи вже про те, що надмірне удобрення і полив знищують посіви.

Світовим лідером в розробці інноваційних цифрових платформ, що допомагають аграріям забезпечувати високу урожайність і зменшувати витрати на вирощування культур, завдяки використанню рішень для точного землеробства, є канадська компанія Farmers Edge. Farmers Edge надає всі необхідні інструменти (платформа для управління фермою «все в одному», щоденні супутникові знімки, метеорологічні станції) для управління ризиками та підвищення рентабельності виробництва. Компанія має представництва у США, Австралії, Бразилії, Росії. Починаючи з 2018 р. Farmers Edge у партнерстві з PartnerRe Ltd розпочала об'єднання технологій точного землеробства і агрострахування. У червні 2018 р. відбулася реєстрація Farmers Edge в Україні [4].

На українському ринку вже є ряд компаній, які пропонують комплексні рішення. Паспорти полів, журнал операцій, динаміка змін показників. Алгоритми автоматично перетворюють інформацію в графіки та форми звітності. Зручний інтерфейс надає багато варіантів для генерування власних звітів. Крім того є можливість співставлення різних даних для аналізу ефективності технології, визначення причин низької врожайності та інші.

Залежно від кількості реалізованих в господарстві рішень розробники можуть налаштовувати функціонал системи під клієнта. Забезпечувати інтеграцію з іншими програмними продуктами, що використовуються агрокомпанією.

Виробники техніки розширюють функціонал своєї продукції, випускаючи трактори з вбудованою функцією автопілота, сівалки з функцією

диференційованого висіву. Тому купуючи техніку, аграрій вже платить за ці рішення, незалежно від того чи буде він їх використовувати.

Сьогодні в Україні налічується близько 200 нових агростартапів, і близько 30 із них уже стали успішними компаніями зі своєю базою клієнтів як в Україні, так і за кордоном. Серед них Kray Technologies, GrainTrack, eFarmer, Skok Agro, BIOsens, SmartEP, UAberry, AgroportEx, Tradomatic [5].

Перевагами точного землеробства перед традиційними підходами ведення господарства є: зростання врожайності та якості сільськогосподарської продукції; оптимізація використання ресурсів (техніки, земельного банку, персоналу); економічний ефект (економія ТМЦ та зниження кількості машино-годин, людино-годин).

Використання технологій точного землеробства в світовому масштабі за рахунок збільшення урожайності сільськогосподарських культур може дозволить отримати додатково 100–300 млн тонн зерна, підвищити доходи середніх і великих сільськогосподарських виробників на 80–150 млн дол. США., а виробничі витрати скоротити на 40–100 млрд дол. США [1].

Ефективні результати від впровадження технологій точного землеробства можливі за умови широкого доступу сільськогосподарських товаровиробників до інструментів точного землеробства (наприклад, супутникових або безпілотних знімків, інших інструментів Інтернету речей, мобільного зв'язку, Інтернету).

Список використаних джерел:

1. Innovation with a Purpose: The role of technology innovation in accelerating food systems transformation. World Economic Forum. 2018. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Innovation_with_a_Purpose_VF-reduced.pdf;
2. The state of food security and nutrition in the world 2019. URL: <http://www.fao.org/state-of-food-security-nutrition>;
3. Водянка Л.Д., Підгірна В.С., Антохова І.М. Тенденції впровадження інновацій в аграрному секторі економіки України. *Агросвіт*. 2019. Вип.8. С. 26–32.;
4. Діджиталізація: хто сьогодні інвестує в агроінновації в Україні. URL: <https://landlord.ua/news/didzhytalizatsiia-khto-sohodni-investuie-v-ahroinnovatsii-v-ukraini/>;
5. Інвестиції у Farm Tech. URL: <https://landlord.ua/news/investytsii-u-farm-tech-mynuloho-roku-sklaly-4-7-mlrd/>;
6. Інновації та АПК: чому за таким союзом майбутнє. URL: <https://mind.ua/publications/20202576-innovatsiyi-ta-apk-chomu-za-takim-soyuzom-majbutne>.

Пашенко Ю.В, канд. екон. наук, доцент
Калінова Д.О., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Перспективи забезпечення продовольчої безпеки в Україні

Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (ФАО) продовольча безпека вважається досягнутою при наявності у всіх людей постійного фізичного і економічного доступу до достатньої кількості безпечної і поживної їжі, що дозволяє задовольняти їхні харчові потреби і смакові переваги для ведення активного і здорового способу життя. Чотирма основами продовольчої безпеки є наступні: наявність, доступ, використання і стабільність [1]. Тобто, ФАО виділяє чотири фактори, які впливають на продовольчу безпеку:

- наявність їжі - наявність достатньої кількості продуктів харчування належної якості, що поставляються національними або імпортованими виробниками (у тому числі гуманітарна допомога);
- доступність харчування - доступ індивідів до ресурсів, необхідних і достатніх для одержання продуктів харчування для збалансованого раціону;
- раціональність використання продовольства - задоволення всіх фізіологічних потреб організму за допомогою збалансованого харчування;
- стабільність - відсутність ризиків втрати доступу до продуктів харчування в доступному для огляду майбутньому [2].

Отже, з урахуванням відзначених факторів, усі дії у сфері продовольчої безпеки повинні здійснюватися у всіх наступних чотирьох сферах одночасно.

Перспективними напрямками подолання негативних явищ у сфері забезпечення продовольчої безпеки є доведення до критеріальних значень та вище показників, що відображають рівень основних індикаторів продовольчої безпеки України.

Індикатори продовольчої безпеки – кількісна та якісна характеристика стану, динаміки і перспектив фізичної та економічної доступності харчових продуктів для всіх соціальних і демографічних груп населення, рівня та структури їх споживання, якості та безпеки продовольства, стійкості та ступеню незалежності внутрішнього продовольчого ринку, рівня розвитку аграрного сектора та пов'язаних з ним галузей економіки, а також ефективності використання аграрного природно-ресурсного потенціалу.

Критеріями продовольчої безпеки є граничне (порогове) значення індикатора, що є межею, поза якою продовольча ситуація у країні (регіоні) вважається небезпечною.

Кількісна оцінка і аналіз рівня продовольчої безпеки України дає можливість визначити позитивні тенденції динаміки індикаторів, а саме: збільшення у раціоні наших співвітчизників м'яса, молока, риби та плодово-ягідної продукції; задоволення потреб населення, як правило, за рахунок продукції вітчизняного виробництва. При цьому зростання обсягів виробництва

зернових і олійних культур дозволило сформувати значний експортний потенціал.

Основними негативними моментами продовольчої безпеки є: незбалансованість харчування; скорочення обсягів власного виробництва окремих продуктів; споживання багатьох продуктів знаходиться нижче раціональних норм, а якість харчування погіршується; економічна недоступність продовольства через загальний низький рівень доходів населення; висока диференціація рівня життя населення за соціальними групами; зростання імпорту майже по всіх продовольчих групах, що стримує розвиток вітчизняного виробництва.

Варто відзначити велику роль держави у зміцненні продовольчої безпеки, що реалізується через механізм державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників. Даний процес є дієвим та має певні недоліки, а саме державна підтримка сільського господарства в Україні спрямована на весь АПК без урахування специфіки малого підприємництва та окремих напрямів діяльності, що найбільше потребують такої підтримки [3].

З метою визначення тісноти зв'язку між факторами, що теоретично формують рівень продовольчої безпеки ми скористалися методом кореляційного аналізу. Який характеризує дослідження взаємозалежності ознак у генеральній сукупності, які є випадковими величинами з нормальним характером розподілу.

Для вимірювання тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками без урахування їх взаємодії з іншими факторами нами було розраховано коефіцієнти парної кореляції. Їх значення, при парній залежності, мають коливатися в межах від 0 до 1 при прямому та від -1 до 0 при зворотному зв'язку, ступінь якого характеризує розмір коефіцієнта кореляції, а саме якщо він $< 0,3$ зв'язку не існує; коливається в межах від 0,3 до 0,5 – слабкий та якщо $> 0,7$ – зв'язок тісний. Результати наших розрахунків свідчать про існування зв'язку між досліджуваними факторами (табл.).

Таблиця

Тіснота зв'язку між факторами формування продовольчої безпеки

Показники	Індекс реальної заробітної плати	Калорійність раціону	Частка витрат населення на продукти харчування	Сукупний індекс споживання продуктів харчування	Індекс самозабезпечення
Індекс реальної заробітної плати	1,0000				
Калорійність раціону	0,2900	1,0000			
Частка витрат населення на продукти харчування та безалкогольні напої	0,0065	0,0816	1,0000		
Сукупний індекс споживання продуктів харчування	0,3140	0,5811	0,7567	1,0000	
Індекс самозабезпечення	0,3572	0,2846	0,7275	0,7205	1,0000

Отже, тісним характеризується зв'язок між часткою витрат населення на продукти харчування і сукупним індексом споживання продуктів харчування та індексом самозабезпеченості. Індекс реальної заробітної плати слабо впливає на усі фактори крім частки витрат населення на продукти харчування та безалкогольні напої, адже це товари першої необхідності і потреба в них буде задовольнятися навіть при мінімальних рівнях доходів споживача, а зміни калорійності та сукупного індексу споживання пов'язані із удосконаленням якісних показників продуктів харчування, що споживаються.

Отже, зважаючи на існуючі загрози продовольчій безпеці країни, необхідними заходами є: підвищення життєвого рівня населення та забезпечення платоспроможного попиту на продукти харчування шляхом зростання рівня номінальної та реальної заробітної плати, соціальних виплат; створення механізму продовольчого забезпечення вразливих верств населення; відновлення державного регулювання цін на продукти харчування; державна підтримка вітчизняного агропромислового виробництва, ширше запровадження політики імпортозаміщення, сприяння диверсифікації виробництва сільськогосподарської сировини та продуктів харчування; ефективне використання наявного ресурсного потенціалу аграрної сфери та формування стійкої сировинної бази постачання; формування сприятливого інвестиційного клімату в сільськогосподарському виробництві шляхом запровадження податкових пільг учасникам інвестиційного процесу; формування механізму економічного стимулювання впровадження новітніх технологій та науково-технічних розробок у галузях агротехніки, біотехнологій і агроекології; наближення вітчизняних стандартів якості продовольства до світових норм та ін.

Успішне втілення запропонованих заходів дасть змогу наростити обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, забезпечити фізичну та економічну доступність продуктів харчування й гарантувати продовольчу безпеку країни.

Список використаних джерел:

1. Звіт про глобальну продовольчу політику 2013. Washington: International Food Policy Research Institute. 2014. 53 с. (дата звернення: 24.10.2022).
2. Забарна Ю.В. Вплив основних факторів світової продовольчої проблеми на стан і перспективи продовольчої безпеки України. Економіка та держава. 2015. № 5. С. 145-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2015_5_33. (дата звернення: 24.10.2022);
3. Sheludko, R. M., Pashchenko, Y. V., Filimonov, Y. L., Bukhalo, O. V. State support for agricultural sector and its impact to form results indices of the activities at branch enterprises. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2019. № 2(29), С. 487–495. (дата звернення: 18.10.2022).

**Петровський О.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Інноваційна діяльність: трактування у нормативних актах

Застосування положень законодавчо-нормативних актів у господарській практиці виступає одним з методів державного регулювання економіки. Важливою сферою, яка потребує створення прозорих «правил гри», чіткої державної політики, є інноваційна сфера. Як доведено статистичними спостереженнями ті країни, які створили найсприятливіші умови для інноваційного розвитку, наразі мають і більший ВВП на душу населення. Причинно-наслідкові зв'язки між інноваційною активністю країни підтверджені визначенням тісного кореляційного зв'язку між рівнем інноваційного розвитку країни, який було оцінено на основі показника глобального інноваційного індексу (Global Innovation Index), та рівнем загального економічного розвитку, який оцінювався за допомогою показника обсягу ВВП на душу населення [1].

Процеси генерування інновацій є витратними, більш того, сфера фундаментальних досліджень відноситься до сфери з позитивними екстерналіями, що, як визнано світовою економічною наукою, потребує державної підтримки. Умовою прозорості та ефективності реалізації державних програм у сфері інноваційної діяльності є чітке визначення змісту останньої. Ми провели аналіз законодавчо-нормативних актів з питань інноваційної діяльності. Зокрема, Законів України «Про інноваційну діяльність» від 04 липня 2007 р. № 40-IV, «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 р. № 1560-XII. Ці законодавчі акти визначають «правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлюють форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом» [2, 3].

У Законі України «Про інноваційну діяльність», остання розглядається як «діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [2]. Фактично за цим визначенням діяльність у науково-дослідній сфері не відноситься до інноваційної.

У Законі України «Про інвестиційну діяльність» зміст інноваційної діяльності уточнено як однієї із форм інвестиційної діяльності, основним завданням якої є використання здобутків науково-технічного прогресу для виробництва і соціальної сфери, що містить наступні складові: випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технології; прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; реалізація довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат; фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил; розроблення і впровадження нової, ресурсощадної технології, призначеної для поліпшення соціального і екологічного становища [3]. Незважаючи на більш

* Науковий керівник – В.М. Онегіна, доктор економічних наук, професор

широке трактування інноваційної діяльності у цьому законодавчому акті, зміст останньої не розкривається у всьому його різноманітті та всіх етапах інноваційного процесу.

Експертами Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) розроблені та застосовуються Рекомендації (Керівництва) зі збору та подання даних про дослідження й експериментальні розробки. У Керівництві Фраскатті (2015) не було уточнено зміст інноваційної діяльності [6]. У Керівництві ж Осло (2018) інноваційна діяльність розглядається як ряд (серія) дій, що здійснюються з наміром розвитку інновації, для чого можуть знадобитися спеціальні ресурси та участь у конкретних заходах, включаючи політику, процеси та процедури [6]. Зміст інноваційної діяльності в сфері бізнесу, за цим документом, включає всі види діяльності з розвитку, а також пов'язані з ними фінансову та комерційну діяльність, які мають призвести до інновацій. Перелік цих видів діяльності передбачає: дослідження та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР); інженерну, дизайнерську та іншу творчу діяльність; діяльність у галузі маркетингу та розвитку брендингу; діяльність, пов'язану з інтелектуальною власністю; заходи щодо навчання співробітників; розробку програмного забезпечення та роботу з базами даних; діяльність, пов'язану з придбанням чи орендою матеріальних активів; діяльність з управління інноваціями [6].

Таке трактування інноваційної діяльності є ширшим порівняно з положеннями законодавства України, але не враховує комерціалізацію інноваційної продукції. Порівняння положень вітчизняних законодавчих актів із методичними рекомендаціями стосовно трактування термінів інноваційної діяльності Міжнародних організацій свідчить про розбіжності між положеннями українського законодавства і міжнародних документів, частковість та неповноту ознак інноваційної діяльності. На недосконалість вітчизняного законодавства у сфері інноваційної діяльності вказували вже науковці [6], але майже десять років поспіль ситуація не змінилася.

Отже, для перетворення державної інноваційної політики у вагомий чинник інноваційного зростання необхідно ввести зміни та доповнення у законодавчі акти, які регулюють відносини у сфері інноваційної діяльності, привести їх у відповідність до світової практики, а також до сучасних умов розвитку глобальної економіки та інноваційних екосистем.

Список використаних джерел:

1. Global Innovation Index 2020. Report / Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO). URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf 2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04 липня 2007 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>. 3. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>. 4. OECD (2015). Frascati Manual 2015. Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research, and Experimental Development. OECD. Paris. URL: <https://www.oecd.org>. 5. OECD, EU (2018). Oslo Manual. OECD/ European Union. 2018. URL: <https://www.oecd.org> 6. Онегіна В.М.,

Луньова В.А. Стратегії інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств: Монографія. Харків: ТОВ «Смугаста типографія», 2016. 255с.

**Пилипець С.І. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна**

Засади формування організаційно-економічного механізму розвитку сільських територій

Сучасний стан розвитку сільських територій України зумовлює необхідність застосування системи заходів спрямованих на формування ефективного механізму їх функціонування. Сільське господарство України, незважаючи на війну та зниження обсягів виробництва, навряд втратить статусу локомотиву національної економіки. Крім того, блокування експорту показало роль вітчизняного АПК у забезпеченні продовольчої безпеки світу [1, с. 173].

Побудова організаційно-економічного механізму розвитку сільських територій має відбуватись на основі стратегічних програмних документів, що визначають та затверджують пріоритетні напрямки і базуватись на концепції сталого та збалансованого розвитку усіх сфер соціально-економічного, політичного і культурного життя.

Організаційно-економічний механізм розвитку сільських територіальних громад має уособлювати в собі сукупність економічних й організаційних методів, способів, форм, інструментів та важелів впливу на економічні відносини та відображати внутрішні інтеграційні процеси з метою забезпечення фінансової спроможності сільських громад, враховуючи альтернативні варіанти модернізації їх інфраструктури на інноваційній основі[5, с. 258].

Враховуючи специфіку реалізації такого механізму в сільській місцевості, ми приходимо до висновку, що на даний час досягти розвитку усіх зазначених сфер не вдається, саме через відсутність розуміння стратегічних напрямів новостворених громад чи некоректного вибору пріоритетів, непрофесійність управлінського персоналу та неузгодженості законодавчих та нормативно-правових актів. Що і викликає необхідність пошуку та формування ефективних механізмів функціонування та розвитку сільських територій України.

Зауважимо, що для підвищення доходів сільського населення, як одного з головних завдань державної політики розвитку сільських територій необхідно побудувати систему відносин з чітким розмежуванням функцій та повноважень між різними рівнями управління та визначенням відповідальності, оптимальному забезпеченні населення соціальними послугами, залученні жителів сільських громад до прийняття управлінських рішень [5, с. 2892].

Значної уваги в даному аспекті слід приділити новоствореним у процесі реформування громадам, що пояснюється рядом факторів, зокрема відсутністю

* Науковий керівник – В.М. Герзанич, к.е.н., доцент

досвіду та кадрів відповідної кваліфікації та розмитістю розуміння власних конкурентних переваг [2, с. 48].

Також варто зазначити, що в межах сіл, громадам вкрай важливо провести багатосторонню диверсифікацію економіки та намагатися максимально налагодити співпрацю з сусідніми громадами, регіонами чи транскордонними територіями. З акцентом на виробництві екологічної та енергоощадної продукції та ефективного використання людського капіталу. Це дозволить сформувати сприятливе інноваційне середовище громади та стане способом відновлення і підтримки рівня розвитку інфраструктури сільських територій. Основними інструментами сільської територіальної громади в даному випадку мають бути місцеві податки та збори та виважене управління в сфері земельних відносин. Відтак, з позиції ефективності зростання фінансової спроможності сільської території необхідним є забезпечення ефективної взаємодії з іншими учасниками міжбюджетного та підприємницького середовища, за умови максимального використання коштів на формування співробітництва в довгостроковій перспективі.

Основними завданнями держави щодо підвищення рівня та якості життя сільського населення є забезпечення дотримання соціальних гарантій та стандартів, забезпечення доходів населення сільських територій на рівні середнього по галузях економіки, створення належних умов праці та проживання, особливо для молоді, розвиток соціальної і транспортної інфраструктури та побутового обслуговування, культури та спорту, збереження та відновлення культурної спадщини регіонів [3, с. 221].

Отже, в основі побудови ефективного механізму розвитку сільських територій повинні лежати дієві засоби та інструменти як економічного, так і організаційно-управлінського характеру, та поєднувати інтереси і взаємодію громад, місцевого самоврядування, господарюючих структур на селі та державних органів влади, що сприятиме активізації економічного життя на селі і сприятиме досягненню соціального благополуччя.

Список використаних джерел:

1. Готра В.В. Вплив повномасштабної війни на агропромислове виробництво України / В.В. Готра, Ігнатко М.І.// *Moderní aspekty vědy: XXII. Díl mezinárodní kolektivní monografie/ Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2022. str. 173-181*; 2. Жаліло Я.А., Шевченко О.В., Романова В.В. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ. 2019. 115 с. 3. Чорнобай Л. М., Мушеник І. М. Удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання рівня життя сільського населення в умовах децентралізації. *Modern Economics. 2020. № 23 (2020). С. 220–226*; 4. Попова М.Ф. Децентралізація влади як механізм розвитку громад. *Актуальні проблеми політики. 2015. Вип. 54. С. 258-264. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/appol_2015_54_31.pdf*; 5. Trusova N.V., Synchak V.P., Borovik L.V., Kostornoi S.V., Chkan I.A., Forkun I.V. Fiscal policy in a decentralized space of the financial system of Ukraine. *International Journal of Criminology and Sociology. 2020. Vol. 9. P. 2891-2904.*

**Сергєєв В. В., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Сучасні інновації агропродовольчого сектора України

Агропродовольчий сектор економіки включає в себе виробників продукції сільського господарства, представників переробної харчової промисловості та учасників торгівлі готовими продуктами харчування. Розвиток агропродовольчого сектору об'єктивно є визначальним у розвитку національного господарства кожної країни. України не є виключенням. Необхідність розроблення ефективної концепції інноваційного розвитку зазначеного сектору економіки України невідмінно зростає.

У становленні та розвитку теорії інновацій її дослідники виділяють такі етапи: перший – класична теорія інновацій (Шумпетер Й., Зомбарт В., Мічерліх В.); другий – теорія довгих хвиль (Кондратьєв М.Д.); третій – неокласична (постшумпетерівська) теорія інновацій (Менш Г., Калецкі М., Хартман В., Твісс Б., Хауштайн Х. та ін.); четвертий – теорія прискорення (інноваційного підприємництва) (Друкер П., Твісс Б.); п'ятий – соціально-психологічна теорія (Барнет Х., Денісон Е.) [1, 2].

З точки зору об'єктів інновацій, що беруть участь у виробничих процесах, інновації в агропродовольчому секторі – це інновації, що зачіпають безпосередньо процеси, учасниками яких є люди, машини, устаткування, комп'ютери, а також елементи біосистеми, існування яких в природному середовищі неможливе або можливе тільки з втратою базових функціональних характеристик [3].

Інновації є провідним фактором економічного та технологічного зростання кожної держави. Провідні країни світу сприяють розвитку інновацій в економіці країни шляхом надання, наприклад, податкових пільг. Недостатність фінансування інновацій в галузях народного господарства України є одним з основних показників визначення депресивності території (поряд з грошовими доходами населення, їх рівнем зайнятості та кількістю безробітних) [4]. Пріоритетна роль інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку галузей народного господарства України, зокрема агропродовольчого сектора, визначається як провідними науковцями, так і законодавчо на державному рівні [4].

Особливість інновацій агропродовольчого сектора є врахування трьох таких напрямків:

- 1) інновації у сфері людського капіталу (підготовка спеціалістів, здатних експлуатувати нову «розумну» техніку, обладнання і технології);
- 2) інновації у біосистеми (розробка і освоєння нововведень щодо родючості ґрунтів, продуктивності тварин та урожайності сільськогосподарських культур);

* Науковий керівник – Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент

3) інновації у сфері роботи комп'ютерів, або ІТ-технологій (ІТ як інформаційні технології).

Щодо останнього, тут треба знати про необхідність існування, по-перше, фахівців, які обслуговують комп'ютерне обладнання та займаються іншими технічними розробками; по-друге, існування фахівців, які створюють програмне забезпечення для різних пристроїв; по-третє, існування фахівців, які працюють з готовими інформаційними продуктами. Нажаль саме відсутність достатньої кількості інноваційних «фахівців» в галузі сільськогосподарського виробництва, переробної харчової промисловості та торгівлі готовими продуктами харчування є проблема. Оскільки за міжнародним поділом праці України є країною-виробником значного обсягу агропродовольчої продукції.

Агропродовольчий сектор (сільськогосподарська продукція разом з готовими продуктами харчування) займає значну частку (понад 40%) в товарному експорті країни, і нині демонструє зростаючі тенденції діяльності. Проте, вітчизняне сільськогосподарське виробництво характеризується низьким рівнем конкурентоспроможності на європейському ринку. Оскільки майже 50 % такої продукції виробляється господарствами населення переважно задля задоволення внутрішнього ринку.

Отже, ключем для вирішення цієї проблеми є інноваційний підхід до агропродовольчого виробництва, який має базуватися на дуальному (паралельному) розвитку як малого і середнього бізнесу на селі, шляхом трансформації господарств населення у зареєстровані суб'єкти господарювання, так з одночасним розвитком високотехнологічного, великотоварне виробництва з максимальною доданою вартістю.

Запропонований підхід до інноваційного розвитку на сільських територіях дозволить змінити характер економічних відносин між усіма учасниками ринку, перейти до нової організаційно-технологічної структури агропродовольчого виробництва і забезпечити конкурентоспроможність вітчизняного виробництва і продукції на світових ринках.

Список використаних джерел:

1. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науковотехнічного розвитку суб'єктів національного господарства: монографія/за ред. Л.М. Савчук, Л.М.Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. 520 с.

2. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи. Монографія. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2014. 514 с.

3. Нікіфорова Л. О., Шиян А. А. Управління процесами прийняття інноваційних рішень в сфері high technologies : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2018. 87 с.

4. Мушеник, І. Стратегія розвитку і формування інноваційно-інвестиційної системи регіону. *Економіка та суспільство*, 2021. (25). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-29>

**Ткаченко С.Є., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

**Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств аграрного виробництва
у контексті продовольчої безпеки**

Нині у світовій економіці спостерігається посилення інтеграційних процесів, що безперечно впливає на тенденції розвитку сучасних продовольчих систем. Процеси глобалізації накладають свій відбиток на трансформаційні зміни в продовольчих системах, на можливості країн у забезпеченні харчовими продуктами та власну продовольчу незалежність. Трансформації продовольчих систем та можливий їх вплив на економіку країн, зокрема на аграрний сектор, характеризується найбільшою дієвістю в організації аграрного виробництва.

Поточні механізми управління прискоренням змін у продовольчих системах диференційовані, часто з обмеженою участю, прозорістю і підзвітністю в процесах ухвалення рішень. Це ускладнює виконання і моніторинг усебічних змін у продовольчих системах, що відбивають складність і різноманітність учасників [1].

Трансформаційні зміни в продовольчих системах вимагають проведення додаткових досліджень щодо формування інтегрованих продовольчих систем, забезпечення продовольчої незалежності країн.

Забезпечення продовольчої безпеки в умовах інвестиційно-інноваційного розвитку аграрної сфери є важливим напрямом суспільного й економічного розвитку держави та її незалежності шляхом підвищення ефективності виробничої діяльності виробників продовольства, їх фінансової та економічної стійкості з метою стабільного забезпечення конкурентоспроможності, що, своєю чергою, може слугувати основним вектором сталого розвитку сільських територій та держави у цілому. Аграрна сфера виступає стійкою ресурсною базою для підприємств харчової промисловості та є запорукою гарантованого забезпечення продовольчої безпеки країни.

Забезпечення сталого економічного розвитку держави на основі збалансованого повноцінного харчування населення є найважливішим критерієм оцінки її конкурентоспроможності. Актуальність даного питання полягає у тому, що навіть незважаючи на права кожної людини на повноцінне харчування, не кожна країна може забезпечити достатню економічну та фізичну доступність продовольства для населення.

Інвестиційно-інноваційний розвиток аграрного виробництва відіграє вирішальну роль у зміцненні продовольчої безпеки, проте не менш важливим є питання його негативного впливу внаслідок нереалізованого потенціалу та системних чинників гальмування, серед яких слід виокремити такі:

- недосконалість законодавства та нормативної бази щодо підтримки й фінансування сільського господарства;
- низький рівень розвитку інфраструктури заготівлі та збуту аграрного продовольства;
- низьку економічну ефективність використання

сільськогосподарських угідь;

– обмеженість власних фінансових ресурсів, що перешкоджає оновленню матеріально-технічної бази і нарощуванню виробництва конкурентоспроможної продукції;

– низьку інвестиційну привабливість аграрної сфери;

– незавершеність реформування земельних відносин;

– відсутність цілісного прозорого ринку аграрної продукції.

Стратегічний розвиток аграрної сфери залежить від політичних (зміни у законодавстві, державне регулювання та підтримка, торговельна політика, фінансування), економічних (динаміка макроекономічних показників, інфляція, конкуренція, цінова політика, інвестиційний клімат, експортні та імпорتنі можливості), екологічних (екологічні норми, екологічність технологій, екологічний стан сільськогосподарських угідь), соціальних (демографічна ситуація, міграційна політика, релігійні чинники), технологічних (наявні та нові технології, нові продукти, виробничі потужності) та правових (регулюючі органи та норми, особливості законодавства тощо) чинників [2, с. 35].

Стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва та зниження негативного впливу його системних показників дасть змогу забезпечити стабільність продовольчої безпеки та продовольчої незалежності шляхом підвищення стійкості сільськогосподарського виробництва та якості харчування і доходів населення, розширення масштабів експорту й імпорту, збільшення обсягів запасів продовольства, поліпшення рівня екологізації, удосконалення законодавчої бази, реалізації виробничого потенціалу сільського господарства. Окрім того, активізація процесу реалізації потенціалу галузей аграрної сфери дасть змогу вчасно реагувати та ліквідувати загрози продовольчої безпеки, що виникають [3,4]:

– незбалансованість споживання;

– низький рівень споживання продуктів тваринного походження;

– високу диференціацію вартості харчування за соціальними групами;

– залежність країни від імпорту окремих видів ресурсів для сільського господарства;

– повільні темпи запровадження міжнародних стандартів якості продуктів харчування та низький рівень контролю над ними;

– низький рівень державного контролю над забезпеченістю населення продуктами харчування.

Продовольча безпека – це один із найбільш важливих показників соціально-економічного розвитку країни, який забезпечується передусім рівнем аграрного виробництва, тобто насиченням ринку власною сільськогосподарською продукцією, що сприяє її незалежності та забезпечує належний рівень основних груп показників, визначених у світовій практиці (рівень доступності й споживання продовольства, наявність і достатність продуктів харчування, рівень якості та безпечності продуктів харчування).

Інвестиційно-інноваційний розвиток аграрної сфери залежить від активізації інноваційних стратегій, підтримки держави у питанні фінансування та інвестування галузі, а також від сприяння підвищенню

конкурентоспроможності аграрних товаровиробників на вітчизняному ринку і захисту їхніх інтересів у зовнішньо - економічній діяльності, запровадження механізмів кредитування, як варіант забезпечення оновлення матеріально-технічної бази, удосконалення механізму ціноутворення, завершення реформування земельних відносин та безпосереднього контролю над якістю виробництва й використання природних ресурсів [5, с. 130].

Для України одним з пріоритетів є розвиток системи ефективного сільського господарства та формування глобальної довіри до стандартів безпеки продовольчих продуктів. Головною перевагою України залишатиметься розвиток системи ефективного сільського господарства та формування глобальної довіри щодо застосування напрацьованих стандартів безпеки продовольчих продуктів. Важливим є подальший сталий розвиток національних продовольчих систем з трансформаціями в глобальні.

Список використаних джерел

1. Blej-Palmer, A. Konare, D. Metr, K. Dy Battysta, A. and Dzhonston, K. (2020), "Assessing a Sustainable Food System: Lessons from Global Practice", available at: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/23639> (Accessed 20 Nov 2021); 2. Аранчій В.І., Зоря О.П., Голбан Т.Т. Стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 45. С. 33–38; 3. Прунцева Г.О. Методологічні засади оцінки системи продовольчої безпеки. 2020. Економіка і держава. № 6. С. 151—154; 4. Державна служба статистики України. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : статистичний збірник. Київ, 2020. 12 с.; 5. Залізнюк В.П. Оцінка індикаторів продовольчої безпеки України. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 2. С. 128–133.

**Чуйко М.М., канд. техн. наук, доцент
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Інноваційні рішення на шляху до світової продовольчої безпеки

Зараз, в часи нових технологічних інновацій, коли стрімко розвивається генна інженерія, біо-, нанотехнології невирішеною залишається глобальна продовольча проблема неефективного виробництва та розподілу продуктів харчування в світі. На сьогодні стає зрозумілим, що глобальна система продовольства у недалекому майбутньому відчуватиме тиск різних факторів. З боку споживання, населення світу поступово зростає; багато людей, ймовірно, стануть більш заможними, що створить попит на більш різноманітний високоякісний раціон харчування, що вимагає наявності додаткових ресурсів. З боку виробництва, конкурентна боротьба за землю, воду та енергію буде посилюватися, тоді як вплив зміни клімату стане ще помітнішим. А необхідність скорочувати викиди парникових газів та адаптуватися до зміни клімату стане ще

гостріше. Тобто глобалізація продовжиться, піддаючи продовольчу систему новим економічним і політичним факторам впливу [1]. Тому використання інноваційних технологій – єдиний спосіб упорядкувати це коло проблем та забезпечити продуктивність і стійкість продовольчих систем в усьому світі.

Для підвищення рівня стійкого виробництва та боротьби з новими загрозами продовольчої безпеки запропоновано наступні інноваційні рішення: розробка нових різновидів або сортів сільськогосподарських культур, худоби та водних організмів, ґрунтуючись на новітніх досягненнях у галузі біонаук; збереження безлічі різновидів, місцевих сортів, рідкісних сортів та диких біологічних видів, близьких до родинних їм домашніх видів, що дуже важливо для збереження генетичного банку біорізноманіття, який можна використовувати при селекції нових якостей; досягнення нутріціології та споріднених наук, що надають стійкі перспективи для підвищення ефективності та сталого зростання обсягу виробництва продовольства (як продуктів тваринництва, аквакультури); наукові та технологічні досягнення у ґрунтознавстві та споріднених науках, щоб, в першу чергу, знизити стоки забруднюючих речовин та скоротити викиди парникових газів; сучасні наукові дослідження в управлінні рослинництвом, тваринництвом, агроекологією, агротехнікою та аквакультурою.

Таким чином, зараз світ стикається з двома величезними і суперечливими труднощами в галузі продовольчої безпеки: необхідністю забезпечити якісною й екологічно безпечною їжею зростаюче населення планети та збереженням навколишнього середовища. Тому застосування інноваційних підходів дозволить удосконалити виробництво, переробку, зберігання, розподіл та правильне використання природно-сировинних ресурсів і аграрної продукції.

Список використаних джерел:

1. Глобальна продовольча безпека: старі проблеми, нові виклики та ефективні рішення *Growhow* : веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3SBcwoa> (дата звернення: 26.09.2022).

**Шебештьєв Е.Г., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна**

Концептуальні основи диференціації розвитку сільських територій

В сучасних умовах повномасштабної війни для сільських територій, які мають можливість безперешкодно функціонувати наразі головне навчитися самостійно заробляти кошти та наповнювати місцеві бюджети: через здійснення інвентаризації земель, створення належних умов для підприємців, що у результаті дасть змогу створити нові робочі місця та збільшити дохідну частину бюджету сільських територіальних громад та забезпечити належний рівень продовольчої безпеки країни.

* Науковий керівник – В.М. Герзанич, к.е.н., доцент

Для обґрунтування диференціації розвитку сільських територій доцільно правильно обрати стратегію розвитку, яка має базуватись на вивченому інноваційному зарубіжному досвіді та дослідженні існуючих концепцій розвитку територій.

Оліщук П.О. в межах базових концепції розвитку сільських територій виділяє дві: «знизу» вгору (баварський підхід) та «зверху» вниз (австрійський підхід) [2]. В межах баварського підходу автор акцент робить на розвиток навчання, дію громад та їх консолідацію, співфінансування, акцент на місцеві умови та місцеві ініціативи. В межах австрійського підходу увага зосереджена на спеціальних програмах розвитку, інституційній підтримці, координації, участі органів влади, активність громадян, системному підході та місцевих ініціативах. Відмічаючи єдність у підходах використання місцевих ініціатив, зазначимо їх важливість для сільських територій.

Активізація місцевих ініціатив зумовлена не лише сукупністю передумов сільських територій, але й готовністю підприємців та сільських жителів до їх виявлення. Зазначимо, що в сучасних умовах використання місцевих ініціатив є на досить низькому рівні, що пов'язано із недостатнім рівнем уваги місцевої влади у стимулюванні цього процесу та пасивність сільських жителів. Загалом місцеві ініціативи залежать від фінансової підтримки та розробленого інституційного механізму її отримання. Така ситуація пов'язана із наявними проблемами перетворення села на територію, яка асоціюється з високим рівнем бідності та соціального неблагополуччя, з відсутністю науково-обґрунтованої цілісної концепції виведення села з соціально-економічної кризи, необхідністю розробки та практичного впровадження інноваційних стратегії аграрних перетворень.

Відмітимо, що політика розвитку регіонів та громад повинна врахувати пріоритетні напрями збереження, раціоналізацію використання сільських територій, розвитку сільської населення, забезпечення продовольчої безпеки держави, орієнтацію на максимальну зайнятість сільського населення у різних сферах регіональної економіки, причому не обов'язково, щоб ця сфера була пов'язана з сільським господарством.

За таких умов важливим є державна та місцева підтримка соціальної мобільності сільського населення, покращення інфраструктури, поширення позитивного впливу міст на сільські території.

Відмітимо, що в межах кожної області розроблено концепції стійкого розвитку сільських територій, який є одним із стратегічних планів. Наприклад, в межах Закарпатської області розроблено концепцію стійкого розвитку сільських територій Закарпатської області на 2020-2027 рр. [0]. Основна мета розробки концепцій полягає у з'ясуванні та аналізі ключових проблем розвитку сільських територій, задіяння важелів соціально-економічного та управлінського характеру, спрямованих на досягнення якісно нового рівня розвитку села, який забезпечує комплексне вирішення економічних, соціальних та екологічних завдань, ефективну реалізацію соціального, природно-ресурсного та транскордонного потенціалу сільських територіальних громад.

Загалом, вважаємо, що удосконалення концепцій розвитку сільських територій здійснюється під впливом чинників:

1. Часового, який може забезпечувати позитивні/негативні зміни, стимулює до набуття досвіду негативного/позитивного та забезпечує розвиток/занепад.

2. Розвитку підприємницької діяльності, що є однією з умов покращення добробуту населення через створення нових робочих місць, внесення податків до місцевих бюджетів, зацікавленні інвесторів та інтенсифікації соціальної мобільності.

3. Державної підтримки різних сфер діяльності. Це особливо актуально в контексті масштабного плану відновлення, який сьогодні напрацьовується Урядом України. Очікується, що перша фаза відновлення триватиме близько 3-9 місяців. Протягом цього періоду підприємства відновлять свою діяльність, створять робочі місця та вакансії, втрачені під час війни, і повернуться до виробництва товарів та послуг мирного часу. Відновлення інфраструктури та капіталу займе більше часу – до 5-10 років [3].

На основі аналізу об'єктивної ситуації, дослідження внутрішніх переваг, можливостей, загроз та обмежень концепцій розвитку сільських територій доцільно розробити нову політику щодо регіонального розвитку, з врахуванням сучасного воєнного стану та його впливу на ситуацію в Україні загалом та зокрема у регіонах і територіальних громадах.

Список використаних джерел:

1. Концепція стійкого розвитку сільських територій Закарпатської області на 2020-2027 рр. URL: https://oda.carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/190625_ksr_oda.pdf;
2. Оліщук П.О. Місцеві ініціативи як інструмент розвитку сільських територій <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=903>;
3. Післявоєнний час стане періодом швидкого зростання економіки та розширення можливостей інвестицій. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=11693a68-84f9-44aa-9a91-5e410c7f9d97&title=PisliavonniiChasStanePeriodomShvidkogoZrostanniaEkonomikiTaRozshirenniaMozhливостейInvestitsii>



СЕКЦІЯ 5

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Beisembaeva A.K. Ph.D. economy Sciences, Associate Professor
Bolatbekov S. B. undergraduate
Kazakh National Agrarian Research University, Kazakhstan, Almaty

Financial analysis as an organization management tool

Currently, the activities of each enterprise are under the close attention of a wide range of people who are interested in the results of their activities. Based on the information available to them, they seek to assess the financial situation of the organization. The success of its activities and its position in the market depends on this.

The financial position of an organization is most often understood as the characteristics of competitiveness, the use of financial resources, equity and debt capital, the fulfillment of obligations to market participants, counterparties, debtors and creditors. The analysis of the financial situation allows not only to assess the state of the enterprise at a given time. But also to predict the behavior of indicators in the future and determine possible ways of development.

One of the main tools used to assess the financial condition is financial analysis. The main purpose of which is to obtain certain key parameters that will help to give a complete and objective picture of the financial condition of the enterprise. In the future, with the help of these results, it will be possible to evaluate the internal and external relations of the analyzed object. For example, to characterize the efficiency and profitability of the activity, its solvency, possible development prospects. In the future, on the basis of these data, the management of the organization makes appropriate and necessary management decisions in this situation. This is the connection between analysis and forecasting. The results of the financial analysis of the organization are used both within the organization itself in the process of managing business processes, and by external users and stakeholders. For example, when carrying out various transactions with suppliers and contractors, banks, or to provide information about the state of the enterprise to third parties, external auditors or tax services. For example, financial indicators are the main indicator for banks and investors when deciding whether to issue loans. Also, a financial analysis with a detailed report is necessary for the organization to enter the stock exchange. According to the requirements of KASE, it is necessary to calculate a certain set of financial coefficients that would reflect the real situation of the enterprise. It is recommended to publish these coefficients in quarterly and annual.

Financial analysis allows you to assess the current state of the organization. And also makes it possible to predict its further development. However, in this case, management personnel need to carefully consider the definition of indicators that will be used to assess the financial condition. Because in the case of a wrong choice, a situation may arise that a time-consuming and costly financial analysis will not bring any benefit to the organization [1].

In conditions when all organizations have switched to independent financing, the analysis of financial results makes it possible to identify the opportunities of these organizations for development in market conditions. And often the question is even about the very fact of the existence of the organization. The main parameter here is the

amount of profit, which is the main source of finance. These are funds for financing investments in capital, in the development of the social and industrial base of the enterprise.

The main requirements for making managerial decisions are their economic validity, as well as accuracy and timeliness. The time aspect plays a big role here. After all, even the most accurate and verified decision, but taken at the wrong time, can not only not improve economic results, but also worsen them [2].

In order to make management decisions, such commonly used types of analysis are usually carried out as: operational, current and prospective. A financial analysis is carried out, followed by the selection of the best management solution. They differ in functions and time frames. Each of them is associated with a specific management and planning function. In addition, decision-making requires the development of several options for the development of events, since various scenarios are possible in an ever-changing environment, and everything must be ready. The results of the financial analysis allow you to make management decisions. Based on the assessment of the current financial situation and the activities of the enterprise for previous years, interested persons can get an idea of the financial situation of the organization. The set research goals are achieved as a result of solving a set of interrelated analytical tasks.

The amount of profit is an absolute indicator of the effectiveness of the organization.

At the expense of profit, part of the organization's obligations to the budget is fulfilled. As well as banks and organizations.

The analysis of the financial position is carried out according to the financial statements. In our country, financial statements are prepared in accordance with IFRS. This is done for the convenience of accounting in the process of integration into the global financial space. When preparing financial statements, the following principles should be followed, which are presented in table 1.

In order to correctly select the set of indicators necessary for the analysis, we must first determine the goals that we want to achieve. At this stage, it should be determined what kind of data we want to get at the output. Whether it is a short-term forecast or a long-term one, according to which of the reporting forms the analysis will be carried out, and so on. Then the coefficients that should be calculated are directly identified and their approximate normative values are established. It should be noted that depending on the industry and the scale of production, the values of the coefficients may vary. Therefore, you need to consider the recommended values directly for this enterprise. In the end, the average values of the table from textbooks on financial analysis can give an approximate result, which is sometimes not enough to justify efficiency. This work is usually performed at the initial stage of analysis within the framework of a project on setting up management accounting, budgeting or an accounting system of indicators. The goals of the analysis can be achieved as a result of solving a certain set of tasks. The analytical task is to determine the objectives of the analysis, taking into account the organizational, informational, technical and methodological capabilities for conducting this analysis. This is one specifically formulated step in achieving the goal.

Table 1

Financial statement principles

№	Principles	Necessary and sufficient conditions
2	Going concern	The company does not plan to reduce or change the direction of activity in the near future.
3	Unchanging accounting policies	The accounting policy of the company is not changed without an significant need. The same procedures and standards are followed in the preparation of the statements.
4	Accrual	Income (expenses) of the enterprise are shown not as soon as cash is received or paid, but are determined in the moment of their implementation.
5	Importance	Reporting should contain really important and useful information that is essential for decision-making.
6	The monetary assestment	All indicators and data in the reporting are determined and indicated in monetary terms.
Note: compiled by the author		

Tasks may differ from each other in the amount of labor and value. The main factor in the end is the completeness and reliability of the initial information. At the same time, it is natural that the periodic accounting or financial statements of an enterprise are only a blank prepared during the production cycle at the enterprise. And it can be used for analysis only with certain reservations. Before starting analytical procedures, it must be properly prepared, ordered, checked. If necessary, find the missing documents and/or request copies. It often happens that documents are lost, filed in the wrong folders. Also, it is necessary to make sure that all the necessary details are present on the documents under study, such as signatures, seals, account numbers.

Financial analysis is the prerogative of the top management of the organization, which is able to influence financial resources and cash flows. The effectiveness of management decisions plays an important role here, since financial analysis occupies an important place in the enterprise management system. After all, if management decisions are ineffective or untimely, this will only lead to a deterioration of the financial situation up to bankruptcy.

The results of the financial analysis inform the administration of the enterprise about the state of the objects of interest.

Due to these high requirements, a comprehensive analysis of the financial condition should evaluate all the main financial indicators of the enterprise.

The main functions of financial analysis include: assessment of the financial situation of the organization; identification of the factors and causes that influenced it; justification of management decisions made; improving the efficiency of all major indicators.

Now let's take a closer look at the types of financial analysis.

Types of financial analysis can be divided into several subgroups depending on the time frame and goals set: retrospective analysis. In this analysis, financial statements data for past periods are taken and analyzed; prospective (forward-looking) – based on previously obtained data, a forecast is made about the company's position in the future; operational financial and economic analysis – current analysis [3]

An analysis in which the results of activities for a specific period are studied – in this case, we take a separate period of interest to us and subject it to a comprehensive analysis.

Each of the types is used based on the task. If the task is to analyze which of the factors of current activity have the greatest impact on the financial situation, we will use operational analysis. If any discrepancies are detected, it is necessary to first find the period in which the discrepancies occurred, and then analyze this particular period.

Trend analysis is used for forecasting purposes. When using this method, each reporting item of the current period is compared with previous periods. As a result, the trend of movement of indicator values is determined. With this method, possible values of future indicators are formed. This method is very effective in conjunction with the method of economic coefficients, because it allows you to identify trends in their changes. In other words, a prospective analysis of indicators is carried out. And this, in turn, is the connection of analysis with forecasting.

If we need to identify individual factors that influence the performance indicator and identify the degree of their influence, factor analysis is used. In this case, the analysis of the impact of specific factors on financial results is carried out. This method also uses software tools to calculate the degree of influence of factors on the financial position of the organization.

As we can judge, the purpose of financial stability analysis is not so much to analyze the financial condition. But also to work systematically to improve it. In this capacity, analysis is one of the most important elements of the management system. Again, it should be noted that a lot depends both on the completeness of the analytical procedures themselves and on the human factor. After all, no matter how complete and accurate the reporting data is, the decisive moment is their correct interpretation.

The results of the analysis provide an answer to the question, what are the possible ways to improve the financial condition in a certain period of its activity.

List of used literature:

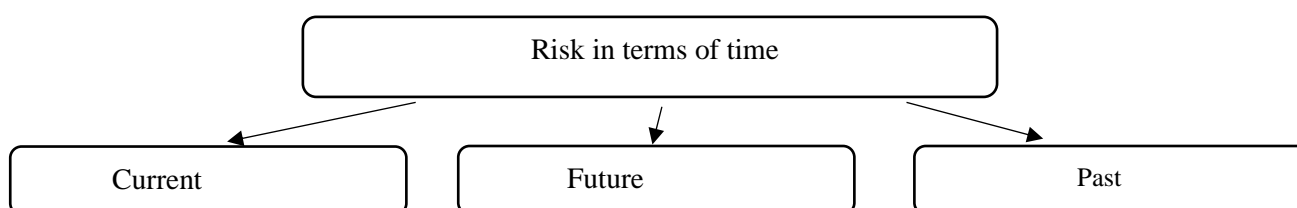
1. Dyusembayev K. S. «Analysis of financial statements» Textbook. – Almaty: Economics, 2009 – 366 p; 2. A.M. Karminsky, S.G.Falko, A.A.Zhevago Controlling. – M.: Finance and Statistics, 2014 – 336 c.; 3. I.T. Balabanov Financial analysis and planning. – M.: Finance and Statistics, 2017. – 213 S.; 4. Dzhanshanlo R.E., Andybaeva G.T. Analysis of the financial situation of the enterprise Textbook. Ed.LEM. 2015. 72S.

Omarkulova M. B. Ph.D. economy Sciences, Associate Professor
Kim E.R. undergraduate
Kazakh National Agrarian Research University, Kazakhstan, Almaty

Assessment and management of credit risk in financial organizations of Kazakhstan

Today banks carry out many new types of operations. Each of these operations is associated with a certain level of risk. Making these decisions is at the core of banking. Risks must be managed and kept within the financial capacity of the bank. To achieve these goals, banks develop a risk management policy. Risk management becomes very important for the bank. This is strategic management and planning. Thus, the bank ensures that the resources available to it correspond to the goals. Risk management becomes very important for the bank. This is strategic management and planning. Thus, the bank ensures that the resources available to it correspond to the goals. The main goal of strategic planning and management is the introduction of a new type of banking services in order to increase the volume of operations, the level of income and the market value of shares. The concept of risk has been known to mankind since ancient times. Because risk is an integral part of our life. By risk, we mean the inability to predict the probability of the occurrence or non-occurrence of an event with 100% accuracy. In the types of banking services characterized by a high level of risk, the bank develops a special decision-making mechanism in order to succeed. Banks determine the possible level of risk and calculate how much it justifies the profit, based on this, the bank prepares and implements measures related to identifying risks, changing them, controlling and reducing their level.

Banks are divided into internal and external, depending on the scale of creation or the impact of credit. External risk is a risk that does not depend on the actions of the bank or the client. Many factors affect the level of external risk. These are political, economic, demographic, social, geographical and many others. Internal risk may include risks associated with the activities of the bank and its customers. Internal risks include: the activities of the bank's management, the choice of an effective marketing policy and other factors. Looking at time, risks are divided into three: current, future and past. By analyzing past risks, we can mitigate current and future risks. The risks in these three periods are very closely related to each other. For example, if a loan is granted in the current period, the cost of defaulting on the loan will be reflected in the future. That is why it is important for the bank to spread the risk over time.



Obtaining detailed information about the risk in the credit assessment of banks is obtained as a result of calculating several indicators. Comparative indicators in the

assessment of banking risk are more qualitative information. For example, the coefficient of variation. And absolute indicators are used based on the expected results from the assessed object. VaR is a methodology for assessing the cost of risk. This indicator shows the largest amount of expenses for a certain interval. That is, the amount of VaR indicates the maximum amount of losses that an investor can incur at a certain level of probability within n days. The most basic parameters for calculating VaR are time and probability. VaR is a universal method for calculating the following risks: price risk, currency risk, credit risk, liquidity risk.

There are three ways to calculate VaR:

- parameter method;
- method of historical modeling;
- Monte Carlo method.

Credit risk management can be considered the most studied problem in the field of bank credit management. As a foreign bank credit management practice, I decided to consider US banks. In US banks, the credit committee is responsible for managing credit risk. Structurally, the Credit Committee consists of two departments - Credit Policy Department (CRESCO) and Credit Evaluation Department (CREVCO). CREVCO functions: identification and assessment of credit risk, preparation of credit policy in the bank, setting credit limits, assessment of the loan portfolio, setting criteria for diversifying the loan portfolio. One of its main important functions is the decision to repay the loan from income, that is, to recognize it as hopeless. In addition, this committee will recommend to CRESCO that changes be made to the bank's lending policy. These committees do not work on a permanent basis and are formed no more than once a month.

Currently, there are enough methods and methods for managing risks and assessing them. Therefore, risk management, analysis and evaluation are very important in a market economy. In banking, risk is the likelihood of events that will adversely affect a bank's earnings and capital. Risk is characterized by the probability of an adverse event. Such events include: loss of income, losses due to loan default. Many general and specific methods are used by banks in relation to credit management. In conclusion, any activity of the bank is associated with risk. With today's market changes and competition, only a bank that knows how to properly manage risk can cope.

List of used literature:

1. Banks and banking organizations in the Republic of Kazakhstan - Almaty: Lawyer, 2013. - 112 p.;
2. Iliysov K.K., Kulpybaev S. Karzhy - Almaty. 2016 -217 b.;
3. Rawls J. Theory of justice. - Novosibirsk, 2016 - P.245;
4. Seyitkasymov G.S. Aksha, nesie, banker - Almaty: Economics, 2019- 466 p.

Барабаш Л.В., канд. екон. наук, доцент
Уманський національний університет садівництва, Україна

Роль податкової системи у розвитку інновацій в Україні

Сучасний економічний світ спонукає до активного розвитку усіх учасників фінансово-економічних процесів, акцентуючи увагу на пріоритетності інноваційної діяльності. Проте не в кожній державі створено належне підґрунтя для ефективного функціонування інновацій. І не останнє місце у цьому відіграє податкова система країни.

Однозначно, що винахідники та раціоналізатори, які є джерелом інновацій, чутливі до змін у податковій системі. Зокрема – щодо переліку податків і зборів, якими вони оподатковуються, та величини податкових ставок. Саме останні доволі часто відіграють чи не основну роль у стимуляційній державній політиці, її ефективності й успішності функціонування економіки держави в цілому. «Якщо податки впливають на чистий прибуток і схильність до винахідництва, то вони можуть потенційно сприяти продукуванню ідей і, отже, стимулювати економічне зростання. Таким чином, податкова політика може сильно впливати як на рівень, так і на місцезнаходження інновацій. ... зміна кількості податкових пільг на рівні окремих регіонів може вплинути на національний розподіл інновацій» [1]. Тобто маємо цілком резонне зауваження щодо залежності між обраним видом і типом податкової політики та залученням до інноваційної діяльності якомога ширшого кола осіб. А оскільки податкова політика є своєрідним «пусковим механізмом» податкової системи, то мова йдеться, передусім, про ефективність і виваженість її побудови й означення базових цілей.

Підтримуючи в цілому колег, А. Хедлунд зазначає: «... як податкові ставки, так і податкова структура загалом дуже впливають на інновації. Зокрема, високі ставки прибуткового податку та неефективні податкові структури можуть перешкоджати інноваціям і спонукати підприємців переїжджати до районів із нижчими податковими ставками. ... ставки податку на прибуток впливають на якість інноваційних ідей, кількість стартапів і патентних заявок, де підприємці вирішують їх розмістити». При цьому вчений зазначає, що податкові системи, у яких функціонуватимуть низькі податкові ставки, користуватимуться більшою популярністю, аніж ті, де звужуватимуть податкову базу [2]. Проте у даному твердженні є й негативна сторона: широка система пільг і надто лояльна податкова система може спричинити зворотний очікуваному ефект, посприявши зниженню активності інноваційної діяльності внаслідок відсутності фінансового стимулу та конкуренції.

Цікавою є думка впливу податкової системи на розвиток інновацій у країні, яку висловили Р. Бірд і Е. Золт. Науковці зацентрували увагу на тому, що податкові системи різних країн, внаслідок технологічних змін, постають і перед вирішенням нових проблем, і перед прийняттям і врахуванням нових можливостей. Однак для країн, що розвиваються, властивими є складність умов і обмеженість ресурсів. А тому їм слід детально розглядати, як податкова система

держави чи певні податки функціонують у такому середовищі та чи потребують корегування [3]. Означені акценти дійсно є значимими для всіх країн, проте у країнах, що розвиваються є важливішими, адже неправильне реагування на зміну середовища може мати надзвичайно негативні наслідки.

Наразі вітчизняна податкова система не відповідає базовим засадам стимулювання інновацій. Серед її «переваг» – низька еластичність, високий рівень податкового навантаження та податкових ставок, відсутність можливостей регіонального впливу за значної кількості податків і зборів. Відтак рівень податкового стимулювання інноваційного розвитку на вітчизняних теренах є низьким і нездатним забезпечити необхідний поступ прогресу як по регіонах, так і в державі в цілому.

Саме тому, розглядаючи податкове стимулювання інновацій у вітчизняному фінансово-економічному просторі, варто сконцентруватися на податковому потенціалі території – як ключовому факторі вибудовування системи оподаткування. Остання ж, безумовно, має відображати загальну модель податкової системи держави та її вектор цільового спрямування. Дана стратегія стимулюватиме розвиток не лише інновацій, а й самих територій.

Беззаперечно, що, для створення інновацій потрібні час і матеріальні витрати, які традиційно є обмеженими. Як форма підприємництва, інноваційна діяльність спрямована на отримання результатів, тобто прибутку. Відтак мають бути чітко визначені об'єкт та база оподаткування, що підпадатимуть під категоріальне поняття «інновації», а також ставки податку на прибуток та податку на доходи фізичних осіб. Саме ці два критерії можуть вплинути на чистий прибуток виробника, а також на зацікавленість інвестора. І з цього ракурсу варто розглянути варіант прогресивних ставок податків – залежно від виду діяльності, обсягу доходу (прибутку) тощо.

Стимулюючий вплив податкової системи на розвиток інновацій має ключове значення для фінансово-економічного середовища держави, адже сприяє зростанню продуктивності праці, збільшення доходів населення та підвищенню рівня життя в країні. Однак важлива і розподільча функція податкової системи, що здатна створити широкий розподіл прибутків від інновацій за рахунок посилення конкуренції на ринку інноваційних послуг.

Список використаних джерел

1. Akcigit, U., Grigsby, J., Nicholas, T. & Stantcheva, S. (2022) Taxation and Innovation in the Twentieth Century. *Microeconomic Insights*, 5 April. URL: <https://microeconomicinsights.org/taxation-and-innovation-in-the-twentieth-century/> (дата звернення 25.10.2022);
2. Hedlund, A. How Do Taxes Affect Entrepreneurship, Innovation, and Productivity? (2019) The Center for Growth and Opportunity at Utah State University, Dec 23, 2019. URL: <https://www.thecgo.org/research/how-do-taxes-affect-entrepreneurship-innovation-and-productivity/> (дата звернення 25.10.2022);
3. Bird, R. M., & Zolt, E. M. (2008). Technology and Taxation in Developing Countries: From Hand to Mouse. *National Tax Journal*, 61(4), 791–821. <http://www.jstor.org/stable/41790481> (дата звернення 25.10.2022)

Бочарова Н.А., канд. ек. наук, доцент
Тихоненко О.С., здобувач вищої освіти рівня магістр*
Харківській національній автомобільно-дорожній університет,
Україна

Бюджетування як метод фінансового планування діяльності автотранспортного підприємства

В статті проаналізовано можливість впровадження в практику управління автотранспортними підприємствами (АТП) системи бюджетування як методу планування діяльності підприємства.

Бюджетування допомагає підприємству сприяти координації різних видів діяльності підприємства і забезпечує погодженість дій усіх структурних підрозділів підприємства. Бюджет може бути корисним інструментом впливу на діяльність керівників за рахунок спонукання їх діяти в напрямку досягнення головної мети підприємства. У зв'язку з цим набуває важливості питання у розгляданні бюджетування як методу фінансового планування показників діяльності підприємства.

Теоретичні та практичні дослідження фінансового планування висвітлювалися в роботах наступних вітчизняних вчених: Білої О.Г. [1], Ковальчука С.В. [2], Кудряшової В.П. [3], Надточія С.І. [4], Опаріна В.М. [5], П'ятничука І.Д. [6]. Не зважаючи на досить поширене висвітлення проблем бюджетування підприємств існує необхідність визначення функцій бюджетування на підприємстві, встановлення ефективності бюджетування та побудови алгоритму розробки методичних основ бюджетування. Необхідно розглянути бюджетування як метод фінансового планування та запропонувати розробку алгоритму методичних основ бюджетування.

Розвиток технологій фінансового планування призвів до широкого впровадження в практику управління підприємствами системи бюджетування. Бюджетування – це адаптована до динамічних ринкових умов система планування, обліку та контролю ресурсів і результатів діяльності комерційного підприємства по центрах відповідальності (сегментах бізнесу), яка дозволяє аналізувати прогнози та отримані економічні показники з метою управління бізнес-процесами [1-6]. Планування за центрами відповідальності означає, що зведений бюджет підприємства формується з часткових (функціональних) бюджетів.

Бюджетування як метод планування ґрунтується на таких принципах побудови системи бюджетів підприємства: принцип повноти, принцип обґрунтованості і реальності, принцип інтегрованості бюджетів за рівнями, принцип гнучкості, принцип економічності.

Ефективність бюджетування діяльності АТП полягає в узгодженості діяльності підрозділів автотранспортного підприємства та підпорядкуванню їх загальній стратегічній меті шляхом розробки для кожного підрозділу окремого

* Науковий керівник – Бочарова Н.А., канд. екон. наук, доцент

бюджету із унікальними параметрами діяльності. Така всебічність планування усіх сторін господарської діяльності підприємства забезпечує відображення бюджетних цілей та завдань АТП й одночасно створює єдину систему поточного контролю за досягненням запланованих фінансових показників для кожного підрозділу автотранспортного підприємства, що й становить принципову відмінність та перевагу методу бюджетування перед традиційною системою фінансового планування на підприємстві. Таким чином, бюджетуванням як особливою системою фінансового планування створюється комплексна система планування та контролю за фінансами. Бюджетування будується на загальних складових управлінських економічних систем, до яких належать:

1. Методологічна база планування, формування, реалізації та оцінки бюджету.

2. Облікова інформація, одержана від бухгалтерії та інших служб підприємства, що опрацьовується відповідно до методологічної бази і програмного забезпечення.

3. Організаційна складова, що включає внутрішній документообіг, пов'язаний з бюджетним процесом, постановку цілей, закріплення функцій і відповідальності за "центрами фінансової відповідальності", тобто підрозділами, що є структурними одиницями, з окремим бюджетом.

У першу чергу приймається рішення щодо виду бюджетів та щодо технології самої системи бюджетування на АТП. Визначальними при цьому є види бюджетів у системі – дискретні або ковзаючі (за методом складання) та статичні (тверді) або гнучкі (за методом регулювання). За цільовою орієнтацією розрізняють стратегічний і тактичний бюджети. Стратегічний бюджет – це план досягнення довгострокових цілей. Він втілюється як інвестиційний бюджет, тобто припускає чітке бачення інвестиційних перспектив.

Функції бюджетування на окремому підприємстві залежать від повноти і зрілості постановки процесу планування. У загальному випадку можна виокремити такі функції: визначення послідовності дій для досягнення поставлених цілей та кількісні характеристики цих дій (вартісні і натуральні); координація діяльності окремих підрозділів і служб узгодженням їх бюджетів; управління вартістю підприємства за допомогою розробки стратегічного бюджету; синхронізація та контроль грошових потоків для підтримки тривалої платоспроможності; оцінка діяльності підрозділів і структурних одиниць для розробки заходів по вдосконаленню управління підприємством.

Алгоритм розробки методичних основ бюджетування полягає в тому, що методичні основи бюджетування розробляють в певній послідовності. З початку на основі організаційної структури автотранспортного підприємства розробляють фінансову структуру АТП. З організаційних підрозділів (ланок) формують ЦФВ (Центри Фінансової Відповідальності АТП) та модель фінансової структури з використанням техніки та технології (наприклад, матричних проєкцій).

В бюджетуванні значну роль відіграє облікова політика автотранспортного підприємства. Тому завданням бухгалтерської служби будь-якого підприємства є розробка внутрішньої облікової політики. До її складу повинно входити:

формування організаційних основ ведення обліку підприємства, вибір принципів документування кожної господарської операції і методів оцінки майна, визначення методики і техніки ведення обліку на АТП. Після проектування фінансової структури підприємства необхідно здійснити підготовку структури статей бюджету, згідно запропонованій методиці. В процесі підготовки структури бюджетних статей описують і структурують статті планування й обліку всієї господарської діяльності АТП, у яких будуть здійснюватись ведення бюджетів доходів (витрат, виплат та надходжень, оприбуткування й відпустки, активів й пасивів (управлінського балансу підприємства) у виді класифікаторів або довідників.

При формуванні бюджетів автотранспортного підприємства визначають види усіх бюджетів, які необхідно скласти підприємству та кожному підрозділу, установлюють взаємозв'язки їхнього формування, рівні консолідації і їхньої внутрішньої структури на основі статей бюджетів усіх рівнів. Далі є розробка системи планування автотранспортного підприємства. Тут визначається порядок планування – від формування плану продажів підприємства до затвердження основного бюджету підприємства, і учасників процесу планування, регламентів їхньої дії, формату документів і термінів їхньої розробки, узгодження і затвердження.

На другому етапі результати всіх проведених робіт з бюджетування повинні бути формалізовані, тобто, закріплені в регламентних документах підприємства. Для цього всі етапи завершуються підготовкою відповідних Положень. З урахуванням специфіки підприємства перелік їх може відрізнитися. До основних з них відносять: Положення про фінансову структуру, Положення про облікову політику, Положення про бюджети, Положення про планування, Положення про центри фінансової відповідальності (ЦФВ). Серед різних статей бюджетів автотранспортного підприємства найскладнішими щодо їх визначення є витрати та розробка бюджетів витрат центрів відповідальності. Часто бюджети витрат АТП формують на основі фактичних витрат за минулий рік.

Таким чином, розглянуто поняття фінансового бюджетування та можливості його застосування як методу планування діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Біла О.Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. *Фінанси України*. 2007. №4. С. 112-118;
2. Ковальчук С.В., Форкун І.В. *Фінанси*. Львів: «Новий Світ». 2009. 568 с.;
3. Кудряшов В. П. *Фінанси*. Херсон: Олді-плюс. 2002. 352 с.;
4. Надточій С. І. Прогнозування та планування (бюджетування) грошових потоків підприємства як складові елементи системи управління ними. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2006. №11. С.60-65.;
5. Опарін В. М. *Фінанси (загальна теорія)*. К.: КНЕУ, 2005. 240 с.;
6. П'ятничук І.Д. Формування сучасного концептуального підходу до визначення поняття «система бюджетування». *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2509>

**Верета О.А., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

**Ознаки та чинники виникнення кризових ситуацій у діяльності
сільськогосподарських підприємств**

У сучасній літературі поняттям «криза на підприємстві» характеризують різні проблемні фактори у його діяльності: від простих перешкод у функціонуванні через організаційні негаразди до повної ліквідації підприємства.

Кризу слід розглядати як переломний момент у розвитку системи, що дає простір новому витку економічних змін. Будь-яка соціально- економічна система має дві тенденції свого існування:

- функціонування, що спрямоване на підтримку і збереження функцій, що визначають цілісність соціально-економічної системи, її якісну визначеність та сутнісні характеристики;
- розвиток - придбання нової якості, що змінює стабільність та умови функціонування соціально-економічної системи. Факторами розвитку є підвищення продуктивності праці, зміна характеру виробництва, впровадження нової технології, посилення мотивації діяльності тощо [1].

Причини виникнення криз можуть бути як зовнішніми (екзогенними), так і внутрішніми (ендогенними). Перші пов'язані з тенденціями і стратегією макроекономічного розвитку, конкуренцією та загальним станом світової економіки. Друга група причин пов'язана з ризикованою стратегією маркетингу, внутрішніми конфліктами, недоліками в організації виробництва, недосконалістю управління, інноваційною та інвестиційною політикою самого підприємства.

Криза у діяльності підприємства не виникає раптово, маючи як свої причини, так і зовнішні прояви. З'ясувати загальну причину виникнення кризи у діяльності підприємства можна шляхом проведення діагностики її ознак. Типовими ознаками кризи у сільськогосподарських підприємствах є: недостатність ресурсів, передусім, фінансових, та нераціональність управлінських рішень щодо їх використання й оптимізації [2]. Велике значення у розпізнаванні кризи має оцінка взаємозв'язку проблем на підприємстві. Оскільки загроза кризи існує завжди, важливо своєчасно помітити ознаки її виникнення на підприємстві та спрогнозувати наслідки. Подолання криз є керованим процесом, а успіх управління залежить від своєчасного розпізнавання передумов настання кризи (рис.).

Загальною причиною кризи у сільськогосподарських підприємствах є низький технологічний рівень виробництва. У порівнянні з розвинутими країнами світу, де сільське господарство розвивається з використанням досягнень біотехнологічних інновацій, сучасної техніки та комп'ютерних технологій управління, вітчизняна галузь сільського господарства використовує

* Науковий керівник – Ю.В. Пашенко, канд. екон. наук, доцент

як застарілу техніку (трактори, комбайни тощо), так і, частково, застарілі економічні відносини.



Рис. Основні передумови виникнення криз у сільськогосподарських підприємствах

На рівні суб'єктів господарювання зазначені недоліки економічних відносин спричинили такі ознаки кризових явищ: низька урожайність; скорочення посівних площ; низька продуктивність праці; низька фондозабезпеченість; ускладнення агрокліматичних умов; нераціональна структура землекористування; зниження ефективності використання залучених ресурсів та ін.

Саме налагодження антикризового управління на рівні підприємства як первинної ланки галузі, здатне забезпечити нейтралізацію кризових явищ на усіх рівнях управління.

Список використаних джерел:

1. Топій І.І. Теоретичний підхід до трактування поняття «криза» та виокремлення притаманних їй особливостей. *Економічний простір*. 2013. № 71. С. 84–91;
2. Головач К. С. Особливості кризи в сільськогосподарських підприємствах та антикризове управління. *Вісн. ЖНАЕУ*. 2014. № 1/2 (2). С. 193–202.

**Герасименко В.М. старший викладач
Національна академія Національної гвардії України, Україна**

Вплив інноваційного розвитку на фінансову стійкість підприємства

Необхідність інноваційного розвитку в Україні не підлягає сумнівам. Світові економічні тренди демонструють об'єктивну необхідність такого розвитку як передумови виживання підприємства у конкурентному середовищі. Для українських підприємств інноваційний розвиток є чи не єдиною передумовою їх виживання та потенційного виходу на світові ринки. У цьому контексті мова йде не лише про технологічні чи продуктові інновації, які в силу нестачі ресурсного забезпечення діяльності становлять неабиякі проблеми щодо реалізації, але й про управлінські, маркетингові та фінансові інновації. Поняття «інновація» включає чотири ключові компоненти: креативність; стратегія; реалізація; прибутковість. Саме розвиток фінансових інновацій може стати не лише дієвою передумовою для стійкого розвитку, але й в майбутньому забезпечить комплексний інноваційний розвиток підприємства, а тим самим і підвищить його прибутковість, що в ринкових умовах є головним каталізатором діяльності підприємства. Відносні показники фінансової стабільності показують чи підприємство фінансово стабільне та незалежне від джерел фінансування, оскільки воно адекватно фінансується.

Фінансова стійкість – це характеристика фінансового стану компанії, що відображає ступінь відповідності або невідповідності встановленого планового її типу для кожного етапу реалізації фінансової стратегії у сформованих і прогнозованих станах зовнішнього середовища. Фінансову стійкість підприємства можна зміцнити та покращити фінансовий стан в цілому шляхом підвищення інноваційної складової розвитку підприємства з метою збільшення довгострокового потенціалу і прибутковості діяльності на основі створення конкурентних переваг.

Отже вибір інструментів і засобів для забезпечення фінансової стійкості підприємства, набуває особливого значення, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалюються для їх реалізації. Тому управлінці повинні вміти чітко визначати основні параметри інноваційної політики та оптимізувати інноваційні управлінські схеми, включаючи моніторинг, контроль, оцінку результатів, попередження негативних наслідків.

Забезпечення інноваційного розвитку підприємства це один з найбільш актуальних орієнтирів, якій дає можливість організації стабільно функціонувати одержуючи достатній для розвитку і існування прибуток. Питання забезпечення фінансової стійкості є актуальним та важливим, оскільки дає змогу керівникам приймати ефективні управлінські рішення з вибору стратегії забезпечення фінансового розвитку підприємства і приведе до стабілізації економічного стану та покращення добробуту підприємства. Взаємозалежність цих економічних категорій не має сумніву.

Таким чином в умовах нестабільного економічного середовища фінансова стійкість підприємства знаходиться у сильній залежності від проведеної

інноваційної політики на підприємстві. Для виживання підприємства доцільно вжити заходів щодо стабілізації інноваційного розвитку шляхом своєчасного антикризового управління, стабілізування показників фінансової стійкості підприємства, запровадження інновацій, прийняття управлінських рішень щодо переходу підприємства на інноваційний тип розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера [Електронний ресурс] / И.А. Бланк – Режим доступу до ресурсу: <http://www.consensusaudit.ru/dic/blank/finansovaya-ustojchivost/>.
2. Герасименко В.М. Теоретико-методичне обґрунтування особливостей удосконалення стратегічного управління підприємств / В.М. Герасименко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2017. – Вип. 57. – С. 134 – 137. – Режим доступу: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i57.101595>
3. Кизим М.О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : Монографія. / М.О. Кизим, В.А. Забродський, В.А. Зінченко, Ю.С. Копчак – Харків: «ІНЖЕК», 2019. – 144 с.

Євдокімова М.О. канд. екон. наук, доцент
Жовтогарячий А.С. здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Ринок платіжних карток в Україні

Розвиток економіки характеризується поступовим звуженням сфери використання готівки та паперових платіжних документів, переходом до нових платіжних інструментів і сучасних технологій платежів. Електронні гроші широко використовуються в обігу і стають одним з основних інструментів фінансової інфраструктури нашої країни. Платіжні інструменти, як платіжні картки, смарт-карти та електронні гроші на сьогодні вже займають значний сегмент ринку. Спеціальний платіжний засіб (платіжна картка) – це платіжний інструмент, що виконує функцію засобу ідентифікації, за допомогою якого держателем цього інструмента ініціюється переказ грошей з відповідного рахунка платника або банку, а також здійснюються інші операції, передбачені відповідним договором [1].

Перелік банківських операцій та механізми готівкових і безготівкових розрахунків за допомогою платіжних карток в міжнародних та національній платіжних карткових системах включають багато елементів: банківський автомат самообслуговування (банкомат), еквайринг, емісія спеціальних платіжних засобів (емісія), емітент спеціальних платіжних засобів (емітент), імпринтер, корпоративний спеціальний платіжний засіб, мобільний платіжний інструмент, платіжна картка, платіжна схема, платіжний додаток, платіжний засіб, платіжний термінал, процесинг, спеціальний платіжний засіб.

Засади функціонування електронних платіжних засобів в Україні наступні: електронний платіжний засіб може існувати в будь-якій формі, на будь-якому

носії; емісія електронних платіжних засобів у межах України проводиться виключно банками, що уклали договір з платіжною організацією відповідної платіжної системи; платіжна організація відповідної платіжної системи визначає вид електронного платіжного засобу, що емітується банком; для ініціювання переказу в Україні можуть застосовуватися електронні платіжні засоби як внутрішньодержавних, так і міжнародних платіжних систем у порядку, встановленому Національним банком України [2].

Кількість карток, емітованих банками України, станом на початок 2022 року становила 89,1 млн шт., це на 21,3% більше, ніж на кінець попереднього року. Зростала кількість безконтактних платіжних карток, які використовувалися для здійснення операцій, їхня кількість збільшилася на 51,8% і склала 20,0 млн шт. карток. Загалом близько половини (43,2%) платіжних карток, які використовувалися для здійснення видаткових операцій, – це безконтактні картки. На сьогодні безконтактною є приблизно кожна друга активна платіжна картка.

Безконтактна оплата - це зручний і безпечний метод, який дозволяє користувачам купувати товари та оплачувати послуги, просто піднести карту до терміналу торгової точки. Карта може бути просто дебетовою, кредитною або смарт-картою, яка також відома як чіп-карта, заснована на технології NFC (зв'язок ближнього радіусу дії) або RFID. Безконтактні платежі надзвичайно зручні, тому що не вимагають підпису або PIN-коду [3].

Найбільша кількість платіжних карток емітована в міжнародній платіжній системі MasterCard (50,7 млн шт., або 56,9%). Друге та третє місця за кількістю емітованих платіжних карток посідають міжнародна платіжна система VISA (37,8 млн шт., або 42,4%) та Національна платіжна система “Український платіжний простір” (0,6 млн шт., або 0,64%). Частка інших карткових систем, які функціонують на території України, становила 0,04%. Лідерами за емісією карток є АТ КБ “ПриватБанк” (45,1% усіх емітованих карток), АТ “Ощадбанк” (16,6%) та АТ “Універсал Банк” (10,6%).

Упродовж 2021 року обсяг операцій (безготівкових та отримання готівки) із використанням платіжних карток й надалі збільшувався. Так, кількість операцій з використанням платіжних карток, емітованих банками України, досягла 7 817,1 млн шт., а їхня сума – 5 091,7 млрд грн. Це майже на третину більше, ніж у попередньому році. Кількість безготівкових операцій із використанням платіжних карток зросла на 35,1% (90,1% від загальної кількості), а сума – на 40,3% (60,9% від загальної суми операцій з картками). Водночас кількість операцій з отримання готівки з використанням платіжних карток зменшилася на 1,1%, а сума таких операцій зросла на 14,0% [4].

За травень 2022 року кількість операцій, безготівкових та отримання готівки, з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, в Україні та за її межами становила 637 млн, а їхня сума – 573,7 млрд грн. Якщо порівняти з довоєнним січнем 2022 року, кількість операцій зменшилася несуттєво (на 3,4%), водночас їхня сума зросла майже на третину (на 31,5%). За підсумками травня 2022 року загальна кількість емітованих платіжних карток в

Україні досягла 103,6 млн шт. це на 13% більше порівняно з довоєнним січнем 2022 року.

Інфраструктура для здійснення безготівкових операцій стабільно розширюється. Кількість платіжних терміналів у торговельній та сервісній мережах зросла на 13,7% – до 426,5 тис. шт., із них 393,6 тис. шт. (92,3%) – безконтактні термінали. Кількість платіжних терміналів у торговельній та сервісній мережах за останні п'ять років зросла майже вдвічі з 232,1 тис. шт. до 426,5 тис.шт. Наявний розвиток інфраструктури все ще недостатньою мірою забезпечує належний рівень використання платіжних карток та зменшення готівкових розрахунків. Кількість платіжних терміналів у розрахунку на 1 млн осіб в Україні зросла до 10,7 тис. од., це майже у 3 рази нижче за середньоєвропейський рівень. Найбільша кількість платіжних терміналів в АТ КБ “ПриватБанк” (57,2% усіх платіжних терміналів), АТ “Ощадбанк” (18,7%) та АТ “Райффайзен Банк” (9,0%).

Безготівкові операції, які були здійснені держателями карток у 2021 році становили 70%, а готівкові – 30%, тоді як у 2012 році безготівкові операції становили 17%, а готівкові – 83%, кількість безготівкових операцій суттєво зросла, що є безперечно позитивним, отже держателі карток стали активніше користуватися платіжними картками при оплаті за товари та послуги, що сприяє розвитку українського ринку безготівкових платежів.

Платіжна картка є інструментом безготівкових розрахунків. Безготівкові розрахунки є стратегічним напрямом розвитку банківської системи. Збільшення обсягів безготівкових розрахунків сприятиме зміцненню фінансової системи та економічному розвитку країни. Адже близько 220 млрд. грн. готівки перебувають в обігу, крім цього у населення, за різними оцінками, накопичено від 40 до 70 млрд. доларів США. Ці кошти можуть бути залучені в економіку і працюватимуть на її зростання [5]. Зручність та простота використання платіжних карток суттєво впливає на розвиток безготівкових розрахунків, але, в свою чергу вимагає знань щодо володіння технологіями їх використанні.

Для більш активного використання безготівкових розрахунків акцент необхідно робити на підвищенні фінансової обізнаності. Банки активніше повинні займатися фінансовою освітою з метою підвищення свого іміджу та ознайомлення клієнтів з новими банківськими продуктами, про існування яких більшість фізичних осіб навіть не знає. Так, “ПриватБанк” не тільки сам постійно навчається чомусь новому, а й ділиться знаннями з клієнтами. Тут діють освітні програми, в яких кожен може знайти щось цікаве для себе. “Юніорбанк” навчає школярів фінансовій грамотності та програмуванню. Топ-менеджери “ПриватБанку” проводять бізнес-семінари для підприємців. Водночас жоден банк не може самостійно впоратися з проблемою фінансової неграмотності населення. Просвітництво громадян – завдання не тільки банківських установ та вищих навчальних закладів, а й держави [6].

Необхідною умовою поширення використання в Україні платіжних карток є опанування вітчизняним ринком світових новацій у цій сфері. У складних кризових умовах вітчизняні банки роблять ставку переважно не на кількісне поширення платіжних карток в обігу, а на удосконалення якісної складової їх

використання для збільшення кількості операцій з уже емітованими картками.

Список використаних джерел:

1. Легкоступ І.І., Ваганова О.В. Ринок платіжних карток: стан, проблеми та перспективи розвитку в Україні / *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2019. Випуск 809. С.63-71.
2. Банківські операції: підручник / За ред. В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янської. – К.: Знання, 2016. – 727 с.
3. Бітнер І.В, В'язовий С.М. Визначення перспективних напрямків вдосконалення безготівкових розрахунків та їх стандартизація для українського ринку платежів / *Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку*. 2022. №1(4). С.62-69.
4. Офіційний сайт Національного банку України URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2021.pdf
5. Левицька Т.В. Особливості використання сучасних інформаційних технологій і платіжних пластикових карток у банківській системі / *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 10. С. 233-238.
6. Чайковський Я. Грошовий обіг в Україні: сучасний стан, проблеми та напрями удосконалення організації / *Монетарна політика*. 2018. №2(55). С. 108-122.

Жилякова О.В., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інноваційний розвиток страхового ринку: перспективи InsurTech

Страховий ринок є складовим елементом фінансової системи країни і є відокремленою частиною ринкової економіки. Сучасний стан ринку страхування вимагає від страховиків підвищення стандартів роботи через впровадження інноваційних продуктів.

Інноваційна складова страхового менеджменту завжди була неодмінним атрибутом розвитку страхового ринку, інновації щодо страхових продуктів, нових інструментів трансферу страхових ризиків, інвестування активів, управління персоналом завжди актуальні для страховика. Криза, що була викликана пандемією коронавірусної хвороби, згодом посилилась з початком військової агресії в Україні, що змусило страховиків впроваджувати інноваційні технології здатні забезпечити ефективну віддалену роботу за умов інформаційної безпеки. Якщо раніше більшість запроваджених інновацій зазвичай були нововведеннями для конкретного страховика, сьогодні InsurTech – це напрям інноваційної діяльності усього страхового ринку та є світовим трендом інновацій у страхуванні.

InsurTech як складова FinTech передбачає запровадження у страхову справу технологій машинного навчання, штучного інтелекту, розробок у сфері кібербезпеки, аналізу великих даних, технології блокчейн, інтернета та застосунків для смартфонів, які зараз активно використовуються на страховому ринку. Згідно з Глобальним опитуванням FinTech 22% страхового бізнесу,

бізнесу з управління активами мають перспективи зростання та відриву від інших учасників ринку внаслідок застосування фінансових технологій [1].

У сфері страхування позитивними можливостями, пов'язаними із практичним застосуванням технологічних інновацій, є: спрощення доступу до страхових послуг для жителів країн, що розвиваються, поліпшення залучення продавцями страхових послуг нових клієнтів, поява нових стартапів і компаній, удосконалення методів ведення бухгалтерії, стимулювання розвитку страхових продуктів, що реалізуються он-лайн, підвищення якості страхових послуг [2].

Сучасна економічна та політична ситуація додала до цих можливостей нові вимоги ринку, а саме необхідність обслуговування та пролонгації договорів страхувальників, які вимушено перебувають за кордоном, необхідність залучення нових клієнтів в умовах міграції населення.

Інновації в галузі страхування мають регіональний характер. Так, розробка та впровадження інструментів інновацій в основному здійснюються в США; інновації в медичному страхуванні знаходяться в центрі уваги в азійських країнах. Окремі InsurTech компанії знайшли успіх з P2P страхування та управління ризиками лише в деяких країнах Африки [1].

В Україні сформувалась тенденція до зростання популярності оформлення електронних полісів і договорів замість використання паперових носіїв, у тому числі з юридичними особами, підписання договорів за допомогою SMS-коду або ЕЦП, розширення електронних каналів продажу через сайти партнерів, банки, мобільні додатки, чат-боти та ін. Також спостерігається розвиток кабінетів самообслуговування для клієнтів, використання BigData та штучного інтелекту для підбору найкращих пропозицій для клієнтів.

Свого часу пандемія досить відчутно прискорила розвиток деяких напрямів InsurTech, виробив у споживачів звичку до онлайн обслуговування, в тому числі у страхуванні. Відповідно почали посилюватися темпами розвиватися пов'язані з цим технології.

Сформувалися два основні тренди взаємодії страховика з страхувальниками. Перший, який сформувався під впливом кризи COVID-19, мінімізація взаємодії клієнт-компанія, кількість та тривалість контактів прагне до мінімуму. Вирішенню цього завдання сприяє використання новітніх технологій, у першу чергу мобільних застосунків. Другий тренд – персоналізація страхового продукту, є складним завданням, пов'язаним з аналізом гігантських масивів інформації. Сьогодні це стає можливим завдяки сучасним розробкам у сфері розвитку штучного інтелекту та Big Data.

У масштабі світу та України зокрема InsurTech виглядає досить перспективною галуззю. За прогнозами аналітиків, глобальний ринок InshurTech до 2024 року досягне позначки \$21,7 млрд із середньорічним темпом зростання 36% [1]. Такі цифри включають і стартапи, які активно виводять на ринок свої продукти, та інвесторів, які вкладаються в їхній розвиток, та страховиків, які впроваджують нові рішення у свою роботу. Технологічна модернізація страхової галузі через пандемію не тільки не загальмувала, а й отримала потужний поштовх у розвитку.

Військовий стан посилив вплив дестабілізуючих чинників, який відчув страховий ринок під час пандемії. Загальна економічна криза та підвищення ступеня непрогнозованості зовнішнього середовища стали викликом для страхового ринку України.

Страховий бізнес та його розвиток тісно пов'язаний із рівнем соціально-економічного розвитку країни. В умовах економічного спаду в Україні, розвиток саме інноваційного бізнесу є одним із ключових факторів подолання стагнації та кризових проявів вітчизняної економіки. Інноваційний підхід у вітчизняному страхуванні на сьогодні є безальтернативною умовою виживання страхового бізнесу в умовах відкритого міжнародного страхового ринку. Вектором інноваційного розвитку для більшості суб'єктів страхового ринку повинен стати InsurTech, що підвищує актуальність та затребуваність наукових досліджень та розробок у цьому напрямку.

Список використаних джерел:

1. Blockchain. The internet revolutionised the way we exchange information. Blockchain is revolutionising the way we transact. [Electron resource]. – Access at: <https://www.pwc.co.uk/blockchain>; 2. Волосович С. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері//Економічний вісник університету. 2017. Вип. 33(1). С.15-22.

**Заславська О. І., канд. екон. наук, доцент
Ужгородський національний університет, Україна**

«Зелене» банківництво як чинник кліматичної стійкості

Не всі інновації стосуються технологій. Іноді суб'єктам господарювання достатньо переглянути свої пріоритети щодо реалізації бізнес-процесів. Зокрема, це стосується «зеленого» банківництва – нової тенденції, згідно з якою банки змінюють свої стратегії та діяльність, зосереджуючись на екологічно чистих технологіях і напрямках розміщення коштів [1].

Ця досить нова банківська філософія основана на усвідомленні зв'язку між поведінкою витрат і тим, як вони впливають на навколишнє середовище. Нині людство, як ніколи, усвідомлює цей зв'язок, що підтверджують статистичні дослідження. Зокрема, за даними американського дослідницького центру Pew Research близько 80 % споживачів готові змінити стиль життя, аби зменшити свій вплив на навколишнє середовище [2].

Гроші створюють суспільство, у якому ми живемо. Тому все зводиться до вибору, де зберігати гроші та куди їх вкладати. До прикладу, банк, маючи достатньо ресурсів для кредитно-інвестиційної діяльності вирішує між фінансуванням вугільної фабрики, що використовує інтенсивне використання палива, або вітрової електростанції з використанням чистої енергії. У свою чергу споживачі, витрачаючи гроші, також здатні приймати рішення щодо придбання більш безпечних для клімату товарів домашнього вжитку. Саме зміни у

сприйнятті споживачів є важливим кроком у боротьбі зі зміною клімату. Вплив на поведінку домогосподарств може кардинально переломити хід боротьби із глобальним потеплінням.

Стратегія «зеленого» банківництва має два основні аспекти.

Перший – це внутрішній екологічний аудит. На практиці цей підхід призводить до того, що банки вивчають варіанти зменшення свого впливу на навколишнє середовище за допомогою внутрішніх операційних змін, таких як перехід на відновлювані джерела енергії чи електронний документообіг.

Другий аспект екологічної банківської стратегії зосереджений на клієнтоорієнтованості. Одна справа – змінити бачення розвитку банку на рівні компанії, але здійснити вплив на клієнтів та переконати їх у необхідності свідомої зміни стилю життя – це зовсім інший масштаб роботи. Але ефект, який він матиме, може бути одним із найпотужніших інструментів для боротьби зі зміною клімату.

Банкам необхідно переосмислити роль, яку вони відіграють у житті своїх клієнтів. Банки не повинні бути тільки продавцями, посередниками на фінансовому ринку, вони повинні стати активаторами, лідерами думок, пропонуючи комплексний «зелений» ланцюжок створення вартості.

Основою цього ланцюга є прозорість:

1. Досягнення прозорості, надаючи клієнтам можливість обчислювати вплив на навколишнє середовище, для кожної транзакції, яку вони здійснюють.
2. Реалізація освітніх програми з фінансової та екологічної грамотності, щоб спонукати клієнтів до більш екологічних звичок витратити гроші.
3. Спрощення доступу до фінансових продуктів та послуг, які є «еко-дружніми».
4. Запровадження системи винагород клієнтам за зміни у їхніх фінансових та споживчих звичках через відповідні програми лояльності [4].

В Україні трансформація банківської справи та її орієнтація на екологічність розпочалася відносно недавно. Вагомий вплив на ці процеси здійснила Міжнародна фінансова корпорація (МФК), яка є однією з установ групи Світового банку. Активізація «зеленого» банківництва під егідою МФК найближчими роками буде реалізована через співпрацю з Національним банком України у рамках удосконалення законодавчих норм, а саме: розробки стратегій НБУ щодо «зеленого» та сталого фінансування; розробки стандартів сталого та «зеленого» фінансування в Україні; розбудови спроможності НБУ щодо включення аспектів Екологічного, соціального та корпоративного управління (ESG) до нормативно-правових актів про корпоративне управління у вітчизняних банках; розробки вимог щодо управління екологічними та соціальними ризиками у банках; обміну знаннями і розбудови спроможності НБУ; здійснення заходів із підвищення обізнаності для установ, що є об'єктами регулювання з боку НБУ [5].

Впровадження принципів екологічності на рівні законодавства та реалізація їх у діяльність установ різних галузей економіки є вкрай важливим глобальним завданням сьогодення. Зокрема, статистика останніх п'яти років показала, що тільки 60 найбільших приватних банків світу спрямували 3,8 трлн.

дол. США на проекти, пов'язані із видобутком вугілля, нафти та природного газу [3]. Як відомо, розширення промисловості викопного палива ризикує поставити під загрозу досягнення цілей Паризької кліматичної угоди.

Разом із тим останніми роками активно розвивається економіка, заснована на відновлюваній енергії. Оскільки переваги кліматичної стійкості та чистої енергії стають очевидними, все більше і більше банків будуть схильні вирішувати кліматичні проблеми, а не максимізувати прибуток.

Список використаних джерел:

1. 7 game-changing innovations that will re-boot banking. 2021. URL: <https://www.thalesgroup.com/en/worldwide-digital-identity-and-security/bank-payment/magazine/7-game-changing-innovations-will-re> (дата звернення 11.10.2022 р.); 2. Bell J., Poushter J., Fagan M., Huang C. In Response to Climate Change, Citizens in Advanced Economies Are Willing To Alter How They Live and Work. 2021. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2021/09/14/in-response-to-climate-change-citizens-in-advanced-economies-are-willing-to-alter-how-they-live-and-work> (дата звернення 11.10.2022 р.); 3. Engelen N. Curious About Green Banking? n.d. URL: <https://makechange.aspiration.com/green-banking/> (дата звернення 11.10.2022 р.); 4. Honzik M. The Green Banking Guide. 2022. URL: <https://ecolytiq.com/blog-the-green-banking-guide> (дата звернення 11.10.2022 р.); 5. НБУ та IFC будуть спільно розвивати «Зелене фінансування». 2021. URL: <https://finbalance.com.ua/news/nbu-ta-ifc-budut-spilno-rozvivati-zelene-finansuvannya> (дата звернення 11.10.2022 р.).

**Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Наскрізна змістова лінія «Підприємливість і фінансова грамотність» як складова сучасного економічного простору

Актуальність проблеми, щодо розуміння змісту категорії «фінансової грамотності» сучасними представниками держави, бізнесу та суспільства, полягає в тому, що результатом рівня такої обізнаності є загальний рівень добробуту (людини, родини, території, країни, людства). Першоджерелом знань середньостатистичної людини про «фінансову грамотність» є задачки з математики у початковій школі.

Водночас, в умовах ринку поряд з фінансовою грамотністю набуває важливості формування підприємницької компетентності починаючи зі школяра закінчуючи представниками всіх суб'єктів господарювання. Особливо в сучасних умовах розвитку світу, зокрема України. Характерними ознаками економічного простору сьогодення є, по-перше, значна динамічність стану розвитку (розвитку – як зміни певних характеристик, не завжди позитивних для світу) суб'єктів господарської діяльності в умовах цифрової економіки; по-друге, перманентність трендів розвитку суспільства в умовах глобалізації економіки; по-третє, суттєва зміна державної податкової політики і системи податків,

особливо в Україні у контексті європейської інтеграції; по-четверте, в умовах української євроінтеграції, трансформація фінансово-кредитних відносин. Далеко не останні топові характеристики сучасного простору.

Від рівня володіння знаннями про фінанси і про підприємливість в умовах перманентної трансформації економічного простору залежить результат досягнення сталості розвитку будь-якої країни на засадах інклюзивності, що передбачає врахування трьох базових складових: економічної, соціальної та екологічної.

Концепція інклюзивного розвитку ґрунтується на врахуванні таких економічних явищ, як економічне зростання, бідність, нерівність доходів і можливостей доступу до ресурсів, ринків. Індекс інклюзивного розвитку (ІІР; англ. Inclusive Development Index) [1], розроблений та представлений у доповіді Світового економічного форуму як альтернатива показнику ВВП, є ефективним кількісним виміром процесів, що характеризують інклюзивність економічного зростання. Цей індекс є агрегованим показником, який сформовано на основі трьох груп показників: економічного зростання та розвиток країни (ВВП на душу населення, продуктивність праці, тривалість життя та зайнятість); інклюзивності та нерівності (GINI-розподіл чистого доходу, GINI-розподіл багатства, рівень бідності та середній дохід); рівності можливостей між поколіннями та сталості (скориговані чисті заощадження, викиди CO₂ / ВВП, державний борг і коефіцієнт демографічного навантаження) [2].

Так, Бахмат Н. дає таке визначення: «фінансова грамотність – це сукупність базових знань у галузі фінансів, банківської справи, страхування, а також бюджетування особистих фінансів, які дозволяють особистості правильно підбирати необхідний фінансовий продукт чи послугу, оцінювати фінансову ситуацію в сім'ї, брати на себе фінансові зобов'язання та оцінювати пов'язанні з ними ризики, накопичувати заощадження та визначати сумнівних (шахрайських) схем щодо інвестування власних коштів та заощаджень» [3].

Андрійчук В. зазначає, що «фінансова грамотність – це вміння людини розпоряджатися власними коштами, володіти основними фінансовими знаннями, що дозволить раціонально приймати фінансові рішення» [4].

Козакевич А. стверджує, що «більше 50% українців не займаються питаннями планування сімейного бюджету та здійснюють витрати хаотично, не задумуючись про можливість формування заощаджень» [5]. Тоді як середній рівень заробітної плати в Україні у січні 2022 року склала 14 577 грн. (за курсом НБУ 410 Євро), або лише 21 % рівня середньоевропейського (1 903 Євро станом на березень 2021 року) [6]. Водночас глобалізаційні процеси призводять до однакового рівня світових цін на більшості території світу на паливно-енергетичні ресурси, на м'ясо-молочну продукцію, на яйця, на рибу, на напої (каву, чай) тощо. Тому українцям просто не залишається коштів на «формування заощаджень».

Також авторка додає відносно низького рівня знань населення щодо фінансових питань, «що проявляється у використанні головним чином простих банківських послуг, не знанні своїх прав як споживачів фінансових послуг і загальній недовірі фінансово-банківським установам» [5]. Але, насправді,

українці за останні 25 років більше 5-ти разів за одну ніч ставали біднішими в наслідок «банківських ігор» з курсом валют. До того ж, з 117 комерційних банків (станом на 1.01.2016 року), наразі працює 67 банків (станом на 1.09.2022 року) [7]. Більшість комерційних банківських установ пройшли процедуру банкрутства і тому багато українців втратили свої заощадження.

Отже, головна проблема не в обізнаності населення, особливо українського, яке навіть може давати поради, а в тому, що починаючи зі шкільних задач зміст «фінансової грамотності» зводиться переважно до розуміння фінансових послуг, до таких інструментів як кредит, депозит, заощадження, до особистих фінансів, до зберігання та інвестування вільних коштів. Начебто фінансово обізнана людина завжди буде мати заощадження (вільні кошти), вміти їх примножувати, переважно пасивно, в чому допоможе, чомусь, або банк, або фондовий ринок (ринок цінних паперів). Саме в останньому і полягає спотвореність знань. Головне, в більшості існуючих дослідженнях не згадується, наприклад, про податкову систему (про важливість сплати податків та про їх призначення та розподіл); про механізми ціноутворення; про важливість державного регулювання; про основи управління якістю продукції (зокрема якість освіти); про екологічну безпеку на шляху до «фінансового збагачення»; про механізми управління ризиками, а не «взяттям на себе»; про шляхи створення та справедливого розподілу національного багатства; про рівень доступу до ресурсів. Також у згаданих дослідженнях ми не знайшли інформацію про реальні цілі комерційних банків; про принципову відмінність національних і іноземних як інвестицій, так і інвесторів; про інші важливі речі, які необхідні для досягнення сталого розвитку за рахунок фінансової обізнаності.

Список використаних джерел:

1. The Inclusive Development Index 2018. Summary and Data Highlights. World Economic Forum. 2018. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf (дата звернення 13.10.2022).
2. Цапко-Піддубна О. І. Принцип інклюзивності у сучасних концепціях економічного зростання. *Проблеми економіки*. 2018. № 3 (37). С. 29-36.
3. Бахмат Н.В. Формування основ фінансової грамотності молодших школярів на уроках математики в новій українській школі. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. Випуск 31 (2-2021). Категорія «Б». DOI: <https://doi.org/10.32626/2309-9763.2021-31-107-122>.
4. Андрійчук В. Навчання фінансової грамотності учнів початкової школи: міжнародний досвід. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика* (Серія: педагогічні науки). Вип. № 1 (66), 2021. DOI: [10.28925/1609-8595.2021.1.10](https://doi.org/10.28925/1609-8595.2021.1.10);
5. Козакевич А.С. Формування підприємливості та фінансової грамотності як фундамент економічної освіти дітей шкільного віку. *Економіка та суспільство*. Вип. № 38/2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-43> (дата звернення 13.10.2022).
6. Міністерство фінансів України. Середня зарплата в Україні. Середня зарплата в Європі. URL: <https://minfin.com.ua/> (дата звернення 13.10.2022).
7. Національний банк України. Кількість банків в Україні (2008-2022). URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic> (дата звернення 13.10.2022)

**Крамаренко К. М. канд. екон. наук, доцент
Національна академія Національної гвардії України, Україна**

Фінансові інновації як фактор економічного розвитку

В сучасних умовах фундаментом соціально-економічного розвитку є інновації, які наразі торкаються усіх сфер діяльності як окремих громадян, так і фінансового, підприємницького та державного секторів. Особливу роль відіграють фінансові інновації.

Фінансові інновації виникають і використовуються у випадку, коли традиційні фінансові рішення недоступні, а також за умови економії витрат з їх впровадженням. Фінансові інновації досить різноманітні, і їх прийнято класифікувати за різними ознаками. Зокрема, їх можна згрупувати так: продуктові інновації (нові фінансові інструменти, контракти, прийоми і ринки); процесні інновації (інновації, пов'язані із вдосконаленням процесів розміщення цінних паперів, здійснення розрахунків за операціями чи оцінки активів); інновації перенесення ризику (виникають у результаті трансформації різних інструментів для отримання нових інструментів з іншими характеристиками ризику) [1].

Підґрунтям розвитку фінансових інновацій можна визначити ринкові фактори, зокрема конкуренцію, яка стимулює зниження трансакційних і операційних витрат, а також політику держави у сфері фінансів, а саме наявність стратегії стимулювання інновацій та відповідних програм.

Фінансові інновації виникають і впроваджуються у певному сприятливому середовищі, яким на сьогодні є фінансові екосистеми. Уперше термін «бізнес-екосистема» з'явився десь у 1993 р. Бізнес-екосистема розглядалася як середовище діяльності компанії, яке включає різні галузі промисловості. Такі екосистеми поширювалися з розвитком інформаційних та цифрових технологій і відповідно набули різних форм, розмірів та різновидів [2].

Стратегія розвитку фінансового сектору до 2025 р., основними елементами фінансової екосистеми на національному рівні визначає провайдерів фінансових послуг; інфраструктуру та технології; регуляцію та контроль, який здійснюють державні інституції; експертизу, яку можуть здійснювати учасники фінансового ринку та державні інституції, які своїми сервісами та рішеннями створюють підґрунтя для професійного розвитку учасників екосистеми [3].

Розвиток фінансової екосистеми ґрунтується на сучасних інноваційних технологіях. Серед провідних фінансових інновацій виділяють такі: фінансові технології (Fintech), що застосовуються для оптимізації управління відповідними бізнес-процесами завдяки застосуванню спеціалізованого програмного забезпечення, додатків, процесів тощо; цифровий банкінг, який починає сприйматись переважною більшістю клієнтів як стандартна послуга; спеціалізовані сервіси з кредитування фізичних осіб та малого бізнесу через автоматизовані платформи (Digital disruption); штучний інтелект та машинне навчання (AI And Machine Learning); блокчейн як технологія, що забезпечує

контроль отримання даних і можливість уникнути людського фактора та пов'язаних ризиків; робоча сила з інноваційними знаннями та здатністю постійного розвитку [4].

Головний фактор у розвитку фінансових екосистем – розвиток ІТ-технологій. Сьогодні важливим інструментом розвитку фінансових екосистем є штучний інтелект. Так, чат-боти, віртуальні помічники вже використовуються для інформування клієнтів, здійснення фінансових операцій, оцінювання кредитоспроможності, визначення ризиків. Це допомагає скорочувати витрати на аналіз великого обсягу інформації.

Інформаційно-комунікаційні та цифрові технології значно спрощують контрольно-облікові та управлінські процеси, забезпечують високий рівень точності і захисту інформації. Діджиталізація обліку та фінансового забезпечення створить єдиний інформаційний простір і покращить якість управління і функціонування у різних сферах. Процеси цифрової трансформації фінансів та обліку підвищують вимоги до фахівців фінансистів. Так, акцент у роботі зміститься з виконання технічних функцій з обробки документів на питання, що вимагатимуть власного судження щодо правильної класифікації та інтерпретації подій, оцінки, формування облікової політики, аналітики та прогнозування, механізмів внутрішнього контролю тощо [5].

Впровадження фінансових інновацій в Україні супроводжується певними труднощами. Сфера фінансів є однією з найбільш регульованих через високий рівень ризиків. Відтак для державного регулювання фінансової діяльності важливо вчасно реагувати на тенденції в розвитку технологій. Проте позитивний ефект від використання фінансових інновацій дозволить підвищити показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Колінець Л.Б. Фінансові інновації як чинники трансформації світового фінансового порядку. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 15. С.28 – 32. URL : https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/5.pdf (дата звернення: 03.10.2022).
2. Маслій Н.Д., Задорожнюк Н.О., Жаданова Ю.О. Дослідження сутності та структури фінансової екосистеми. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип.5 (22). С. 171 – 174. URL : http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/5_22_ukr/32.pdf (дата звернення: 04.10.2022).
3. Стратегія розвитку фінансового сектору до 2025 року. URL : https://bank.gov.ua/file/download?file=Strategy_FS_2025.pdf (дата звернення: 04.10.2022).
4. Пономаренко І., Рудюк Л. Діджиталізація фінансового сектору. *Маркетинг в Україні*. 2020. № 3 (119). С. 48–52. URL : <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17662/1/Ponomarenko.pdf> (дата звернення: 04.10.2022).
5. Крамаренко К.М., Шаповал О.А. Напрями цифрової трансформації обліково-фінансової діяльності бюджетних установ. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10011> (дата звернення: 04.10.2022).

**Малій О. Г. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Управління ризиками при здійсненні банківської кредитної діяльності

Успішна діяльність банку в цілому великою мірою залежить від обраної стратегії управління ризиками. Основний ризик, з яким банки найчастіше зіштовхуються в процесі своєї діяльності є кредитний ризик. Зростання обсягів прострочення платежів за наданими кредитами, збільшення частки негативно класифікованих кредитів, відсутність належних джерел залучення стабільних банківських ресурсів обумовлює актуальність дослідження питань управління ризиками при здійсненні кредитної діяльності.

Ризик є іманентною ознакою банківської діяльності, оскільки готовність банків брати на себе ризики під час здійснення кредитних, валютних операцій, фінансування інноваційних проектів є основою їх розвитку.

Управління кредитним ризиком є суттєвим для визначення попереджувальних ознак вразливості банку. Базельський комітет із банківського нагляду BCBS визначає кредитний ризик як потенційну можливість невиконання позичальником або контрагентом банку своїх зобов'язань відповідно до погоджених умов [5].

Управління кредитним ризиком рекомендують здійснювати на двох рівнях, відповідно до причин його виникнення — на рівні кожного окремого позичальника та на рівні кредитного портфеля в цілому.

Основними причинами виникнення кредитного ризику на рівні окремого позичальника є нездатність позичальника до створення адекватного грошового потоку, ризик ліквідності застави, моральні та етичні характеристики позичальника.

До чинників, які збільшують ризик кредитного портфеля банку, належать - надмірна концентрація, надмірна диверсифікація, структура портфеля, якщо він сформований лише з урахуванням потреб клієнтів, рівень кваліфікації персоналу банку.

Методи управління кредитним ризиком на рівні окремого позичальника включають: оцінку кредитоспроможності позичальника [2]; аналіз та оцінку кредиту; структурування позики; документування кредитних операцій; контроль за наданим кредитом та станом застави.

Кількісна оцінка кредитного ризику окремого позичальника проводиться в процесі розгляду кредитної заявки позичальника, на протязі моніторингу кредитної операції, а також в процесі розгляду необхідності і можливості зміни умов кредитування. Склад кількісної оцінки кредитного ризику індивідуального позичальника складається з визначення його кредитоспроможності. Процес визначення кредитоспроможності складається з оцінки ймовірності виконання позичальником умов кредитного договору. Банк, маючи систему класифікації позичальників застосовує її на момент прийняття рішення щодо надання кредитів. Після надання кредиту клас позичальника оновлюється на основі нової фінансової інформації.

Присвоєння позичальнику категорії і визначення рівня ризику дають можливість банку групувати надані кредити в класи ризику і здійснювати моніторинг кредитних ризиків на рівні портфеля кредитів.

До методів управління ризиком кредитного портфеля банку належать: диверсифікація; лімітування; страхування; створення резервів для відшкодування втрат за кредитними операціями банків.

Основними з найдієвіших методів мінімізації ризиків є метод диверсифікації, сутність якого полягає у розподілі кредитного портфеля серед широкого кола позичальників, які відрізняються один від одного як за характеристиками (величина капіталу, форма власності), так і за умовами діяльності (галузь економіки, географічний регіон) [2]. Диверсифікація здійснюється за допомогою розпорошення кредитного ризику для уникнення концентрації, проте не зводить його до нульової позначки в результаті дії зовнішніх чинників, які не залежать від вибору конкретних контрагентів за операцією чи галуззю [1].

Метод лімітування полягає у встановленні максимально допустимих розмірів наданих кредитів, що дозволяє обмежити ризик. Лімітування – застосовується для операцій, які можуть знаходитись в зоні катастрофічного та критичного ризику, тобто рівень кредитного ризику по яких виходить за межі припустимого для банку.

Метод страхування – це ефективна система щодо зменшення впливу кредитних ризиків, що передбачає такі варіанти: самострахування, яке активно впроваджувалось через формування та використання резервів по кредитних операціях та страхування, за яким страхувальник шляхом сплати премії забезпечує собі або третій особі, в разі настання події, обумовленої договором, суму виплати страховиком, який утримує певний обсяг відповідальності.

Створення резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків як метод управління кредитним ризиком полягає в акумуляції частини коштів, які надалі використовуються для компенсації неповернених кредитів.

До додаткових методів включають: хеджування, яке здійснюється через фінансові інструменти типу опціонів, ф'ючерсів, форвардів, свопів з метою мінімізації кредитного ризику, використовується як превентивний метод мінімізації ризику; комплаєнс-контроль, що забезпечує контроль за дотриманням банком нормативних актів України, внутрішніх процедур, правил і політик, введених в банку і основних морально-етичних принципів ведення бізнесу; розподіл ризику між іншими контрагентами (консорціумне кредитування).

В процесі управління менеджмент банку повинен брати до уваги, що кредитний ризик має певні особливості.

По-перше, оцінка кредитного ризику містить більше суб'єктивізму порівняно з іншими фінансовими ризиками. Кредитний ризик має індивідуальний характер, пов'язаний з кожним конкретним позичальником. Крім того, елемент суб'єктивізму містить й оцінка фінансового стану та моральних якостей позичальника, що здійснюється кредитором.

По-друге, для аналізу кредитного ризику не можуть бути застосовані методи статистики чи теорії ймовірності, широко використовувані для оцінки інших ризиків. Кредитний ризик унаслідок переважання індивідуальної складової погано описується поняттям статистичної сукупності, тому в процесі оцінювання кредитного ризику перевагу слід віддавати не статистичним прийомам, а індивідуальній роботі з позичальником (індивідуальні бесіди з потенційним позичальником, відвідування підприємства, аналіз загального стану галузі, в якій працює позичальник).

По-третє, кредитні ризики тією чи іншою мірою супроводжують всі активні операції банку, тому потреба в оцінці кредитного ризику виникає в банку постійно. До того ж власне кредитні операції супроводжуються не лише кредитним, а й іншими ризиками - відсотковим, інфляційним, валютним та ін. Отже, в процесі управління слід чітко відрізнити кредитний ризик, пов'язаний з неповерненням основної суми боргу та процентів, від інших видів ризику, бо до них застосовуються різні методи управління.

Нині, в умовах кризи, банкам важливо створювати власну комплексну систему управління ризиками, що забезпечує виявлення, вимірювання, моніторинг, контроль і пом'якшення кредитного ризику як на індивідуальній, так і на портфельній основі. Обрані банком методики мають максимально враховувати індивідуальні особливості та втілювати диференційований підхід до оцінки кредитного ризику, адже показники, за якими оцінюється діяльність одних позичальників, можуть бути неприйнятними для інших. Однак мінімальний рівень уніфікації методики оцінювання кредитного ризику є необхідним, що допоможе банкам розробити власну систему підтримки управлінських рішень з надання позичок і забезпечить відповідний рівень якості кредитного портфеля банку.

Список використаних джерел:

1. Дзюблюк О.В., Прийдун Л.М. Кредитний ризик і ефективність діяльності банку: монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. 295 с.;
2. Малій О.Г. Використання багатофакторного дискримінантного аналізу в процесі оцінювання кредитоспроможності. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип.185. С.259-268;
3. Постанова Правління НБУ "Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями" від 30.06.2016 № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#n33>;
4. Постанова Правління НБУ "Про затвердження Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах" від 11.06.2018 № 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18>;
5. Cai, R., Zhang, M. (2017). How Does Credit Risk Influence Liquidity Risk? Evidence from Ukrainian Banks. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*, 241, 21-33. URL: <https://doi.org/10.26531/vnbn2017.241.021>.

**Мандич О.В., д-р екон. наук, професор,
Микитась А.В., д-р екон. наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Фінансова архітектоніка: особливості формування та імплементації стратегій в сучасних реаліях

Існуючі умови невизначеності у фінансовій системі нашої країни з точки зору суб'єктів бізнесу спонукають до створення нової парадигми стратегічного управління у підприємницькій діяльності. Більшою мірою, проблеми, які є превалюючими сьогодні у виробничо-комерційній діяльності, пов'язані зі складнощами ведення бізнесу за існуючими моделями довгострокового досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності. Існуючі результативні моделі, зокрема, довгострокова співпраця з контрагентами, довгострокове планування та прогнозування, довгострокові контракти та, загалом, існуючі господарські механізми у виробництві та реалізації товарів, втрачають сенс через наявність, в першу чергу, факторів впливу із зовнішнього середовища.

Особливості розвитку бізнесу в існуючих реаліях мають всі необхідні передумови для забезпечення створення оновлених моделей стратегічного управління. Однією з компонентів такої моделі виступатиме генерування оновленої моделі фінансової архітектоніки. Крім того, необхідно відзначити, що побудова фінансової архітектоніки для окремих сфер бізнесу в Україні вимагатиме пошуку моделей та сценаріїв активної та проактивної ринкової поведінки. Формування фінансової архітектоніки бізнесу повинно відбуватись за скороченою процедурою (у часі), але в будь-якому разі алгоритмізація не має виключати базові етапи: генерування, імплементацію та реалізацію.

Ідея побудови фінансової архітектоніки для бізнесу базується на залученні кейс-моделювання та сценарного підходу у прогнозуванні. Більш того, саме на стадії генерування фінансової архітектоніки головною особливістю сучасної парадигми має стати залучення новітніх фінансових інструментів до моделювання сценаріїв та кейсів. Представлені моделі (сценарії та кейси) мають перевагу – вони надають можливість запровадження організаційних та стратегічних змін з метою швидкої адаптації загальної стратегії компанії до змін зовнішнього середовища, а також нівелювання негативних факторів впливу.

Список використаних джерел

1. Staverska T., Kashchena N., Zhyliakova O. Financial diagnostics as instrument for promoting sustainable development of the enterprise in a crisis conditions *Professional competency of modern specialist: means of formation, development and improvement: monograph*. Warsaw: BMT Eridia Sp .z o.o., 2018. P. 383-398;
2. Малій О.Г. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*, 2018. Вип.193. С. 247-256;
3. Фінансові механізми антикризового управління: сучасні реалії та стратегічні орієнтири: колективна монографія / За заг. ред. А.С. Крутової – Х.: Видавець Іванченко І.С., 2018. – С.5-20.

**Петканич М.-В. М., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна**

Інтеграція штучного інтелекту у діяльність банківських установ

Протягом останніх десятиліть банки постійно адаптували останні технологічні інновації, щоб змінити спосіб взаємодії клієнтів з ними. У 1960-х роках банки запровадили банкомати, а в 70-х – електронні платежі за допомогою карток. У 2000-х роках відбулося широке впровадження цілодобового онлайн-банкінгу, в 2010-х – мобільного банкінгу, а в 2020-х – штучного інтелекту.

Штучний інтелект (ШІ) надає банкам переваги цифровізації та допомагає їм протистояти конкуренції з боку гравців FinTech. Згідно зі спільним дослідженням, проведеним Національним інститутом бізнес-досліджень США і Narrative Science у 2020 році, близько 32% банків уже використовують технології штучного інтелекту, такі як прогнозна аналітика, розпізнавання голосу та інші, щоб мати конкурентну перевагу на ринку [3].

Запровадження ШІ в банківській справі стає все більш поширеним: якщо в 2020 р. банки інвестували в ШІ 3,88 млрд. дол. США, то в 2021 р. цей показник вже становив 5,94 млрд. дол. США, а за прогнозами він може досягти 64,03 млрд. дол. США до 2030 року [3].

Українські банки використовують ШІ для надання кращих послуг клієнтам та вдосконалення бізнес-процесів, включаючи автоматизацію, обробку мови та аналіз виробничих даних [1, 2, 4]:

1. Банк Форвард застосовує технологію ШІ для продажів банківських продуктів в телефонному режимі.

2. ПУМБ адаптував ШІ під роботу чат-ботів, які допомагають виконувати численні ручні завдання з підвищеною точністю, скороченням часу обробки та відповіді та економічною ефективністю, а також звільняють працівників для більш кваліфікованої роботи.

3. Райффайзен Банк використовує машинне навчання для перевірки сплати податків при обробці зарплатних платежів, що пришвидшує операційні процеси банку.

4. Monobank за допомогою ШІ прогнозує кредитні ризики та визначає платоспроможність клієнтів.

5. Альфа-Банк має чат-бот «Алла», який закриває більше половини звернень клієнтів. Також «Алла» вміє розпізнавати клієнтів за голосом, що підвищує якість комунікації й посилює безпеку клієнтів.

6. РадаБанк використовує ШІ в рекламних кампаніях з метою надання найбільш персоналізованих пропозицій для конкретної цільової аудиторії.

7. Ощадбанк зменшив навантаження на контакт-центр банку за допомогою впровадження динамічного IVR і попередньої діагностики платіжної картки, що формує індивідуальний перелік сервісів для клієнта.

* Науковий керівник – О. І. Заславська, канд. екон. наук, доцент

8. ПриватБанк виявляє клієнтів, які ризикують стати жертвами шахраїв, і ШІ телефонує або відправляє повідомлення таким клієнтам з порадами, як не потрапити на гачок аферистів.

Впровадження ШІ сприяє реалізації трьох головних результатів роботи банків: збільшенню доходів за рахунок підвищення персоналізації послуг для клієнтів (і співробітників); зниженню витрат завдяки підвищенню ефективності, вищій автоматизації, зменшенню рівня помилок і кращому використанню ресурсів; відкриттю нових та раніше нереалізованих можливостей, заснованих на покращеній здатності обробляти та генерувати ідеї з величезних масивів даних.

Трьома основними каналами, за допомогою яких банки можуть використовувати штучний інтелект для економії коштів, є фронт-офіс (розмовний банкінг), мідл-офіс (виявлення шахрайства та управління ризиками) і бек-офіс (андеррайтинг).

Банки використовують алгоритми на фронт-офісі, щоб згладити ідентифікацію та автентифікацію клієнтів, імітувати живих співробітників за допомогою чат-ботів і голосових помічників, поглибити відносини з клієнтами та надавати персоналізовану інформацію та рекомендації.

Також ШІ впроваджують для виявлення та запобігання шахрайству з платежами, покращення процесів боротьби з відмиванням грошей (AML) і проведення нормативних перевірок за принципом «знай свого клієнта» (KYC).

ШІ може прогнозувати аналітику в банках, тестувати величезну кількість даних для пошуку шаблонів, угруповань і кореляцій. Машинне навчання здатне покращити такі процеси, як моделювання ризиків, біометрична ідентифікація або кредитний андеррайтинг [5].

Процес оцінки ризиків під час надання позик вимагає як точності, так і конфіденційності. Це дуже складний і критичний процес. ШІ здатний спростити цей процес, аналізуючи відповідні дані потенційного позичальника. Штучний інтелект спроможний поєднувати та аналізувати дані, пов'язані з останніми транзакціями, ринкові тенденції та останні фінансові дії для визначення потенційних ризиків у наданні позики.

Розвиток штучного інтелекту сприяє автоматизації багатьох процесів банку, що в свою чергу зменшує витрати та підвищує результативність роботи установи. ШІ покращує ефективність роботи співробітників та їхню взаємодію з клієнтами за допомогою голосових помічників та використання чат-ботів.

Таким чином, штучний інтелект глибоко проник у діяльність банківських установ. Він допомагає банкам здійснювати краще обслуговування клієнтів, створювати нові продукти, збільшувати прибутки, мінімізувати помилки та шахрайство, підвищити рівень безпеки та приймати найкращі управлінські та фінансові рішення. Наступні кілька років є вирішальними для будь-якого банку, який прагне бути конкурентоспроможним та закріпитись на ринку, адже без впровадження технології штучного інтелекту цього буде важко досягти традиційними методами.

Список використаних джерел:

1. Більше грошей, безпеки та довіри клієнтів: як банки використовують штучний інтелект. URL: <https://banker.ua/uk/projects/banki-shtuchnij-intelekt/> (дата звернення 11.10.2022); 2. Контакт-центр Ощадбанку першим реалізував функцію попереднього визначення можливого звернення клієнта. URL: <https://nabu.ua/ua/kontakt-tsentr-oshchadbanku-pershim-realizuvav-funktsiyu.html> (дата звернення 08.10.2022); 3. ШІ на ринку банківських послуг за компонентами, розміром підприємства, додатками та технологіями: аналіз глобальних можливостей та галузевий прогноз, 2021-2030 рр. URL: <http://surl.li/dicos> (дата звернення 08.10.2022); 4. Штучний інтелект замінить колцентри банків. URL: <https://finclub.net/ua/news/shtuchnyi-intelekt-zaminyt-koltsentry-bankiv.html> (дата звернення 12.10.2022); 5. AI в банківській сфері: чат-боти, вибивання боргів і боротьба із шахраями URL: <https://aiconference.com.ua/uk/news/ii-v-bankovskoy-sfere-chat-boti-vibivanie-dolgov-i-borba-s-moshennikami-96949> (дата звернення 12.10.2022).

Чабанюк О. М. канд. екон. наук, доцент,
Львівський торговельно-економічний університет, судовий експерт,
Львівський науково-дослідний інститут судових експертиз,
Лобода Н. О. канд. екон. наук, доцент,
Львівський національний університет ім. І. Франка, Україна

Стан фінансово-господарського контролю на сучасному етапі

Завдання сучасного зовнішнього аудиту країн ринкової економіки є різними. Так, наприклад, в деяких країнах аудитором повинен бути зроблений висновок про відповідність фінансової звітності підприємства, що перевіряється, законодавству країни (Німеччина, Франція, Італія), у ряді інших – про вірогідність звітності і їхньої відповідності професійним стандартам бухгалтерського обліку (Канада, США, Японія), у третіх – про відповідність обом критеріям (Великобританія).

Початок 70-х років ХХ ст., по суті, виявився початком нового етапу в історії аудиту – його гармонізації на регіональному й інтернаціоналізації на міжнародному рівнях. Початок інтернаціоналізації аудиту було покладено створенням в 1977 р. Міжнародної Федерації Бухгалтерів зі штаб-квартирою в Нью-Йорку, на яку, зокрема, покладені функції розробки Етичного Кодексу Професійних Бухгалтерів, Міжнародних Стандартів Аудиту, бюлетенів по аудиту, положень про державний і управлінський облік, рекомендацій із професійного створення й аудиту державних підприємств. Слід зазначити, що Міжнародна Федерація Бухгалтерів не має права жадати від її організацій-членів приведення стандартів своїх країн у відповідність до міжнародних, застосовувати будь-які санкції до них. Це є добровільним вибором шляху інтернаціоналізації нормативної бази аудиту, кваліфікаційного рівня професійних бухгалтерів (аудиторів) країн світового співтовариства.

Сьогодні відбувається третій етап розвитку аудиту як такого, що орієнтовано на ризик при проведенні перевірок або консультуванні аудиторських фірм. Як правило, у сучасних умовах аудиторська перевірка проводиться вибірково – в основному там, де існує ризик максимальної помилки або шахрайства. Світова економіка на цьому етапі характеризується розвитком міжнародної торгівлі, збільшенням інвестиційних потоків і глобалізацією економічних процесів. Глобалізація розвивається під впливом сукупності об'єктивних політичних, економічних і соціальних факторів, серед яких можна виділити:

- геополітичні та гео економічні трансформації, пов'язані з розпадом соціалістичної системи господарювання, появою групи «пострадянських» незалежних держав. Внаслідок цього значно посилилася політична і ринкова уніфікація сучасного світу;

- науково-технологічні досягнення, зокрема в галузі новітніх інформаційно-комунікаційних систем;

- поглиблення вагомих проблем як економічного, так і екологічного характеру.

Глобальний характер сучасного бізнесу, збільшення кількості суб'єктів підприємництва й ускладнення їхніх організаційних структур приводить до посилення ролі стратегічного менеджменту, спрямованого насамперед на вибір оптимального шляху підприємства на основі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Сучасні підприємства підтримують ділові зв'язки з багатьма партнерами, орієнтуються на численних конкурентів, враховують і передбачають різноманітні вимоги споживачів, суспільних організацій, держави тощо.

Ці фактори визначають необхідність глибокого аналізу зовнішнього середовища. Релевантне зовнішнє середовище фірми дуже широке, оскільки в нього входять соціальні й економічні фактори, проте ключовий аспект зовнішнього оточення фірми — це галузь (або галузі), в якій вона веде конкурентну боротьбу.

Потреба досягнення конкурентних переваг і прагнення посісти позицію лідера у галузі змушує великі компанії використовувати послуги не тільки власних спеціалістів, а й зовнішніх експертів — аудиторів.

Необхідність залучення незалежних аудиторів для здійснення перевірок та експертиз системи управління виникла, передусім у тих компаніях, які мали філії, дочірні підприємства, а також диверсифіковану структуру (різні види діяльності). Налагодження ефективного контролю у таких компаніях виявилось досить складною справою. Тому динамічний розвиток аудиторської діяльності значною мірою відбувається завдяки глобалізації, розширенню та диверсифікації транснаціональних і національних компаній у процесі еволюції ринкових економічних відносин.

Якщо на перших етапах розвитку ринкової економіки у країнах Західної Європи, Північної Америки та інших регіонів планети активно відбувалися процеси концентрації капіталу, засобів праці, трудових ресурсів (переважно виробничого кадрового потенціалу), то у ХХ ст. паралельно з названими

процесами спостерігалася значна концентрація інтелектуальних ресурсів. У галузі бізнес-консалтингу й аудиту ця тенденція знайшла відображення у створенні транснаціональних бухгалтерських (аудиторських) фірм — Артур Андерсен, КПМГ, Прайс Уотерхаус Куперс, Ернст&Янг, Делойт&Туш та ін.; потужних наукових центрів при університетах тощо. Використання значного інтелектуального потенціалу провідних аудиторських фірм світу дало змогу багатьом компаніям вирішувати складні проблеми, пов'язані з фінансами, обліком, податками та інвестиціями, які досить важко було би розв'язати власними силами.

Отже, до переліку чинників, що сприяють розвитку аудиторської діяльності, можна додати концентрацію і зростання інтелектуального потенціалу. Саме це створює об'єктивні передумови глобального управління економічними процесами.

Список використаних джерел:

1. Вступ до спеціальності : навч. посіб. / Бачинський В. І., Полянська О. А., Чабанюк О. М. – К. : Алерта, 2017. – 156 с.; 2. Електронний ресурс: <http://https://www.apu.com.ua/>



СЕКЦІЯ 6

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

***Bilousko R.S., applicant for higher education of PhD candidate *
State Biotechnological University, Ukraine***

Actuality of the electronic commerce development

The role of information and communication technologies (ICT) has significantly increased in the agricultural sector today. Expanding broadband connectivity, increasing deployment of the Internet of Things (IoT), e-commerce, advanced analytics, affordable devices and innovative applications are all at the heart of the digital society. The Internet in our time is an entire industry that quickly penetrates at all areas of human activity. Right now, this industry is in a rapid growth phase, which will continue in the coming decades. The most far-sighted firms use the Internet to improve the efficiency of all aspects of their business. At this level, the Internet is becoming a global business environment that brings together employees of the company, its customers, partners, suppliers, manufacturers and members of the sales network.

The first opportunity of the Internet, which was used by many companies, is the dissemination of information about their products and the invitation to cooperate. This way of working with customers not only extends traditional ways such as print and television advertising, but also provides two-way communication. A significant part of the companies did not stop at the achieved, moving to the next level – electronic commerce. Electronic commerce allows you to order products and services directly on the site, and then receive them in a traditional way - with the help of a transport organization.

One of the most important tasks of modern electronic commerce is the replacement of the traditional mechanism of trade between enterprises. It is assumed that the customer pre-selects the goods, and with the help of the Internet a sales operation is carried out. In the future, with the development of the virtual market, the principles of electronic commerce will penetrate into the rest of the spheres of trade relations between enterprises.

Electronic commerce combines next areas: advertising as a way of attracting consumers to a commercial site; presentation of goods, display of products by means of the Internet; transactions (purchase), necessarily fast and secure; after-sales support, assistance provided to the client both during and after the purchase, and after its implementation; construction of relations, development of the client's attachment to the brand (product), manufacturer and the desire for a long-term partnership.

Thanks to electronic commerce, enterprises can expand sales markets to reach specific target audiences; search for suppliers of material and technical resources, investments and business partners; maintain and create the image of the enterprise.

Informational sources:

1. Kristensen Emil. The 7 Best E-Commerce Articles You Need to Read.2022. URL: <https://www.drip.com/blog/best-e-commerce-articles#2>(дата звернення: 21.10.2022)

* Scientific consultant – V.M. Petrov, PhD of Economics, docent

**Zaika O., assistant
State Biotechnological University, Ukraine**

The role of marketing research in business

Marketing research was initiated in the USA at the end of the 19th century, when the advertising agency NY Ayer & Son conducted a survey of agricultural officials. In 1911, the Curtis Publishing Company founded the world's first marketing department, and in 1916, the Eastman Research Bureau began its activities, whose first clients were Cosmopolitan magazine and the General Electric company [4].

Nowadays, marketing research is a mandatory element of any business plan. Neither bankers nor investors will give money for business development until they are sure that this money will return and bring profit.

Marketing research is a type of sociological research focused on studying the market situation, desires, preferences and behavior of consumers and other market players. In practice, they consist of a systematic search, collection and analysis of information in order to make the right management decisions in the field of production and sales of the company's products.

Ultimately, the goal of any marketing research is the formation of the company's strategy and tactics, taking into account the actually existing and potentially possible market factors and conditions, on the one hand, and its position and prospects, on the other. At the same time, the essence of the research traditionally consists not in establishing some absolute truth, but in reducing the level of uncertainty of the market situation, especially in the long-term forecast. On the basis of competently conducted research, the company gets the opportunity to reduce business risks and possible losses. Such studies are in particular demand where the advantage lies not with the seller, but with the buyer [2].

- Marketing analysis provides important and relevant information about the situation on the market, how effectively the company promotes its products, helps to choose the right promotion strategy, possible directions of business development.

- Marketing research is necessary:

- • to make key marketing decisions - first of all, research is needed to collect objective information about the market situation when the company launches new large-scale projects, in the case of entering a new market, if there is to be a large advertising campaign. With solid investments, owners and managers must be fully confident in the effectiveness of investments. As part of such a study, market assessment, competitor analysis, study of channels and methods of promotion are carried out. The development of a new product or service also belongs to the same group. In this case, the task of research will be to find new ideas, market niches and unmet needs.
- • to assess the effectiveness of activities. In the course of this type of research, it is possible to assess sales dynamics, the level of brand popularity, consumer loyalty and satisfaction, competitive positions, and perception of the company's image.
- • to solve problems. Very often, companies conduct marketing research when

problems have already arisen in business - sales are falling, consumers are leaving, competitors are attacking - in order to develop an anti-crisis strategy.

- There are the following options for marketing research:

- - market research as a whole;
- - consumer behavior research;
- - research of the competitive environment;
- - product research;
- - price studies;
- - research of advertising and methods of promotion;
- - sales research;
- - research of sales promotion channels and methods;
- - research of suppliers and partners [1, 4].

Despite the variety of types of marketing research conducted, all of them are based on a common methodology that determines a certain order of execution:

I. Setting research objectives:

- problem identification;
- definition of the object and subject of research;
- formulation of the purpose of the research;
- definition of research tasks;
- selection of research methods.

II. Research program planning:

- drawing up a research plan;
- development of working documents;
- budget formation.

III. Research implementation:

- personnel training;
- selection of a form of personnel control;
- collection of information and control of personnel work.

IV. Information processing and analysis:

- data editing;
- information analysis;
- preparation of the report [3-5].

The result of marketing research in business is market research, the formation of a flexible system of business response to changes in external factors, reasonable planning of the enterprise's marketing activities, determination of marketing opportunities and threats, etc.

A comprehensive analysis of changes in the market environment enables businesses to respond in time to identified opportunities and threats, form an effective marketing strategy, form strong competitive advantages and achieve commercial success, which in turn will ensure stable market positions.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy // Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (January 22-23,

2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. – P. 150-154. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31>; 2. Заїка С.О., Кускова С.В. Сутність маркетингової концепції управління товарною політикою підприємства // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції до 90-річчя заснування ХНТУСГ: «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток» (30 квітня 2020 року): тези доповіді. Харків : ХНТУСГ, 2020. - С. 95-96; 3. Летуновська Н.Є., Сигида Л.О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. // Бізнес-інформ. - 2019. - № 4. - С. 97-105; 4. Окландер М.А., Окландер Т.О., Педько І.А. Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики: монографія. Одеса: Астропринт, 2017. - 284 с.; 5. Половка К.О. Маркетингові дослідження: їх характеристика та необхідність. // Управління розвитком. - 2014. - №13(176). - С. 62-65.

**Morozov V.I. Cand. Sc. (Economy), Docent
State Biotechnological University, Ukraine**

Digital marketing as one of the basic factors of innovative transformation of the modern economy

At the current stage of the development of the world economic system and civilization in general, comprehensive and systemic digitalization in principle and digitalization of all economic spheres and processes have long become the most determining factors of economic development and the level of competitiveness of both individual countries and individual campaigns as a whole [1, p.19].

Thus, according to many recent studies of the Internet industry, in 2019 the Internet audience numbered about 4.39 billion people, which was 366 million more than the year before; in social networks for the same period, 3.48 billion were registered, which, according to data for the same period, was 288 million more than the year before. All these data prove that digital means of communication and conveying information confidently came to the first place [2, p.38]. All this has already promoted the field of digital marketing to the position of not only an advanced branch of business development, but also one of the main factors of transformation of the modern economic system as a whole.

At the moment, in terms of the economic activity of a separate campaign, the basic areas of application of digital marketing tools have the following niches:

- integration of a large number of various technologies (social, mobile, Web, others) with the field of sales and customer support;
- ensuring constant and mutual communication between the advertiser and the end consumer;
- a smart combination of technologies and human resources;
- significant acceleration of the achievement of any marketing goals;

- relevance to the market, the ability to evaluate and analyze the results of promotion, quick response to consumer requests.

At the current stage, applied digital marketing tools are presented in the following volume: SEO; content marketing; SMM; crowd marketing; e-mail mailings; Google Ads; targeting.

The main problem of domestic companies that are currently trying to switch to digital marketing is the need to structure their own marketing resources – websites, mobile games, etc. – so that they can collect and analyze the most valuable information for the company [3, p.65].

Taking into account all the above, it can be noted that digital marketing is a modern system of communication between the company and the market using digital channels for the promotion of the company's product in order to effectively interact with potential and real consumers in virtual and real environments. All this not only fundamentally changes the marketing activity of the enterprise or develops the digital marketing industry itself, but also significantly transforms the world economic system as a whole [4, p.84].

References:

1. Brem A., Viardot E. (eds). Adoption of Innovation: Balancing Internal and External Stakeholders in the Marketing of Innovation. Berlin: Springer, 2015. 230p.;
2. Hofacker C.F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc., 2018.224p.;
3. Зозульов О.В. Формування концепції ведення бізнесу на маркетингових засадах: сьогодні та майбутнє. Маркетинг в Україні. 2017. № 5-6. С. 64-72.;
4. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу: монографія. Київ: Наукова думка, 2009. 196 с.

**Бабаєв І.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Полтавський державний аграрний університет, Україна**

Напрями удосконалення економічних відносин підприємств борошномельної галузі

Україна володіє одним з найпотужніших та найбільших у світі потенціалом розвитку агропромислового виробництва, для чого наявні всі умови: сприятливі природа та клімат, великі площі родючих ґрунтів, достатня кількість інноваційних ідей та розробок, тощо. Безсумнівно, рівень агропромислового виробництва має вирішальне значення для економічної безпеки багатьох країн, а зважаючи на відсоток експорту зернових у ВВП України, можна сказати, що нашу країну це стосується в найбільшій мірі.

Впровадження нових сортів та гібридів рослин, порід сільськогосподарських тварин, добрив, засобів захисту рослин і тварин, нових

*Науковий керівник – В.М. Онегіна д.е.н., професор

сільськогосподарських машин, технологій обробки ґрунту, збору врожаю, ґрунтосумішів та систем управління процесами зумовили підвищення продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах в Україні, зростання рівня врожайності сільськогосподарських культур та сільськогосподарських тварин [1].

Разом з тим, стан справ у переробній галузі залишає бажати кращого. За даними АПК Інформ за останні 5 років в Україні значно знизилось виробництво борошна [2]. Більшість вирощеного зерна іде на експорт у вигляді сировини, бо рівень розвитку, обсяги виробництва та якість продукції не дозволяють поставляти її за кордон з достатньою доданою вартістю, і тим самим збільшити надходження капіталу в Україну. Та борошномельна галузь має величезні перспективи розвитку і має шанси стати чи не найприбутковішою галуззю в агропромисловому виробництві.

Дослідження в напрямку поліпшення ситуації в борошномельній галузі нашої країни та запровадження інновацій, як найкраще відповідає багатьом цілям сталого розвитку, які викладені в резолюції «Трансформація нашого світу: програма дій зі сталого розвитку 2030» (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development)», що була схвалена на сесії Генеральної Асамблеї ООН 25 вересня 2015 р. А саме: відсутність голоду; покращення здоров'я та самопочуття; чиста вода і санітарні умови; гідна робота та економічне зростання; промислові інновації та інфраструктура; відповідальне споживання і виробництво; партнерство у досягненні цілей [3].

При цьому треба приділити увагу економічним відносинам між борошномельними підприємствами та постачальниками ресурсів і покупцями продукції, бо від них залежить швидкість трансформаційних змін у галузі. Позитивно впливає на розвиток борошномельної галузі пошук нових можливостей удосконалення виробництва, модернізація обладнання та залучення нових інвестицій. Слід зазначити, що вирішення вищезазначених завдань залежить від керівництва підприємств. Тому кадри підприємства мають формувати лише спеціалісти відповідного профілю, особливо управлінський склад, а власники та директори борошномельних підприємств завжди мають бути обізнаними в останніх досягненнях науки і техніки.

Також спеціалісти з логістики повинні відповідати вимогам та рівню підприємства. Неправильно організована логістика значно ускладнює комунікації як із зовнішніми партнерами, так і в середині підприємства між різними підрозділами. Жалдак Г. та Дем'ян А. пишуть, що основними видами логістичної діяльності є: постачання та закупівлі; зовнішнє і внутрішнє транспортування; складування; управління запасами; комплектування замовлень; вантажопереробка; управління фізичним розподілом; зворотна дистрибуція (управління реверсивним матеріальним потоком); вибір місця розміщення логістичної системи; логістичні комунікації [4]. Через невдалі рішення у логістиці можуть значно збільшитись витрати часу, витрати на транспортування, тощо. Під загрозою опиняються виконання контрактів, що в свою чергу тягне за собою судові тяжби та погіршення репутації підприємства.

Взаємовідносини підприємств повинні будуватися так, щоб забезпечити ритмічність інтегрованого виробництва і агропромислового формування в цілому, щоб повніше використовувались виробничі потужності сільськогосподарських і переробних підприємств, ефективніше використовувалась сировина, підвищувалась її якість, збільшувався обсяг виробництва кінцевої продукції [5].

На сьогоднішній день борошномельні підприємства здебільшого працюють або з оптовими постачальниками зерна і в свою чергу збувають вироблену продукцію оптовим покупцям, або переробляють власне зерно і все одно продають борошно оптовим покупцям. Така система економічних відносин є простою але не дуже вигідною тому, що постачальники намагаються продати сировину якомога дорожче, а покупці намагаються купити якомога дешевше. Альтернативою тут є відмовитися від посередників і продавати продукцію кінцевому споживачу або в магазини роздрібної торгівлі під власним брендом. Це ж стосується і закупки сировини: доцільно працювати з фермерськими господарствами та підприємствами, які займаються вирощуванням зернових. Дієвим також може стати створення сільськогосподарських кооперативів з учасниками різного профілю та вдосконалення державного регулювання цін та антимонопольної політики.

Отже, основними шляхами удосконалення економічних відносин борошномельних підприємств є: ведення прозорої політики перемовин з партнерами, знаходження кваліфікованих кадрів для роботи із зовнішніми агентами та професіоналів для розробки вдалих логістичних рішень в середині підприємства, постійний пошук нових постачальників та покупців, інтеграція підприємств галузі.

Список використаних джерел:

1. Онегіна В. М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Харків, 2017. Вип. 182: Економічні науки. С. 36-47. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/handle/123456789/873> ; 2. Рожко В. Воєнні баланси продовольства в Україні. Частина 2. Формування внутрішнього споживання. Зернові культури та продукти їхньої переробки URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/topic/1526470> (дата звернення 29.08.2022); 3. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development / Document of the United Nations General Assembly. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=E; 4. Жалдак Г., Дем'ян А. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства. / Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» 2020. С. 208-209. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201230>; 5. Слободян В.В. Поліпшення взаємовідносин при закупівлі сільськогосподарської сировини переробними підприємствами. Економіка АПК, 2002. №6, С. 77 – 79.

**Бабко Н.М., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Особливості маркетингового супроводу інноваційної діяльності підприємства

У сучасних умовах розвитку суспільства та економіки, інноваційна діяльність стає одним із головних факторів розвитку будь-якого підприємства. Перманентні зміни умов зовнішнього макро- та мікросередовища підвищують ступінь невизначеності бізнесу та вимагають від нього адаптаційних дій, мета яких - забезпечення відповідності внутрішніх можливостей розвитку підприємства зовнішнім. Природним шляхом забезпечення такої відповідності є інноваційна діяльність. Але така діяльність завжди пов'язана з високим ступенем ризику, який являється стримуючим фактором інноваційної активності підприємств. Як показує практика, підприємства, які не створюють, а лише впроваджують інновації схильні до ще більшого ризику. Нездатність вести інноваційну діяльність призводить до неможливості адаптуватися до змін умов зовнішнього середовища [1, 2].

Виходячи із можливих ризиків і загроз, що пов'язані із провадженням інноваційної діяльності підприємства, його служба маркетингу має займатися аналізом ринкових загроз та можливостей інноваційного розвитку, вибором їх оптимальних варіантів, що відповідають потенціалу конкретного підприємства та його зовнішнім умовам, визначенням цільових ринків (їх сегментів або ніш) для реалізації відібраних варіантів або формуванням нового цільового ринку. Тобто, інноваційна діяльність вимагає взаємного виконання робіт зі створення та виробництва інновацій, а також їх маркетингового супроводу.

На основі аналізу ринку та ринкових можливостей інноваційного розвитку підприємства розробляють маркетингову стратегію створення та просування (впровадження) інновацій на ринок, мета якої полягає у забезпеченні відповідності внутрішніх можливостей розвитку підприємства зовнішнім умовам, як на даний момент часу, так і на перспективу. Важливу роль у цій стратегії відіграють нові прийоми та інструменти маркетингу, які сприяють сприйняттю нової продукції споживачами, що забезпечують можливості реалізації наявних конкурентних переваг у конкурентній боротьбі.

Діяльність зі створення та впровадження маркетингових інновацій впливає на продуктивність підприємства, його можливості виходу на нові національні та зарубіжні ринки (їх сегменти чи ніші). У цьому аспекті важливим є аналіз діяльності вітчизняних підприємств із впровадження маркетингових інновацій.

Враховуючи різноманіття інноваційної продукції, для просування її на ринок підприємству необхідно розробити свою маркетингову стратегію інноваційного розвитку. Кожен товар потребує своєї програми маркетингових заходів, що відбиває специфіку товару. Фахівці з маркетингу, які займаються розробкою інноваційної продукції, мають володіти комплексом знань та умінь у галузі створення цінності для покупців за рахунок надання їм нових продуктів (виробів та послуг) яка буде вищою, ніж у традиційних продуктів. Маркетологи

повинні вміти будувати та підтримувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами.

Використання тієї чи іншої маркетингової стратегії інноваційного розвитку залежить від особливостей інноваційної продукції, ступеня насичення ринку її аналогами (якщо вони є), можливістю постійно оновлювати асортимент продукції, що випускається, відповідно до змін умов зовнішнього мікро- та макросередовища. При цьому необхідно враховувати, що в умовах прискорення темпів НТП та жорсткої конкуренції нові технології ведуть до скорочення життєвого циклу продуктів та термінів їх комерціалізації. Це зумовлює прогнозування тривалості інноваційного життєвого циклу нового продукту, розробка на цій основі планів створення та виведення на ринок його модифікацій, чи принципово нових продуктів, які будуть задовольняти існуючі потреби новим способом або сформулюють нові потреби (наприклад, 3D-принтери). Тобто, тип стратегії інноваційного розвитку підприємства обирають спираючись на знання про етапи інноваційного та життєвого циклу нової продукції (у масштабах галузі, оскільки продукція для певного підприємства може бути новою, але для галузі вже відомою).

Також не менш значним аспектом маркетингу інновацій є пошук партнерів для інноваційної діяльності (постачальників, посередників, споживачів, кредитно-фінансових установ тощо). Їх зацікавленість в інноваціях, які підприємство може створити суттєво підвищує його шанси на комерційний успіх. З цих позицій важливим завданням маркетингу є виявлення (формування) інтересів можливих економічних контрагентів (суб'єктів інноваційного процесу) та їх обліку, як у характеристиках виробленої продукції, так і в методах її просування та збуту [3,4].

Таким чином, інноваційна діяльність підприємств, що здійснюється в умовах ринкової економіки, динамічно мінливих переваг споживачів та жорсткої конкуренції, потребує відповідного маркетингового супроводу. За допомогою інструментів маркетингу визначають перспективні напрями приведення потенціалу підприємства у відповідність до умов постійно мінливого зовнішнього середовища. Тобто, такі напрями створення та впровадження інновацій (нових продуктів, технологій їх виготовлення, методів управління тощо), які дозволяють адаптувати діяльність підприємства до змін умов зовнішнього макро- та мікросередовища.

Список використаних джерел:

1. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Квятко Т.М., Романюк І.А. Поведінка споживача: навч. посіб. Харків : ХНТУСГ, 2020. 165 с. 2. Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М., Романюк І.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Харків : ХНТУСГ, 2020. 160 с.; 3. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2020, 89 с.; 4. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Квятко Т.М., Бабко Н.М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 162 с.

Баценко Л.М., канд. екон. наук, доцент
Шелудько О.В. здобувач вищої освіти ступеня магістр
Сумський національний аграрний університет

Управління маркетингом підприємств: інноваційний підхід

В сучасних умовах господарювання інновації та маркетинг позиціонуються як невід'ємні інструменти розвитку будь-якого підприємства, що створює потік доданої вартості. Глобалізація, посилення конкуренції та темпи науково-технічного прогресу, постійна зміна вимог масового споживача під впливом нових детермінантів невизначеності – пандемії COVID-19 та війни в Україні – суттєво позначилися на розвитку світової спільноти. Ці обставини, в першу чергу в економічній, виробничій та логістичній діяльності, негативно позначилися на функціонуванні не лише окремих компаній, а й ринків, а також цілих галузей. Дана тенденція породжує симбіоз сфери маркетингу та інновацій, націлений на виявлення нових аспектів, методів, інструментів взаємодії зі споживачами, на процес прийняття ними рішень в умовах прояву нових трендів споживання: ощадливого, спільного, екологічного, безпечного споживання, здорового способу життя.

Багато дослідників вважають, що маркетинг є сучасною системою управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств, основною метою якої виступає зростання обсягу продажів, який базується на прогнозуванні та вивченні цін, попиту, виробництво нових видів продукції, рекламу, координацію внутрішньофірмового планування та фінансування з використанням інновацій. Таке визначення наголошує, що в умовах активного розвитку ринкових відносин при створенні та виведенні на ринок інноваційних продуктів маркетинг є невід'ємним елементом їх просування.

В результаті зміни контексту розвитку бізнесу зростає актуальність його нових форматів, що формуються в «економіці корисного досвіду», в якій характер взаємодії користувачів з набутими ними продуктами зміщується з параметра «що» (кількість) на «як» (якість), тобто інтерес викликає не сам продукт, а пов'язаний із ним корисний досвід, емоції, враження. Завдяки розвитку високих технологій на базі штучного інтелекту та великих даних можливості персоналізації такої взаємодії та комунікації значно розширюються та стають базовими компонентами накопичення такого досвіду. Саме новий споживчий досвід сьогодні вважається унікальною торговою пропозицією.

До інноваційних маркетингових технологій прийнято відносити: реалізацію нової маркетингової стратегії (якісна диференціація, мікросегментування, нішева стратегія, репозиціонування), використання нових прийомів, засобів маркетингових досліджень, нових прийомів з просування (партизанський маркетинг, вірусний маркетинг, інтернет-маркетинг street- -маркетинг, HR-маркетинг (кадровий), H2H-маркетинг, паразитичний маркетинг, псі-маркетинг, ambient- та ambush-маркетинг, аромамаркетинг, SEO, екомаркетинг), нові канали продажів (інтернет-торгівля, інтернет речей,

мобільна торгівля, телемагазини), нову концепцію презентації, нові цінові стратегії та ін. [1].

Останнім часом стійким трендом є екологізація економіки. Велике значення в екологізації економіки надається інноваціям. У науковій літературі можна зустріти різні терміни, що визначають створення нових або удосконалення існуючих технологій, товарів та послуг з урахуванням безпечного їх виробництва, споживання та утилізації: «екологічні інновації», «зелені технології», «стійкі інновації», «інновації сталого розвитку», "соціальні інновації".

У наші дні популярність зеленого маркетингу зростає у всьому світі. Це пов'язано з тим, що:

- люди стали поінформованішими, вони дізналися про екологію більше;
- споживачі впливають на корпорації та уряди у сфері виробництва;
- якість екопродуктів підвищилася, галузь стала більш привабливою і конкурентоспроможною (сьогодні немає необхідності робити вибір між якісним та екологічним продуктом – можна отримати дві властивості в одному продукті;
- екологічні продукти стали більш конкурентоспроможними щодо ціни і досягли планки доступності

«Екологічна інновація — новий чи значно вдосконалений продукт, послуга чи метод їх виробництва (передачі), новий чи значно вдосконалений бізнес-процес або їх комбінація, що сприяють підвищенню екологічної безпеки, покращенню навколишнього середовища або запобіганню негативному впливу на неї» [2].

Базисні маркетингові екоінновації полягають у створенні нових екопродуктів, екомарок, екобрендів. Формування екобренду, що надає можливості підвищення якості споживання за рахунок нових, корисних продуктів, дозволяє чітко виділитися щодо конкурентів та створити стійкі бар'єри для копіювання.

Екологічні інновації в сучасному співтоваристві є найкращою бізнес-моделлю управління підприємством, яка, з одного боку, враховує наростаючі переваги споживачів до більшої екологічності в їх повсякденному житті, а з іншого - дозволяє компанії досягати високих економічних показників через комбінацію екологічно та соціально свідомих методів проектування та роботи у довгостроковій перспективі. Все це стає можливим завдяки спільному використанню інновацій та маркетингу в управлінні підприємствами.

Список використаних джерел.

1. Геращенко, М. М. Підходи до визначення сутності маркетингу інновацій. *Фундаментальні дослідження*. 2014. № 3. С. 321-325.

2. Maksimenko, L. S. Development of Innovative Methods of Lead Management in Retail Trade in the Region / L. S. Maksimenko, O. V. Godina, A. F. T. Aldawoodi, E. V. Tatasheva // *Current Problems and Ways of Industry Development: Equipment and Technologies: Lecture Notes in Networks and Systems*. - Switzerland : Springer, 2021. Vol. 200. Pp. 1032-1038.

**Беженар І.М. канд. екон. наук
ННЦ «Інститут аграрної економіки», Україна**

**Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством.
перспективи для органічної продукції**

Військова агресія росії неминуче спричинює і економічну кризу в Україні. Не всі підприємці адаптувалися до праці в умовах «військового часу». Тому нагальним питанням є використання інноваційних інструментів управління, зокрема що стосується маркетингової політики, щоб триматися «на плаву». Залишаються актуальними – вивчення та аналізу ринків, конкурентів, умов для ведення підприємницької діяльності, змін на ринках/фінансовому секторі. Також при розробленні стратегії маркетингу передбачено впровадження певних інноваційних заходів для підвищення конкурентоспроможності та адаптації до змін.

Основними підходами інноваційного маркетингу є новизна, унікальність (нестандартність), які однак не заперечують традиційні принципи маркетингу.

Савченко О.В. узагальнено види інноваційного маркетингу, до них відносять : трейд-маркетинг (комплекс заходів для збільшення попиту опт/розріб), терористичний (ефект «вибуху» - спонукання до нерозважливої торгівлі), партизанський (використання нетрадиційних способів реклами й просування з метою зайняття певної маркетингової ніші), сенсорний (вплив на почуття, виклик емоцій для збільшення продаж) крос-маркетинг (використання декількох напрямів для залучення споживачів), провокаційний (новизна продукту), вірусний (вірусні повідомлення, реклама – «перешли другу»), маркетинг подій (спеціальні заходи), мобільний маркетинг (застосування мобільних технологій для одержання зворотної реакції) [1].

Інструментами для інноваційного маркетингу є: маркетингові дослідження, як існуючих так і нових ринків, ринкових сегментів з метою виявлення незадоволеного попиту, маркетингові комплекси 4P та маркетингові стратегії для нових продуктів (об'єктів інтелектуальної власності/нові технології, так звані «ноу хау»), способи ціноутворення, просування й продаж нових і традиційних товарів і послуг, нові стратегії в маркетингу, нові підходи до задоволення потреб споживачів [2].

Отже, формування концепції інноваційного маркетингу відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників: тенденцій зростання попиту; стану та особливостей конкурентної боротьби; стратегії розвитку підприємства, цілей і завдань. Концепція ґрунтується на диференціації, сегментації, диверсифікації та спрямована на пошук конкурентних переваг підприємства й розробку такої сукупності маркетингових заходів, які допоможуть реалізувати конкурентні переваги.

На основі побудованої маркетингової концепції формується маркетингова програма інтеграції на інноваційний ринок, яка включає перелік і грошову оцінку видатків, джерела фінансування, строки, заходи, хто відповідальний.

Стимулами розвитку інноваційних продуктів є: перевищення пропозиції над попитом; конкуренція між товаровиробниками, розвиток ринкової інфраструктури; зростання покувної здатності споживачів інновацій; прагнення до розширення ринків збуту, збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності продукції. Ефективність інноваційного процесу в системі управління підприємством залежить від ефективності використання принципів маркетингу та його інструментів для інноваційного процесу.

Щодо сільського господарства то інноваційними є наприклад, вирощування органічної або нішевої продукції.

Органічне сільське господарство стало альтернативою системам землеробства і нині практикується у 162 країнах світу. Нині налічується понад 1,6 млн виробників органічної продукції. Даний напрям набирає широкої популярності і в Європі. В планах відповідно стратегії ЄС «Від ферми до виделки» – 25% сільськогосподарських земель мають бути залучені під органічне виробництво, в рамках Європейського зеленого курсу. Глобальна ціль – турбота про здоров'я населення. Для підтримки такого виробництва передбачено низку заходів, це і фінансова підтримка безпосередньо операторів, і стимулювання досліджень та інновацій в даній сфері, а також заходи що спрямовані на просвіту для фермерів, підвищення їх поінформованості.

Розвиток органічного сільського господарства в Україні поки що знаходиться на початковому етапі. Так на 31.12.2021 загальна площа угідь, зайятих під органічним виробництвом (сертифікованим і тих які проходять сертифікацію) становила 422,3 тис. га (це лише 1% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення в Україні). Але якщо в Європі кількість операторів нараховує тисячі ферм, то в Україні їх лише 528, з них 418 сільськогосподарських виробників. Проте, органічне виробництво є одним із пріоритетів подальшого розвитку агропромислового комплексу. Внутрішній споживчий ринок даної продукції характеризується розширенням асортименту через мережу супермаркетів. В 2021 році приблизно реалізовано 9,78 тис. тонн органічної продукції (на 900 млн грн) [3, 4].

Основними видами органічної продукції, які мають високий споживчий попит, є молоко та молокопродукти, овочі, фрукти/овочі та гриби, борошно, круп'яні і зернові вироби, хлібобулочні вироби, вареники, пельмені, насіння, соки та соковмісні напої, пасти, консервовані продукти, яйця, м'ясна продукція, олія, спеції, прянощі цукор, мед, шоколад та чай.

Внаслідок військової агресії очікується зменшення виробництва продукції, адже значна чисельність земель знаходиться під окупацією в південних регіонах країни, відбулися негативні зміни в логістичних ланцюгах. Також варто відмітити, що багато українців виїхали закордон, деякі з них є або могли б бути потенційними споживачами вітчизняної продукції.

Щодо зовнішнього ринку, то в Україна експортує близько 188-260 тис. тонн органічної продукції до більше ніж 30 країн світу, 82% реалізованої продукції було експортовано до ЄС і входить в ТОП5 найбільших постачальників. Загальна частка українського імпорту у 2021 році склала 6,6%.

Україна посідає перше місце за експортом зернових (окрім пшениці та рису), а також входить до ТОП3 постачальників макухи, олійних культур та соєвих бобів. Також Україна займає лідируючі позиції за обсягами постачання фруктів (свіжі та сушені фрукти/ягоди фрукти).

Не дивлячись на логістичні перепони, експорт органічної продукції за першу половину 2022 року в ЄС та Швейцарію склав 160 тис. тонн, що може бути обумовлено тим, що локальний виробник не встигає за щорічно зростаючим попитом [3, 4]. Високий попит обумовлений популяризацією наукових досліджень і знань та зростанням екологічної свідомості споживачів закордоном, які пропагують «здорове харчування».

В Україні створена громадська спілка «Органічна Україна», яка сприяє популяризації та розвитку органічного руху, органічного харчування та здорового способу життя в країні [4].

Все це доводить перспективність напряму - органічне виробництво. Потенціал органічного виробництва в Україні перевищує наявні потужності. Тому фермерам і сімейним фермерським господарствам слід звернути увагу на даний інноваційний напрям діяльності. Звісно, для переходу на органічне виробництво потрібно внести зміни у свій спосіб господарювання, відмовитися від інтенсивних хімічних технологій агровиробництва та пройти сертифікацію – це затратно і по часу і по грошових витратах. Однак ціна органічної продукції на порядок вища, ніж звичайної, що в подальшому разом із державною підтримкою компенсує всі вкладення.

Рекомендуємо вибирати продукт для вирощування з врахуванням природно-кліматичних особливостей території та умов зберігання. Мають передумови для успішного розвитку вирощування горіхів, насіння льону, конопель, гарбузів, а також свіжі/заморожені/сушені ягоди, фрукти, гриби, свіжі та сушені трави, пророщене насіння злакових і бобових культур тощо.

Перехід до інноваційного виробництва продуктів повинен ґрунтуватися на маркетингових принципах : детальне вивчення ринку, попиту, смаків та бажань споживачів-інноваторів; адаптація продуктів з інноваційною складовою до вимог інноваційного ринку тощо. Це стосується і органічної продукції, щодо якої спостерігається низька поінформованість у виробників та інвесторів.

Для формування іміджевої лінійки органічних продуктів потрібно провести детальні маркетингові дослідження. Адже навіть органічна продукція з унікальними властивостями не може володіти достатнім рівнем конкурентоспроможності на ринку без попередньої підготовки споживачів до виходу такої продукції використовуючи різноманітні методи просування.

Висновки. Для підвищення ефективності підприємницьких структур у сучасних умовах необхідні нові інноваційні підходи до розроблення й впровадження стратегій розвитку, які спрямовані на довгострокове співробітництво з покупцями та розроблення інноваційних продуктів з вищою ніж в традиційних доданою вартістю. Щодо сільського господарства, то інноваційним є перехід на органічне виробництво, яке є в рази рентабельнішим ніж неорганічне. В Україні є потенціал розвитку органіки. Слід звертати увагу на вирощування наприклад органічних горіхів, ягід, лікарських рослин,

маслянистих культур, які користуються попитом і на внутрішньому і на зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Савченко, С., Аблязова, Н., Сукач, О. (2021). Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. *Підприємництво та інновації*. 2021. №17. С. 46-49;
2. Тараненко І.В., Таранець Е.І. Вплив інноваційного маркетингу на дифузю інновацій і конкурентоспроможність у глобальній економіці. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. № 2(32). С. 200–2054
3. Органічне виробництво в Україні. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>;
4. Офіційний сайт ГС «Органічна Україна». URL: <https://organicukraine.org.ua/about/goals/#goal>

**Горбань С.Ф., канд. техн. наук, доцент
Національний університет «Запорізька політехніка», Україна**

Використання інноваційного маркетингу в діяльності підприємств

В умовах глобалізаційних змін та жорсткого конкурентного середовища на світовому ринку сучасному підприємству потрібен комплекс інструментів та технологій інноваційного маркетингу. В результаті поєднання інноваційних технологій та маркетингових можливостей в окремих промислових секторах економіки підвищиться активність підприємств, їх конкурентоспроможність, та інтенсифікація процесів участі українських брендів на світових товарних ринках.

Реформування економіки нашої країни та її інтеграція у європейське та світове співтовариство потребує перебудови ціноутворення, планування, кредитних відносин, матеріально-технічного забезпечення та зовнішньоекономічної діяльності підприємства на різних рівнях управління. Саме розвиток ринкових відносин в Україні зробило актуальним використання принципів інноваційного маркетингу в підприємницькій діяльності.

Враховуючи те, що українська наука маркетингу формувалася спираючись на зарубіжні наукові дослідження, що ґрунтуються на зарубіжному досвіді, буде недоцільним і неефективним повне копіювання їхньої маркетингології та перенесення досвіду, досягнень і рекомендацій у практику українського бізнесу.

Перед тим як розпочати процес впровадження інновацій на підприємстві в першу чергу доцільно уважно вивчити фактори, що перешкоджають та сприяють інноваційній діяльності, щоб прийняти рішення про оптимальний спосіб побудови інноваційного процесу.

Інноваційний маркетинг як концепція маркетингу спрямована на формування чи виявлення попиту на ринку нововведень для задоволення потреб споживачів під час використання нових ідей щодо товарів, послуг і технологій. Якщо правильно застосувати інноваційні маркетингові технології, то підприємства отримають конкурентні переваги та можливість прогнозувати поведінку споживача, а також партнерів, конкурентів, замовників та можливість

впливати на них. Постійне застосування маркетингових інновацій дозволяє підприємствам протягом тривалого часу утримуватися на ринку, при цьому привертаючи увагу нових споживачів, а також збільшувати свої доходи й, відповідно, підвищувати конкурентну перевагу порівняно з іншими ринковими суб'єктами.

Інноваційний маркетинг можна розглядати як філософію бізнесу, як аналітичний процес, як активний процес, як функцію інноваційного менеджменту та як макроекономічний інструментарій.

1. Філософія бізнесу це система мислення та ідеологічна основа бізнесу, яка полягає в орієнтації підприємства на маркетингові засади та досягнення конкурентоспроможності за рахунок використання інновацій.

2. Аналітичний процес передбачає роботи дослідницького характеру: проведення маркетингових досліджень з метою вивчення ринку та його кон'юнктури; визначення потреб споживачів; вивчення динаміки та прогнозування попиту на інновацію, сегментування ринку та вибір цільових сегментів, розробку стратегії маркетингу для інновацій.

3. Активний процес передбачає вирішення завдань, пов'язаних з позиціонуванням та просуванням інновацій на ринок.

4. Функція інноваційного менеджменту спрямована на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності, на втілення досягнень науки й техніки у нові товари, здатні задовольнити потреби та запити споживачів та забезпечити товаровиробнику прибуток.

5. Макроекономічний інструментарій орієнтує розвиток національної економіки на шлях інноваційного розвитку, дає можливість формувати потреби кінцевих споживачів, сприяє найбільш ефективному застосуванню ресурсів завдяки впровадженню технологічних, продуктових та організаційних інновацій [1].

До принципів інноваційного маркетингу можна віднести:

- націленість на досягнення кінцевого результату інновацій;
- захоплення певної частини ринку, згідно з метою інноваційного проекту;
- об'єднання дослідницької, виробничої та маркетингової діяльності в систему менеджменту підприємства;
- орієнтація на довгострокову перспективу, що вимагає ретельної уваги до маркетингових прогнозних досліджень та розроблення на їх основні інновації.
- застосування взаємоузгоджених стратегій і тактики активного пристосування до вимог потенційних споживачів [2].

Інноваційний розвиток охопив весь світ і концепція інноваційного маркетингу зараз активно використовується компаніями які прагнуть стати лідерами у своїй галузі. Так за даними видавництва Business Week та менеджмент-консалтингової компанії Boston Consulting Group в першу трійку найбільш інноваційних компаній світу ввійшли Apple, Google, Toyota. Вони виробляють інноваційну продукцію, послуги або технології, а також використовують інноваційні підходи щодо реалізації комплексу маркетингу.

Таким чином, щоб отримати конкурентну перевагу, тобто перевершити своїх конкурентів хоча б на невеликий період часу, ці компанії постійно здійснюють інновації, дотримуючись стратегії «піонера».

Іншою суттєвою рушійною силою інноваційних процесів у багатьох країнах є державне регулювання. Урядова політика, законодавство можуть значно активізувати інноваційні процеси, стимулювати організації різних форм власності у різних галузях та сферах, вкладати кошти у розробку інноваційних продуктів, реалізувати різноманітні цільові інноваційні програми. Наприклад, держава може запровадити нові стандарти, яким мають задовольняти промислові викиди в річки та атмосферу, вихлопні гази автомобілів, засоби безпеки на транспорті, що призведе до інновацій у виробничих технологіях, розробки нових продуктів.

Таким чином, зміни в економічній, податковій, митній політиці можуть викликати необхідність пошуку більш ефективних інноваційних технологій, можуть ініціювати пошук альтернативних ресурсів, розробку інноваційних продуктів тощо.

Стосовно України слід зазначити, що значна частина вітчизняних інноваційних підприємств ставить собі за мету освоєння не тільки внутрішнього ринку, а й виробництво товарів і послуг, що мають попит й на зовнішніх ринках. Проте, вони далеко не повною мірою використовують свій потенціал на зарубіжних ринках. Одна з головних причин цього – недостатнє застосування методів маркетингу в міжнародному бізнесі. Як показує світовий досвід, успіх підприємства на зовнішніх ринках багато в чому залежить від ефективності використання інструментарію міжнародного маркетингу, тобто орієнтації діяльності на потреби зарубіжних клієнтів. Ідеться про здатність розробити й реалізувати стратегію поведінки підприємства на обраних товарних ринках, наявність дієвої системи просування нових товарів і технологій.

Плануючи впровадження на ринок інноваційної продукції, компанія має відповісти на такі питання:

- хто може бути її споживачем? (таким чином підприємство проведе сегментацію ринку);
- кого компанія хоче бачити своїм споживачем? (фактично, підприємство обирає цільові сегменти);
- як переконати цільових споживачів набувати запропонованого інноваційного товару? (це є позиціонування інноваційної продукції на ринку);
- що необхідно зробити, щоб цільові споживачі купили інноваційний продукт? (це формування маркетингового плану).

Крім того, на українських підприємствах слід впровадити й освоїти інструментарій інноваційного маркетингу:

- алгоритм організації інноваційної маркетингової діяльності;
- модель вибору маркетингової інновації для реалізації;
- методика маркетингового супроводу нового промислового товару на стадії впровадження на ринок.

Ці нововведення забезпечать конкурентоспроможність і прибутковість промислових підприємств на місцевих і зарубіжних ринках.

Отже, можна визначити основні напрями розвитку інноваційного маркетингу в Україні: створення попиту на інновації; вирішення інвестиційних, організаційно-правових, кадрових питань; розширення використання інноваційного маркетингу, державне регулювання.

Список використаних джерел

1. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія /за ред. д.ен., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 623 с.; 2. Чухрай Н.І., Данилович Т.Б. Особливості маркетингу продуктових інновацій. *Вісник НУ «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2007. № 605.С. 162 – 167.

Деділова Т. В., канд. екон. наук, доцент

**Жученко Д. Г., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Україна**

Digital-маркетинг як двигун підвищення прибутку компанії

Останнім часом, у діяльності маркетингових відділів компаній з'явився новий тренд - перехід на цифрову комунікацію на всіх рівнях менеджменту.

Це стосується як внутрішнього документообігу між співробітниками компанії, так і взаємодії з зовнішніми клієнтами чи постачальниками. Ці зміни відбуваються у всіх сферах бізнесу без виключення. Для того, щоб залишатися у тренді, компаніям потрібно вибудовувати нову маркетингову стратегію.

Інноваційний підхід – це принцип якого повинен дотримуватись маркетинговий сектор, якщо компанія претендує на звання серйозної та перспективної. Важливо притримуватись того, що при виборі стратегії маркетингу необхідно не тільки впроваджувати щось нове, але й проявляти гнучкість при обиранні шляху між усталеними стандартами та нововведеннями.

Нововведення торкаються майже кожного аспекту маркетингу, навіть правова частина не залишається без уваги. Адже закон про збереження конфіденційності являється дуже суворим. Будь-який клієнт з яким доводиться взаємодіяти, оформлює письмову згоду, яка дозволяє обробку його особистих даних в певних, обумовлених сферах.

Важливо відповідально ставитись до такого роду відомостей, адже в такому разі, отримав відомості про особисті дані, компанія потрапляє у сферу відповідальності дій норм GDPR (Генеральний регламент про захист особистих даних), які вступили у дію з 2018 року [1].

За даними статистики, з кожним роком збільшується приріст клієнтів, які при отриманні будь-яких послуг використовують цифрові технології - додатки у смартфонах, веб-браузери та інше.

Ключові дані з представленням стану діджитал сфери:

– населення світу: за станом на січень 2022 року, на нашій планеті проживають 7,91 мільярдів людей, а щорічний приріст сягає 1%. Таким чином, можна припустити, що ця цифра досягне 8 мільярдів приблизно у середині 2023 року. Більше половини (57%) світового населення проживає у містах.

– користувачів мобільних пристроїв у світі більше ніж дві третини (67,1%) людей у світі сьогодні користуються мобільними додатками, до початку 2022 року число унікальних користувачів мобільних пристроїв досягло 5,31 мільярдів. З початку минулого року приріст склав 95 мільйонів користувачів.

– інтернет-користувачі у світі: з початку 2022 року, чисельність інтернет-аудиторії досягла 4,95 мільярдів користувачів. Сьогодні, Інтернетом користуються 62,5% населення світу.

– користувачі соціальних мереж у світі: у січні 2022 року, у всьому світі нараховували 4,62 мільярди користувачів соціальних мереж. Це складає 58,4% від загальної кількості населення світу. Світова аудиторія соціальних мереж збільшилась більш ніж на 10% за останні 12 місяців: за 2021 рік приєдналось до соціальних мереж 424 мільйона нових користувачів [2].

Переглядаючи вище наведені дані, можна побачити, що цифрова сфера являє собою широкий простір для просування товару, марки, бізнесу тощо. Зважаючи на специфіку цього методу просування, є велика кількість інструментів для таргетування реклами, наприклад виключення аудиторії, звуження аудиторії, використання геолокації та інше [3].

У сучасному світі для підвищення ефективності підприємства є дуже перспективним використання digital-маркетингу. З аналізу Kepios, можна побачити, що кількість інтернет-користувачів, за останні 10 років, зросла більш ніж у два рази – з 2,18 мільярдів на початок 2012 року до 4,95 мільярдів на початок 2022 року [4]. Кількість людей, які залишаються “не під’єднані” до Інтернету, вперше нижча за 3 мільярди. Це знаменує новий крок до рівного доступу до цифрових технологій. Тепер пристрої з виходом до Інтернету – це не розкіш, а необхідність.

Список використаних джерел:

1. Найближчі перспективи digital-маркетингу: до чого готуватись уже цього року: веб-сайт. URL : <https://lectera.com/magazine/ru/articles/blizhaishie-perspektivy-digital-marketing-a-k-chemu-gotovitsya-uzhe-v-etom-godu> (дата звернення: 27.10.2022);
2. Статистика Інтернету та соцмереж на 2022 рік: веб-сайт. URL : <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата звернення: 27.10.2022);
3. 7 інструментів таргетингу у Facebook для початківців URL : <https://netology.ru/blog/instrumenti-targetinga-v-facebook> (дата звернення: 27.10.2022)
4. Make sense of digital trends: website. URL : https://kepios.com/?utm_campaign=Digital_2022&utm_medium=Article&utm_source=Global_Digital_Reports (дата звернення: 27.10.2022).

**Дем'яненко Т.І. канд. екон. наук, доцент
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Інноваційний розвиток в умовах економічної глобалізації

Інноваційні шляхи розвитку економіки стають основою, яка визначає економічну міць країни та її потенціал на світовому ринку. Основною характеристикою нинішнього розподілу сил у світі є значне відокремлення розвинених країн, створення інноваційного розвитку у світі слабких держав, які змушені повністю покладатися на позицію активних гравців.

У країні, яка є одним із лідерів інноваційної діяльності, зосереджені найбільш прибуткові види бізнесу (висока додана вартість у ціні продукції), домінує високотехнологічна структура виробництва та ліквідації країни. Період виробництва іноземних промислових технологій, екологічних підприємств, багатих ресурсами підприємств тощо є центром великих фінансових потоків. Якщо, незважаючи на жорстку конкуренцію між цими країнами за прибуткову діяльність, існує спільна загроза існуванню існуючих економічних і соціальних моделей, ми об'єднаємося для реалізації спільної політики щодо джерела цієї загрози.

В умовах глобалізації інвестиційного процесу Україна має виробити власну модель. Базовий економічний розвиток, інновація проектів розвитку та покращення природних характеристик виробництва. Зрештою, сучасні ринки підштовхують і прискорюють інновації як основу для сталого розвитку. Підприємство, безсумнівно, є одним із найсильніших рушіїв інноваційного розвитку, оскільки воно впливає з підприємницьких інтересів. Важливу роль у забезпеченні ефективного управління інноваційними компаніями відіграє інноваційна інфраструктура, особливо такі її основні елементи, як технопарки, бізнес-інкубатори, технополіси, які сприяють виходу інновацій на ринок. Сьогодні інноваційна інфраструктура дуже слабка та незавершена, тому потребує серйозної підтримки з боку держави. Крім того, можна сказати, що інвестиції та інновації – це лише половина роботи, і що половина роботи полягає в підготовці найбільш кваліфікованих людей як менеджерів.

Прогрес сучасної науки і техніки в усіх сферах виробничої і невиробничої діяльності ринкової економіки і суспільства, з одного боку і в кінцевому підсумку, повністю змінює соціальні, економічні, технологічні, технічні, організаційні та екологічні умови цього процесу. інший. Визначення стійкості, конкурентоспроможності та ефективності національної економіки. Перш за все, нове мислення в контексті процесів глобалізації, це передбачає відмову від лінійного, спрощеного погляду на реальність. Проведене дослідження є основою претензій для такої інтерпретації.

Список використаних джерел:

1. Білорус О.Т., Глобалізація і безпека розвитку / О.Т. Білорус, Д.Г. Лук'яненко, О.М. Гончаренко та ін. — К.: КНЕУ, 2001. — 733 с.

**Козак К.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Трансформація цінової політики в умовах невизначеності

Новий економічний простір, який вже сьогодні розпізнається за процесами глобалізації, приносить не тільки певні соціально-економічні переваги для окремих країн, але й значні втрати для інших. Характерною особливістю сучасності є процеси збагачення, що отримали всепроникаючі форму і зміст, на відміну від вимог декларації про необхідність вирівнювання в розвитку. Збагачення в односторонньому порядку має місце як усередині окремих галузей, країн, так і між країнами [1-5].

В. Онегіна наголошує, що існуючі соціально-економічні системи ринкового типу не створюють через сучасні трансформації достатніх стимулів, що спрямовують господарську діяльність на сукупність цілей сталого розвитку. І це суспільство має визнати. Тоді як коригуючи ринкові сигнали та стимули для модифікації поведінки відповідно до засад сталого розвитку можуть забезпечити спрямування використання ресурсів «на підвищення загального добробуту та справедливості сьогодні та в майбутньому» [2]. Авторка зазначає, що формування нових інститутів сталого розвитку потребує удосконалення законодавчої бази, утвердження установ і організацій з інформаційного забезпечення, дорадництва, моніторингу та контролю, підтримки відповідних ініціатив громад та державно-приватного партнерства щодо інтеграції цілей сталого розвитку у практику господарювання.

У зв'язку з вищезазначеним багатим соціальним групам, народам та країнам стає вигідним поширювати ілюзію про панування у сучасному суспільстві цінностей начебто вільного ринку, які ототожнюються більшістю з ідеалами рівності, справедливості, демократії тощо.

Цінності ринку, пише, зокрема, Л. Туроу, це лише особистісні уподобання в умовах економічного вибору, при якому місця для вибору соціального майже не залишається. «У зв'язку з цим бажання стати злочинцем так само законно, як і бажання стати священиком» [5]. Але навіть якби суб'єктам господарювання сучасного ринку вдалося домовитися про дотримання ціннісних підстав обміну, то де проходить межа між законними і незаконними засобами насадження цих моральних принципів? А якщо виявиться можливим сам договір про цілі та засоби, то не можна ігнорувати той факт, що моральні цінності формуються і пропагуються сьогодні аж ніяк не громадськими соціальними інститутами, а значною мірою монополізованою всеосяжною мережевою інформацією.

Для дослідження зазначеної проблематики надзвичайно актуальним є поняття інституту економічної цінності, запропоноване Т. Артьомовою. Авторка доводить, що інститут економічної цінності являє собою не просто сукупність цін і механізмів ціноутворення, що складаються в суспільстві. Сама ця сукупність є похідною від певної соціальної впорядкованості суспільного

* Науковий керівник – Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент

господарства, що відбиває систему розподілу сукупного суспільного продукту з адекватними їй організаційною, політичною структурами та ідеологією. По суті, інститут економічної цінності розгортається у всій інституційній архітектоніці суспільства, тобто має не суто теоретичне або вузько економічно-прикладне, а глобальне значення як для життя окремої людини, так і для людства як глобального суб'єкта господарювання [3].

В умовах ринку суспільство, яке функціонує як єдиний соціально-економічний організм, має свідомо виявити природні норми доходу, належні кожному економічному чиннику для його нормального відтворення, і здійснити справедливий розподіл виробленого сукупного продукту з метою забезпечення суспільного блага [3]. Отже, управління процесами обміну і розподілу, моделювання процесів виробництва і споживання стають, таким чином, визначальними для формування глобального соціально-економічного простору.

Процес управління ціновою політикою підприємства в умовах ринку є багатоетапним та безперервним, наголошує Мазур О.Є. та Гончар А.С. [4]. Тому, необхідним є виділення таких основних етапи: по-перше, аналіз інформації, особливістю якої в сучасних умовах господарювання є значний обсяг, швидка зміна та відсутність впевненості у її (інформації) достовірності; по-друге, підготовка альтернатив щодо зміни цінової політики у динамічному економічному просторі; по-третє, реалізація рішень зміни цінової політики на основі економічного обґрунтування; по-четверте, контроль трансформацій цін та корегуючі дії, які спрямовані на досягнення цілей політики ціноутворення. Отже, постійно повинен відбуватися моніторинг змін кон'юнктури сучасного ринку; формування, реалізація та контроль своєчасних науково обґрунтованих управлінських рішень. Оскільки організація управління ціновою політикою є одним з найважливіших завдань на шляху досягнення загального добробуту.

Список використаних джерел:

1. Кравченко О.М. Гармонізація економічних відносин між учасниками ринку продукції тваринництва : монографія. Харків: Смугаста типографія, 2020. 340 с.
2. Онегіна В.М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки. 2017. Вип. 182. С. 36-47.
3. Артемова Т. И. Стоимость и цена: логико-исторический процесс формообразования. Київ: Основа, 2006. 448 с.
4. Мазур О. Є., Гончар А. С. Управління ціновою політикою: організаційні аспекти. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 20. Вип. 3 (46) DOI: 10.18524/2413-9998/2020.3(46).214388
5. The future of capitalism: How today's economic forces shape tomorrow's world, by Lester C. Thurow. (1996). New York: William Morrow. 385 pp.

**Кулинич К.В. здобувач вищої освіти ступеня доктор філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством

Чергова економічна криза, яка охопила світ та нашу країну визначає нові умови ведення бізнесу та розвитку підприємств. Проте, як показала практика 2020 р., не всі підприємці зуміли швидко пристосуватися до нових викликів. В умовах 2022 року, коли надзвичайно складно щось прогнозувати підприємці повинні існувати, розвиватися. Одну з можливостей для розвитку їм може дати інноваційний маркетинг.

Відсутність достатнього фінансування та нові умови ведення бізнесу вимагають від керівництва та власників підприємств розроблення й впровадження нових сучасних інструментів управління. Основна увага має бути зосереджена на маркетинговій політиці підприємства. Саме аналіз ринків, конкурентів, умов ведення бізнесу, змін на зовнішніх ринках та у фінансовому секторі дає змогу сформулювати сучасні підходи до управління підприємством та вчасно реагувати на структурні зміни ринку. Розроблена маркетингова політика зазвичай передбачає певні інноваційні підходи та інструменти ведення бізнесу й управління підприємством. Отже, на сучасному етапі саме використання інноваційних продуктів та маркетингових технологій дає змогу підприємствам бути конкурентоспроможними та швидко адаптуватися до змін на ринку [1].

На світовий ринок щорічно виводиться близько 100 тис. найменувань нових продуктів, з яких лише 2% є справжніми інноваціями, однак комерційного успіху досягають не більше ніж 25% [2].

Інноваційна діяльність в сфері маркетингу є неможливою без наявності на підприємстві відповідного кадрового та організаційно-управлінського забезпечення. Кваліфіковані, творчі співробітники, їх знання та досвід стануть у майбутньому вирішальним джерелом інновацій, а отже, і переваг у сфері конкуренції.

Однак в Україні існує ціла низка проблем, пов'язаних з людськими ресурсами: 1) незначна кількість людей, що зорієнтовані на розробку новаторських ідей в певній сфері; 2) відсутність спеціалістів, які знають як просунути інновацію в маркетингу; 3) низька освіченість людей в питаннях розробки креативних проектів; 4) відсутність сприятливого середовища для розвитку продукції. Проте вже робляться суттєві зміни у цьому напрямку, акцент при підборі кадрів роблять на спритних, з креативним мисленням.

На сучасному етапі великі українські компанії вже використовують для роботи з клієнтами та засобами їх залучення: ретаргетинг у соціальних мережах, піар в Інтернеті та інші техніки просування продуктів та послуг. Доведено, що інновації маркетингу вкрай важливі для великого бізнесу тому, що надають простір для покращення відношення до свого бренду і можливість отримати новий досвід взаємодії з покупцями. Найбільш використовуваними видами

*Науковий керівник – Ю.Л. Філімонов, канд. екон. наук, доцент.

інноваційного маркетингу підприємств середнього та малого бізнесу в Україні є окремі види нововведень – зміни упаковки та дизайну товару. Також останні роки для малого бізнесу суттєвою частиною його маркетингової стратегії є робота с соціальними мережами. Основний потік клієнтів до них йде саме з соціальних мереж. Це пов'язано с дешевою та надзвичайно ефективною рекламою.

У сучасних умовах господарювання інноваційна діяльність стає одним з головних факторів розвитку промислових підприємств. У 2018 р. інноваційну діяльність здійснювали 777 промислових підприємств, або 16,4 % від їх загальної кількості. Із загальної чисельності інноваційно активних підприємств здійснювали внутрішні та зовнішні науково-дослідні роботи — 36,6%, купівлю машин, обладнання та програмного забезпечення — 41,2%, придбання інших зовнішніх знань — 5,1%, інші роботи — 17,1% підприємств. Витрати на інновації в 2018 році склали 12180,1 млн грн, що становить 0,4% до загального обсягу реалізованої промислової продукції (товарів, послуг). За видами економічної діяльності найбільша питома вага інноваційно активних підприємств припадає на виробництво продуктів харчування, напоїв, тютюнових виробів [3].

Маркетинговими інноваціями може бути:— впровадження значних змін в дизайн товарів і послуг, упаковку. Зміни в дизайні продукту, що є частиною нової маркетингової концепції, співвідносяться до змін у формі і зовнішньому вигляді товару, які не впливають на його функціональні характеристики;

— реалізація нової маркетингової стратегії, яка орієнтується на збільшення чисельності споживачів або розширення ринків збуту;

— застосування нових прийомів просування товарів (наприклад, нові рекламні концепції, імідж, бренд, методи індивідуалізації маркетингу);

— використання нових каналів продажів (прямі продажі, Інтернет-торгівля, ліцензування продуктів і послуг);

— введення нових концепцій презентації товарів у торгівлі (демонстраційні салони, веб-сайти тощо);

— використання нових цінових стратегій при продажу товарів і послуг [4].

Впровадження маркетингу інновацій в діяльність промислових підприємств є вирішальним чинником підвищення їх конкурентоспроможності, оскільки інновації це не тільки технічна, виробнича та комерційна категорія, але й характеристика творчого потенціалу підприємства. Активне впровадження в процес виробництва новітніх досягнень науки і техніки та використання інноваційних технологій дає змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Сьогодні велику увагу приділяють основним складовим маркетингового інноваційного потенціалу, механізмам їх створення та поширення, а також визначення галузей економіки України, підприємства яких потребують у своїй діяльності нагального використання саме елементів інноваційного прогресу. Отже, маркетингові інновації, залишаються основними чинниками конкурентоспроможності підприємств. Вміння виявити щось нове у звичному, відкрити його перспективу, швидко впровадити у діяльності підприємств – ось основні завдання, які стоять перед керівниками фірм та організацій. Визначення

перспективних напрямків маркетингового інноваційного процесу, формування середовища, сприйнятливого до інновацій, координування зусиль являються сутністю системи управління ринковою діяльністю. А всебічна реалізація маркетингового інноваційного потенціалу в масштабах України забезпечить її конкурентоспроможність на світовому ринку і соціально-економічне зростання.

Список використаних джерел:

1. Москаленко, В.А. Маркетингові інновації в наукоємних галузях економіки. Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти : монографія / за заг. ред. М. М. Забаштанського. Чернігів: ЧНТУ, 2020. С.176-1874 2. Киселев Б. Стратегические факторы успеха маркетинговых инноваций / Б. Киселев, В. Дегтярева // Маркетинг. - 2007. - №5. - С. 50-59; 3. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. — Київ: Державна служба статистики. - 2019. - 108 с.; 4. Шустов А.А. Маркетингові інновації як одне з найважливіших напрямів інноваційної політики. *Молодий вчений*. 2013. № 9. С. 258-263.

Мостова А.Д., д-р екон. наук
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

Цифрові маркетингові інновації та їх роль у стратегії цифрового маркетингу

В останні роки спостерігалось величезне зростання онлайн-трафіку, що дало брендам можливість взаємодіяти з цільовою аудиторією за допомогою різноманітних цифрових маркетингових ініціатив. Згідно зі звітом Global Industry Analysts Inc., у 2020 році світовий ринок цифрової реклами та маркетингу склав 350 мільярдів доларів США. Очікується, що до 2026 року він досягне 786,2 мільярда доларів завдяки зростанню кількості компаній, які інвестують у інноваційні стратегії цифрового маркетингу [1]. Інновації цифрового маркетингу – це креативні ідеї, створені цифровими маркетологами для охоплення цільової аудиторії за допомогою маркетингових цифрових каналів та сучасних інноваційних технологій. Завдяки креативним ідеям і новим технологіям бренди збільшують продажі та отримують більше лояльних клієнтів.

Штучний інтелект посідає особливе місце у стратегії цифрового маркетингу. Технологія може аналізувати моделі пошуку та поведінку споживачів, використовувати дані з платформ соціальних мереж, і допомагати бізнесу зрозуміти, як клієнти знаходять будь-які продукти чи послуги. Таким чином, дуже скоро штучний інтелект стане основою використання багатьох сервісів [2]. Уже сьогодні технологія успішно реалізована у сферах рекомендацій щодо продукції, персоналізації електронної пошти, транзакцій електронної комерції тощо. Одним із найкращих прикладів штучного інтелекту є бот-месенджер Facebook, створений компанією Mastercard. Він розшифровує, чого хоче клієнт, і відповідає на його запити як реальна людина.

Оптимізація веб-сайту бізнесу для голосового пошуку – це перспективний спосіб підвищити лояльність до бренду та збільшити продажі [5]. Наприклад, Jetson.ai працює з такими пристроями, як Google Home і Alexa, щоб люди могли купувати на веб-сайті товари та послуги за допомогою голосового пошуку. Завантаживши пункти меню або каталог на інформаційну панель Jetson, функціонал починає працювати на охоплення нових клієнтів, які хочуть зручно здійснювати покупки [3]. Це цікаво для таких галузей, як ресторани, роздрібна торгівля та готельний бізнес.

Чат-боти стануть важливим активом у цифровому маркетингу. Крім того, чат-боти на основі штучного інтелекту використовують функцію обміну миттєвими повідомленнями, щоб спілкуватися з клієнтами в режимі реального часу вдень і вночі. Багато клієнтів віддають перевагу спілкуванню з чат-ботом, оскільки він доступний цілодобово і без вихідних, точно запам'ятовує всю історію покупок і, що найважливіше, ніколи не забуває про клієнтів [1].

Маркетинг впливу стає все більш затребуваним, оскільки зосереджується на взаємодії з ключовими лідерами думок для поширення згадувань про бренд у медійному просторі. 63% споживачів довіряють відгукам впливових осіб про продукти набагато більше, ніж тому, що говорять про себе бренди [3].

Набуває популярності такий інструмент, як історії в соціальних мережах (storytelling). Snapchat був піонером, який представив концепцію «Моя історія», потім були представлені історії в Instagram і Facebook. Пізніше YouTube представив власний формат історії – Reels. Історії в соціальних мережах мають певні переваги, такі як підвищення впізнаваності бренду, постійне залучення, швидкий спосіб повідомити щось своїм шанувальникам і збільшення трафіку на веб-сайт [4]. Push-повідомлення у браузері використовують у своєму бізнесі 85% онлайн-магазинів [3]. Оновлення GDPR (Загальні правила захисту даних) і суворіші фільтри знизили потенціал e-mail-маркетингу. Крім того, молодша аудиторія віддає перевагу іншим методам комунікації та вважає за краще мати справу з меншою кількістю точок дотику під час взаємодії з брендами [4]. Згідно з опитуваннями, у 2020 році все більше брендів використовували push-повідомлення у браузері, оскільки вони більш складні та персоналізовані. Насправді персоналізовані push-сповіщення збільшують конверсії до 54% порівняно з лише 15% для загальних повідомлень [3]. Вони чудово працюють у повторному залученні користувачів, які виявили інтерес, але не завершили покупку.

Більш креативний, глибокий і персоналізований контент-маркетинг має величезний потенціал для зростання цифрового маркетингу. Споживачу потрібен більш глибокий та цінний контент, який має бути важливим елементом сучасної стратегії цифрового маркетингу компанії. Прикладом використання цього інструментарію є Amazon. Коли клієнт заходить на веб-сайт або в додаток Amazon, з'являються шаблони пошуку або товари, які він зазвичай купує, що сприяє в цілому зростанню конверсій. Персоналізація контенту краще впливає на просування споживача через воронку продажів, підвищуючи ефективність маркетингової цифрової стратегії [1].

Доповнена реальність (Augmented Reality, AR) – технології, які доповнюють реальний світ, додаючи будь-які сенсорні дані. Незважаючи на назву, ці технології можуть як привносити в реальний світ віртуальні дані, так і усувати з нього об'єкти [5]. Основною метою доповненої реальності є підвищення впізнаваності бренду, більше залучення клієнтів і зростання сприйнятої цінності. AR набагато вигідніший з маркетингової точки зору, ніж VR. Експерти прогнозують, що AR випередить VR за часткою ринку [2].

AR змінить цифровий маркетинг, оскільки наявність цікавої програми доповненої реальності, яка дає користувачам незабутні враження, допоможе створити ажіотаж для бренду. Тому бренди все частіше використовують цю технологію для покращення досвіду клієнтів та збільшення продажів. Простим прикладом є програма IKEA Place, яка дає змогу сфотографувати свою кімнату зі свого телефону та віртуально розмістити меблі у ній, а також рухатися кімнатою, щоб уявити, як будуть виглядати меблі у інтер'єрі [3].

Маркетинг, орієнтований на місцезнаходження, не є чимось принципово новим, але експерти очікують активнішого використання геолокації та зростання інвестування у цей інструмент на 2,4 мільярда доларів до 2023 року [3]. Геолокації не тільки дешеві та відносно прості у застосуванні, але й дуже ефективні для місцевого бізнесу. Компанія може додати більш конкретні дані геотаргетингу до локальних налаштувань онлайн-кампаній, що підвищує ефективність рекламної кампанії. Що стосується місцевих компаній, то чим більш локально націленим буде рекламне повідомлення, тим краще воно працюватиме з місцевими клієнтами [2]. Це дозволяє здійснювати таргетинг у реальному часі на основі місцезнаходження користувачів, наприклад, на певній відстані від ресторану. Коли потенційний клієнт входить у цю зону, він отримує push-повідомлення, текстове повідомлення або будь-яку іншу форму маркетингової комунікації.

Автоматизація маркетингу сприяє зростанню потенційних клієнтів, конверсій і продажів, але за менших зусиль. Для маркетингових експертів автоматизація надає можливість підвищити ефективність, знизити витрати та покращити взаємодію з клієнтами [1]. Станом на 2020 рік близько третина компаній у всьому світі використовує штучний інтелект принаймні в одному процесі продажів [3].

Отже, щоб виділитися з-поміж жорсткої конкуренції, бізнес має інвестувати у цифровий маркетинг зі справді креативними та інноваційними ідеями. Глобальні тенденції цифрового маркетингу є динамічними та орієнтовані не лише на використання інноваційних технологій, а й на персоналізацію контенту та підвищення цінності для потенційного споживача. Для експертів, що працюють у сфері цифрового маркетингу, зміни є невід'ємною частиною роботи. Тому необхідно використовувати інноваційні технології цифрового маркетингу, щоб отримати перевагу над конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Raegan L. (2022) Innovative digital marketing strategies (and how to implement them well). URL: <https://blog.paperturn.com/blog/innovative-digital->

[marketing-strategies](#) (дата звернення: 30.10.2022); 2. Lahuerta-Otero, E., & Cordero-Gutiérrez, R. (2022). Artificial Intelligence and Personality Tests: Connecting Opportunities. *Journal of Innovations in Digital Marketing*, X(X), 1-5; 3. Miller E. (2019). How Is Digital Innovation Changing Marketing? *Innovation Management*. URL: <https://innovationmanagement.se/2019/12/17/how-is-digital-innovation-changing-marketing/> (дата звернення: 30.10.2022); 4. López-Barceló, A., & López, M. (2022). Influencers' Promoted Posts and Stories on Instagram: Do They Matter?. *Journal of Innovations in Digital Marketing*, 3(1), 14-28; 5. Pagottoon D. (2022). What the future holds for digital marketing innovation. *Collective Campus*. URL: <https://www.collectivecampus.io/blog/what-the-future-holds-for-digital-marketing-innovation> (дата звернення: 30.10.2022)

**Муштай В.А. канд. екон. наук, доцент
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Інноваційні підходи до управління маркетингом на підприємствах туристичної індустрії

Якість туристичних продуктів є невід'ємною від обслуговування клієнтів, що й визначає туризм як високо контактну сферу. Посилення конкуренції на ринку туристичних послуг призводить до того, що суб'єкти туристичної індустрії поступово починають змінювати маркетингову стратегію з традиційної на стратегію, в основі якої покладається становлення та розвиток взаємовигідних, довготривалих відносин із клієнтами. Окреслена ситуація призводить до розуміння необхідності пошуку та запровадження інноваційних підходів до управління маркетингом на підприємствах туристичної індустрії. Теоретичною та методологічною основою одного з таких підходів є концепція маркетингу відносин.

Запровадження концепції маркетингу відносин в маркетингову діяльність підприємств туристичної індустрії здійснюється за двома окремими, проте взаємопов'язаними напрямками формування двосторонніх зв'язків між різними учасниками туристичного ринку з метою отримання двосторонньої вигоди.

Перший напрямок обумовлює зв'язки між ринком організацій та власне постачальниками, товаровиробниками, посередниками, споживачами – підприємствами туристичної індустрії через маркетинг партнерських відносин. За другим напрямком формуються взаємовідносини між ринком споживачів та туристичними підприємствами, споживачами туристичних продуктів за програми маркетингу лояльності [1, с. 110].

Концепція маркетингу взаємин виходить з того, що без використання комунікативних та соціальних характеристик (організаційна культура, особисті характеристики персоналу, створення атмосфери довіри і обов'язковості, ймовірність безконфліктного вирішення проблемних ситуацій, особисті контакти) ефективність маркетингової діяльності в туризмі обмежена і не дозволяє підприємству розвиватися так, як того вимагає ринкова ситуація [2].

Враховуючи особливості туристичної індустрії, взаємини із споживачами туристичного продукту доцільно вважати за один з найбільш важливих ресурсів туристичного підприємства. Саме тому, за сучасних конкурентних умов ведення туристичного бізнесу запорукою успіху на туристичному ринку, окрім власне самого високоякісного туристичного продукту, з однієї сторони стає інтелект, комунікабельність, особисті характеристики, здібності персоналу, що взаємодіє з клієнтами, а з іншої - максимально повне використання суб'єктом туристичного підприємництва інструментів маркетингу відносин, зокрема: встановлення довіри; етичне поводження на ринку; директ маркетинг; маркетинг в місцях продажу туристичного продукту; індивідуальний підхід до кожного клієнта; event маркетинг; Інтернет – маркетинг; вірусний маркетинг; виставки; Web 2.0.; простір із зануренням тощо.

Туристичне підприємство в межах імплементації концепції маркетингу відносин в свою маркетингову діяльність має визначити рівень, на якому воно бажало б будувати відносини з своїми споживачами обраних цільових ринкових сегментів та окремими споживачами туристичних продуктів. Зокрема, пасивний рівень, за якого туристичний агент здійснює лише продаж туристичного продукту споживачеві, без будь – яких подальших дій; реагування - туристичний агент здійснює продаж туристичного продукту споживачеві пропонуючи допомогу в разі виникнення у клієнта додаткових питань чи проблем; відповідальний - через деякий час після продажу туристичного продукту турагент цікавиться думкою споживача про якість, з'ясовує ступінь його задоволення від споживання туристичної послуги; рівень партнерства - туристичний агент періодично підтримує відносини з споживачем туристичного продукту (привітання до свята, спеціальні пропозиції від туроператора); проактивний - постійна робота з споживачем турпродукту, щоб домогтися максимального ступеня прихильності його прихильності.

Отже, однією з нових сучасних маркетингових концепцій для маркетингово орієнтованих підприємств туристичної індустрії є концепція маркетингу відносин, яка власне спрямовується на формування довготривалих та міцних взаємовідносин з споживачами туристичних продуктів через якісне обслуговування, внаслідок успішної ідентифікації їх потреб та ретельного вивчення споживчої поведінки. Ефективна реалізація концепції маркетингу відносин в практичну діяльність туристичних підприємств обумовлена високим рівнем задоволення споживачів туристичних продуктів продовж тривалого часу та ефективним управлінням сукупністю взаємин, які виникають в процесі діяльності з бізнес – партнерами та індивідуальними споживачами.

Визначаючи стратегічні орієнтири розвитку маркетингу туризму слід розуміти, що маркетинг не є тільки рекламою та засобом впровадження на ринок готового туристичного продукту, а є стратегічним, спрямованим на перспективу процесом, що включає власне створення туристичного продукту та його просування на ринку задля ефективного продажу. Маркетингова робота в перспективі має бути тісно пов'язана як із задоволенням потреб окремих споживачів цільового сегмента, так і з забезпеченням наявності потрібного

туристичного продукту за визначеною ціною, у визначений час та у визначеному місці його продажу.

Список використаних джерел:

1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип.7. С. 107 – 113. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/20.pdf (дата звернення: 14.09.2022);
2. Данько Н.І., Курінна С.С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2018. Вип. 7. С. 102 – 108. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/10501> (дата звернення: 14.09.2022).

Петруня В.П. канд. екон. наук, доцент
Бондарєва А.А. здобувач вищої освіти
Університет митної справи та фінансів, Україна

Маркетингове планування як складова бізнес-управління

Ефективність роботи того чи іншого підприємства значною мірою залежить від якості управлінської роботи щодо планування. Планування бізнес-діяльності має орієнтуватися на зовнішні фактори (насамперед, на потреби цільової аудиторії) та на внутрішні (ресурсні та інші можливості).

Неякісне планування безумовно негативно відобразиться на ефективності роботи підприємства, адже, перш за все, проблеми в плануванні позначаються на результативності бізнесу, на досягненні конкретних показників, якими вимірюється ефективність тих чи інших дій. Неякісне планування також суттєво позначається на мотивації як менеджерів, так і звичайних працівників.

Чим відрізняється маркетингове планування від інших видів планування? Маркетингове планування орієнтоване на побудову процесів з фокусом на потреби споживача і пошук шляхів задоволення цих потреб ресурсами того чи іншого підприємства.

Функції, що виконує маркетингове планування: конкретно сформульовані проміжні, кінцеві цілі та завдання; врахування потреб цільової аудиторії; оцінка сильних та слабких сторін підприємства; попередження загроз та найбільш ефективного використання ресурсів; розробка заходів задля досягнення показників відповідно до встановлених цілей [1].

Процес планування маркетингової діяльності підприємства можна поділити на три наступні етапи:

1. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища (ситуаційний аналіз).
2. Формування маркетингових цілей.
3. Розробка плану маркетингу [2].

Далі менеджери мають забезпечити ефективну реалізацію прийнятого плану, контроль показників та оцінку результатів.

Таким чином, маркетингове планування націлене на формування ринкових цілей та їх реалізацію відповідно до можливостей компанії. Маркетингове планування діяльності підприємства – це невід’ємна частина ринково-збутової діяльності будь-якого підприємства.

Контролінг – певний заключний етап в оцінюванні результатів. За його підсумками може відбуватися коригування маркетингових планів відповідно до змін в зовнішньому чи внутрішньому середовищі. При чому – рішення про зміни мають бути швидкими – це одна з умов конкурентоспроможності підприємства.

Менеджери різних рівнів займають важливу роль у реалізації прийнятої маркетингової стратегії. За кожною ланкою виробництва, за кожною ланкою маркетингової діяльності стоїть, перш за все, персонал, що фактично виконує ті чи інші функції та завдання. Від ефективного управління значною мірою залежить життєздатність підприємства [3]. Менеджери підприємства – це суб’єкти, які здійснюють аналітичну, планову, організаційну та контрольну роботу щодо досягнення ринкових цілей підприємства.

Список використаних джерел:

1. Пойта І.О., Боровська О. Маркетингове планування діяльності підприємств. *Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в XXI ст.*; зб. тез та доповідей VIII Міжвуз. наук.-практ. конф. Житомир. 2018. С. 7-9;
2. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. Посіб. Вид. 3-тє, переробл. і доповн. Дніпро, 2016. 362 с.;
3. Барило В.Б. Менеджмент у підприємстві як мистецтво управління. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: Міжн. наук.-практ. конф.* Львів. 2022. С. 34-36.

Романюк І.А. д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інноваційний маркетинг як інструмент конкурентоспроможного бізнесу

В умовах кризових явищ у світовій економіці та Україні найбільшу значущість у процесах виробництва мають інтелектуальні ресурси, їх використання безпосередньо пов’язане з інноваційними процесами. Актуальним завданням вітчизняної економіки є розробка дієвих та сучасних механізмів управління, що відповідають ринковим вимогам та перетворенням. Особливе місце в системі управління підприємством (організацією) має відводитися комплексній та цілеспрямованій роботі в галузі інноваційного маркетингу.

В умовах глобалізаційних змін та жорсткого конкурентного середовища на світовому ринку торгово-інвестиційні потоки створюють економічний простір. Для цього потрібен комплекс технологій інноваційного маркетингу, таких як інтернет-технологій, брендингу та технологій захисту інтелектуальної власності, які мають сприяти підприємствам успішно конкурувати у сучасних ринкових умовах. Результати поєднання в комплексі технологій інноваційних напрямів та маркетингових можливостей в окремих промислових секторах країни могли б стати стимулом загальної активності, призвести до підвищення

конкурентоспроможності підприємств та галузей економіки та інтенсифікації процесів участі вітчизняних брендів на світових товарних ринках.

Інноваційний маркетинг як концепція маркетингу спрямовано на формування чи виявлення попиту ринку нововведень із метою задоволення запитів споживачів під час використання нових ідей щодо товарів, послуг і технологій. При правильному застосуванні інноваційних маркетингових технологій підприємства отримують конкурентні переваги та можливість прогнозувати споживчу поведінку, а також прогнозувати поведінку партнерів та конкурентів, замовників та можливість здійснювати на них активний вплив.

Інноваційна активність організацій має характеризувати ступінь участі організації (підприємства) у здійсненні інноваційної діяльності загалом чи окремих її видів протягом певного періоду часу. Рівень інноваційної активності організації зазвичай визначається як відношення числа організацій, які здійснюють маркетингові, технологічні чи організаційні інновації, до загальної чисельності, обстежених та проаналізованих за певний тимчасовий період організацій у країні, галузі, регіоні тощо. Інноваційний маркетинг включає місію і мету організації, філософію мислення, область науково-дослідних робіт, стиль поведінки та управління. Це органічне, а не нав'язане новаторство, особливий тип відносин, і повне прийняття ризику.

Інноваційна діяльність як вид діяльності, пов'язаний з трансформацією ідей (зазвичай результатів науково-дослідних розробок або інших науково-технічних досягнень) в технологічно нові або вдосконалені технологічні процеси або способи виробництва (передачі) послуг, використані в практичній діяльності. Інноваційна діяльність передбачає сукупність наукових, технологічних, організаційних, фінансових та комерційних заходів, і саме у своїй комплексності вони призводять до інновацій.

Посилення конкуренції потребує розвитку бізнесу шляхом підвищення рентабельності виробництва та розширення асортименту. Компанії, випускаючи на ринок нові товари, розширюють свій асортимент продукції, і навіть закріплюють у себе нову товарну категорію. Інноваційний маркетинг є одним із напрямів діяльності підприємства задля забезпечення конкурентоспроможності на галузевому ринку. Інноваційний маркетинг спрямований на найбільш повне споживче задоволення і розширення категорій споживачів товарів та послуг, освоєння нових збутових ринків з підвищення обсягів продажів.

Список використаних джерел:

1. Романюк І.А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. *Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі*: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206; 2. Бабко Н.М. Мандич О.В., Сєвідова І.О. та ін. Поведінка споживача: навчальний посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.; 3. Романюк І., Азізов О., Заїка О., Мандич О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.

Тебенко В.М., канд. екон. наук, доцент
Плясецька В.Р., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Україна

Трансформація маркетингу під впливом цифрових технологій

На сьогодні майже кожна сфера діяльності змінюється під впливом цифрових технологій. Маркетинг трансформувався кардинально – від класичного підходу до повної цифровізації. Вся маркетингова діяльність тепер проходить у цифровому просторі: аналіз, дослідження, просування, продаж. Розглянемо детальніше термін «цифрової трансформації».

Цифрова трансформація – це зміна організаційної культури і впровадження нових цифрових технологій та комунікацій, які розширюють можливості сфери [1]. Відповідно, це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства.

Цифрова трансформація передбачає не тільки зміну інструментів та методів роботи на більш сучасні варіанти, а й зміну у підході управління, контролю та комунікації. Ефективність роботи та продуктивність праці у зв'язку з трансформацією підвищується, а неефективні витрати зменшуються.

Через повільні темпи трансформації, традиційні компанії будуть витіснені з ринків гнучкими, клієнтоорієнтованими, швидкими, інноваційними компаніями. Вони виникають на стику різних індустрій, переосмислюють традиційні бізнес-моделі, впроваджують нові, більш ефективні рішення [2].

Використання даних та технологій для підтримки маркетингової діяльності створило нову термінологію: цифровий маркетинг, електронний маркетинг, веб-маркетинг, діджитал маркетинг. Для маркетингологів з'явилися нові інструменти роботи – соціальні мережі, аналітика цифрових даних, маркетингплейси, сайти, хмарні технології тощо. Цифровізація залежить від об'єктивних умов та сучасних тенденцій розвитку [3].

Розглянемо дані таблиці 1. Отже, більшість параметрів мають прямий вплив на маркетингову діяльність. Спеціалістам необхідно займатися постійним моніторингом новітніх технологій, та як вони можуть підвищити ефективність роботи й допомогти досягти вищих результатів.

Перевагами трансформації маркетингу з класичного у цифровий є легкість доступу до ресурсу, відсутність територіальних обмежень, активне залучення цільової аудиторії, оперативний аналіз кампаній у реальному часі.

Таким чином, цифрові технології трансформують галузь маркетингу в позитивний бік, підвищуючи ефективність діяльності. Кожна сфера бізнесу проходить етап цифровізації, а підприємці, які нехтують змінами потерпають збитки та стають менш конкурентоздатними. В епоху Інтернету про будь-яке відкриття можна дізнатися онлайн та протестувати на власному проекті. Головне – не поспішати, а аналізувати доцільність тієї чи іншої технології у даному бізнесі чи сфері.

Таблиця

Вплив цифровізації на галузь маркетингу

№	Параметр	Вплив на галузь маркетингу
1	широке запровадження технологій блокчейн та криптовалют	непрямий
2	розроблення нових функцій доповненої реальності і доступність обладнання для віртуальної реальності	прямий
3	розвиток технології хмарних обчислень та запровадження технології туманних обчислень	прямий
4	розвиток штучного інтелекту, «машинне навчання», нейромережі	прямий
5	широке запровадження чат-ботів та віртуальних помічників	прямий
6	розвиток робототехніки, робототехнічних систем (3D-принтерів і 3D-сканерів)	непрямий
7	розвиток систем захисту даних в інформаційних системах та протидія кіберзлочинності	прямий

Цифрова трансформація бізнесу - рушійна сила, що сприяє його просуванню, підвищенню конкурентоспроможності. Це також дозволить йому адаптуватися до нових стандартів, потреб споживачів які змінюються.

Основними перевагами діджиталізації бізнесу є:

- Економія часу та підвищення продуктивності;
- Оптимізація та покращення комунікацій;
- Можливість виходу на новий рівень обслуговування споживачів;
- Формування іміджу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Кулинич М.Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Економіка, управління та адміністрування*. № 3(89). 2019. С. 8–15; 2. Бахчеван Е.В., Данько Т.О. Цифрова трансформація економіки. *Моделі розвитку економіки: новітні технології в менеджменті, обліку та фінансах: Зб. наук. праць за матеріалами ВВПК 22*. 2019. С. 32-34; 3. Биков В.Ю. Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки України. 2019.

**Худавердієва В.А. канд. екон. наук, доцент
Баранова К. М. здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Маркетингові технології крос-маркетингу для просування послуг туристичної організації

Індустрія туризму є високоприбутковим, складним, міжгалузевим комплексом, важливою складовою світового та українського ринку послуг. Розвиток туризму для багатьох країн і регіонів є пріоритетним напрямом економічного розвитку, всебічно сприяє підвищенню життя населення [1,2]. Стратегічну конкурентну перевагу на ринку туристичних послуг неможливо завоювати тільки на основі специфіки та особливостей продукту, тому в сучасних умовах до найбільш значущих вчені-економісти відносять питання формування стратегії маркетингових комунікацій, використання інноваційних шляхів та методів управління просуванням туристичних послуг від ініціаторів комунікаційної активності до контактних аудиторій [3].

Крім цього, якщо раніше об'єктом комунікаційної діяльності на ринку туристичних послуг виступали в основному анонімні групи покупців, то сьогодні ними є споживачі, що ідентифікуються, взаємодії з якими необхідно приділяти особливу увагу. В умовах зростаючого значення ставлення споживачів до підприємств і виробляємим їми послугам даний аспект набуває особливої актуальності. Однак економічним аспектам комунікацій, питанням організації та ефективності впливу маркетингових комунікацій на конкурентоспроможність компаній індустрії та інфраструктури туризму приділяється менша увага вчених. Мало вивчено особливості управління маркетинговими комунікаціями у туризмі на галузевому та регіональному рівнях в умовах глобалізації ринків. Вищевикладене визначає актуальність теми дослідження. Мета дослідження полягає у розробці теоретичних підходів до управління маркетинговими комунікаціями на ринку туристичних послуг у сучасних умовах. Застосування маркетингової технології крос-маркетингу буде ефективним та результативним у процесі просування послуг туристичної організації, якщо діяльність учасників крос-заходів буде попередньо узгоджена та прописана в угоді у рамках реалізації крос-маркетингових акцій. Вдалими прикладами застосування інструментів крос-маркетингу в різних сферах бізнесу можуть бути:

1. Продаж телефонних пристроїв і гаджетів + пропозиція всіляких послуг операторів зв'язку. Даний прийом може взяти на озброєння туристичне підприємство, що реалізує туристичні продукти виїзного та внутрішнього туризму, надаючи своїм клієнтам скористатися послугами певного оператора мобільного зв'язку. Або надаючи туристичний продукт екстремального виду туризму, пропонувати страхові продукти певної страхової компанії щодо додаткового страхування життя або страхування від нещасного випадку.

2. Продаж автотранспортних засобів в автосалонах або дилерських центрах + продаж полісу з автострахування конкретної страхової компанії або надання кредиту конкретної банківської установи на придбання автомобіля. У практиці

діяльності туристичного підприємства також можливе надання фінансових послуг банківських установ на придбання туристичного продукту, можливі спеціальні пропозиції у вигляді кредитних карток і зниженою кредитною ставкою.

3. Реалізація комп'ютерів, планшетів, тощо + ліцензійне програмне забезпечення чи комп'ютерні ігри. Туристичне підприємство може спільно з ІТ-компаніями реалізовувати туристичні продукти та віртуальні екскурсії, що надають можливості не лише попереднього знайомства з туристичним об'єктом, а й можливість спланувати маршрут та зміст своєї туристичної програми; а також віртуальні ігри що дозволяють в ігровій формі відчути себе учасником туристичної дії.

4. Реалізація спортивного одягу + рекламні пропозиції фітнес-клубів, спортзалів та тренажерних залів. Туристична компанія, що реалізує туристичні продукти активного або екстремального туризму, може також надавати рекламну інформацію про спортивні магазини, які надають можливість придбання спеціалізованого екіпірування для їхнього майбутнього відпочинку, а також можливість додаткової знижки на спортивний одяг.

5. Послуги квіткових салонів + шоколадний набір, подарунковий сертифікат тощо. Підприємство сфери туризму може реалізовувати або дарувати у вигляді сувенірної продукції, якою можна оформити офіс туристичної організації, так і продати як нагадування про відпочинок рідним та друзям; продукції підприємств міста або країни, що планується для відвідування або можливої в якості додаткової послуги (наприклад, шоп-тур, відвідування хутряної фабрики, заводу шампанських вин).

6. Спільна діяльність меблевих салонів та дизайнерських агентств. Подібна практика можлива для туристичної організації у вигляді співробітництва зі школами з навчання іноземних мов. Туристична організація може надавати освітні тури, які надають можливість мовної практики. Також підприємства сфери туризму можуть організовувати гастрономічні тури, об'єднавшись із елітними підприємствами громадського харчування, що надають страви національної кухні.

7. Взаємовигідне співробітництво великих авіакомпаній та готельних підприємств, що надають знижки на послуги. Спільна діяльність проводиться і між великими туроператорами та підприємствами готельного господарства, яка реалізується через: веб-камери на території готельних підприємств, які дозволяють в режимі реального часу вивчити особливості засобу розміщення; відеоролики, фільми - професійно підготовлені матеріали дозволяють сформулювати сприятливе враження про об'єкти туристичної значущості, мотивувати клієнтів фірми на особисте знайомство з ними; 3D панорами, що розміщуються на сайтах туристичної організації, що забезпечують об'ємне представлення туристичного об'єкта.

8. Проведення спільних заходів щодо стимулювання збуту наданих послуг неконкуруючих фірм, таких як дилерські центри та спортивні магазини, кафетерії та спорт-бари тощо. В індустрії туризму подібні заходи можливі рамках святкування національних свят, що поєднують діяльність туристичних

підприємств та підприємств громадського харчування, турфірм та сувенірних чи книжкових магазинів з одночасною роздачею сувенірної продукції та знижок на туристичні продукти у межах даної тематики.

9. І нарешті, створення та функціонування дисконтних клубів, що об'єднують різні організації, що надають супутні товари та. До них можна віднести туристичні організації, засоби розміщення, підприємства громадського харчування, транспортні організації, екскурсійні бюро та ін., які надають знижку на послуги, що надаються цими підприємствами-партнерами в рамках реалізації крос-маркетингу. Таким чином, для ефективного використання можливостей крос-маркетингу при просуванні туристичних послуг необхідна попередня розробка та узгодження умов співробітництва, проведення рекламної кампанії, умов фінансування крос-заходів тощо.

Концепція маркетингу в індустрії туризму повинна мати єдиний і комплексний характер. В якості специфічних особливостей маркетингу в туризмі можна визначити: 1. Основне завдання туристського маркетингу не пасивне слідування за попитом, а активне його формування з урахуванням прогнозу його розвитку. 2. При формуванні туристичного продукту набуває великої значущості ретельність у його розробці. 3. При реалізації туристського продукту особливо важливо проводити достовірні інформаційні заходи стосовно клієнтів. 4. Оскільки в Україні значення фактору сезонності у сфері туризму досить велике, це формує потребу в період міжсезоння приділяти підвищену увагу маркетинговим заходам, що дозволить туристичному підприємству бути менш залежним від фактору часу. 5. У системі управління маркетингом у туризмі необхідно враховувати крім матеріальних аспектів, психологічний та емоційний стан споживача, а також його індивідуальні особливості. 6. У зв'язку з тим, що туристський продукт включає як речовинні, так і нематеріальні компоненти, велике значення приділяється функції координації маркетингової діяльності кожного учасника виробництва туристських послуг, і навіть регулювання туризму на державному рівні [4].

Список використаних джерел:

1. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни. XIII Міжнародний економічний форум. 2013. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/.
2. Лебедев І. В. Сталий розвиток туризму : досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*; за ред. : М. І. Звєрякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. №3(67). С. 162–173.
3. Заячківська Г. Моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму. *Журнал європейської економіки. Том 16. Номер 2 (61)*. Квітень-червень 2017 р. С. 241-255.
4. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму і подорожей. URL: <https://wttc.org/Research/Insights>.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Retrieved from URL: <https://www.weforum.org/reports>

Худавердієва В.А. канд. екон. наук доцент
Загоруйко С.Г. здобувач вищої освіти ступеня магістра
Державний біотехнологічний університет, Україна

Крос-маркетинг у просуванні туристичних послуг

В даний час туристичні організації освоїли багато маркетингових технологій просування туристських послуг. У рамках цього дослідження пропонується використання можливостей технології крос-маркетингу у процесі просування туристичних послуг. Ця маркетингова технологія з'явилася наприкінці 90-х років ХХ століття і була заснована на взаємодії кількох організацій, що об'єднали свої зусилля та ресурси з метою спільного виробництва, просування та реалізації товарів та послуг. Дослідники вважали, що застосування технології крос-маркетингу характеризує «...взаємне розуміння та визнання того, що успіх конкретної фірми тепер частково залежить від іншої фірми...» [1].

В даний час існує суперечність між затребуваністю даної технології в різних сферах бізнесу та відсутністю єдиного підходу до визначення технології крос-маркетингу.

Аналіз зарубіжної та вітчизняної літератури дозволив виділити основні визначення цієї маркетингової технології.

Крос-маркетинг - це організація спільних акцій двох чи кількох підприємств із просування власної продукції.

Крос-маркетинг - спільне просування послуг двох чи кількох організацій, які конкурують одне з одним.

Крос-маркетинг - взаємообмін клієнтськими базами різнопрофільних організацій.

Крос-маркетинг - спільна робота кількох підприємств з просування взаємодоповнюючої продукції [2].

Під крос-маркетингом розуміється перетин супутніх товарів чи послуг у рамках єдиної PR-кампанії, що реалізується двома чи кількома організаціями.

Також під крос-маркетингом розуміється технологія перехресного просування товарів чи послуг двома чи більше організаціями у рамках єдиної програми з метою стимулювання продажів або підвищення рівня поінформованості про товар чи фірму.

Таким чином, можна виділити загальне серед перерахованих визначень даної технології маркетингу:

- взаємодія двох чи кількох не конкуруючих фірм;
- взаємодоповнення товарів чи послуг розглянутих організацій;
- організація спільного заходу щодо просування товарів чи послуг та підвищення впізнаваності фірми чи послуг [3].

Враховуючи дані особливості, під крос-маркетингом будемо розуміти взаємодію двох або декількох організацій, які здійснюють спільні маркетингові заходи щодо просування взаємодоповнюючих товарів та послуг.

Крос-маркетинг є новою маркетинговою технологією для туристських

організацій, суть якої зводиться до спільного проведення двома або кількома турагентствами заходів, спрямованих на збільшення обсягів продажу туристських послуг та підвищення поінформованості про напрямки діяльності та послуги підприємства туризму.

До основних інструментів цієї маркетингової технології відносяться:

- організація діяльності спільних дисконтних клубів покупців;
- крос-акції щодо підвищення обсягів продажу товарів та послуг (знижки, подарункові сертифікати тощо);
- випуск спільної рекламної літератури;
- спільні інфо-стенди на виставках;
- взаємовигідні проекти культурно-пізнавального та розважального плану;
- загальне чи сусідське розташування торгових площ [4].

Застосування технології крос-маркетингу дозволяє туристичній організації: зменшити рекламний бюджет; підвищити рівень поінформованості клієнтів про діяльність та послуги туристичної організації; максимізувати обсяги продажу; збільшити клієнтську базу турагентства; мінімізувати вартість рекламного контакту; користуватися дорогими різновидами реклами, раніше непосильними через розміри бізнесу; організувати спільну роботу маркетингових відділів [5].

Спільна робота двох чи кількох підприємств у сфері просування товарів та послуг має бути не тільки взаємовигідною, а й задовольняти потреби клієнтів організацій та будуватися з урахуванням наступних принципів:

- організації, що реалізують технологію крос-маркетингу надають супутню продукцію, що не бере участі в конкурентній боротьбі один з одним. Партнерами туристичної організації з крос-маркетингу можуть бути підприємства із суміжних сфер діяльності, що надають якісні товари та послуги, що дозволяють заощадити на вартості та часі (салони краси, що надають послуги з підготовки до відпочинку; фото-салони, що надають послуги друку фотографій з відпочинку);

- організації-партнери мають загальну цільову аудиторію, що характеризується певним способом життя, цінностями та установками. При цьому до туристичної організації висувають вимогу - володіння докладною інформацією про своїх клієнтів відповідно до географічних, демографічних, психографічних та поведінкових факторів. У процесі просування туристичних послуг турагентство має прагнути задовольнити потреби клієнтів в інших сферах життєдіяльності (наприклад, із сімейними ресторанами пропагувати сімейний відпочинок; із салонами для активного відпочинку – спортивний, молодіжний, екстремальний відпочинок тощо);

- організації-партнери, що беруть участь у крос-заходах, надають продукцію в одному ціновому діапазоні (економ варіант, мас-маркет, люкс-послуги). Це правило не стосується подарункової продукції, яку необхідно поширювати лише потенційним покупцям туристичної послуги. Партнери з крос-маркетингу повинні усвідомлювати, що їхній подарунковий зразок повинен потрапити в руки потенційному клієнту, готовому заплатити за туристичний продукт, що відповідає якості [2].

Найважливішим структурним елементом, що лежить в основі та вносить узгодженість, що забезпечує нормальне функціонування маркетингових комунікацій є інформація, яка в сучасних умовах набуває визначальний характер економіки і перетворилася на головний капітал. Маркетингова інформація виходить з чотирьох основних принципів: актуальність, адекватність, релевантність, повнота інформації. Складність управління маркетинговими комунікаціями визначається двоїстою природою цього базисного елемента [3].

По-перше, інформація є тим важливим інструментом управління, за допомогою якого підприємство прагне активно впливати на всіх зацікавлених осіб (споживачів, постачальників, посередників), формує певний імідж та бажану поведінку зазначених осіб щодо підприємства. У цьому сенсі інформація є ефективним інструментом досягнення стратегічних комунікаційних цілей сучасного підприємства. По-друге, інформація є об'єктом управління, стосовно якого застосовні загальноприйняті функції управління: планування, організація, мотивація та контроль. Процеси глобалізації та інформатизації активно впливають на всі галузі економіки. Дані процеси взаємодіють між собою та сприяють якісній зміні ділового світу та системи взаємовідносин у ньому. Збільшення обсягів інформації, її постійне оновлення та покращення якості зумовлюють стрімке збільшення частки надлишкової, дубльованої, неточної інформації, яка отримала назву інформаційних шумів [3]. Їх існування, своєю чергою, не сприяють прийняттю своєчасних раціональних рішень економіки, підвищують транзакційні витрати, знижують ефективність комунікацій. Сучасний етап розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується посиленням влади споживача. Очевидно, що згодом вплив споживача лише посилюватиметься. Важлива роль цьому процесі відведена інформаційним технологіям, які сприяють консолідації споживачів незалежно від своїх національної власності та територіального становища. Зростає роль соціальних мереж, які перетворилися на гнучкий інструмент спілкування та найефективнішого нині маркетингу – маркетингу у соціальних мережах. Вибудовування відносин є ключовим фактором у сучасному діловому світі, і широка аудиторія соціальних мереж стає все більш привабливою спільнотою для організації та ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Ребрикова Н. В. Технологія крос-маркетинг: теорія та практика. *Проблеми та перспективи економіки та управління: матеріали II міжнар. наук. конф.* (м. Київ, червень 2019 р.). К: 2019. С. 84-86;
2. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей. URL: <https://wtcc.org/Research/Insights>;
3. Мельник Є. Організація туристичної діяльності. К:Ампаро, 2018. 214 с.;
4. Новіков В.С. Інновації у туризмі: навчальний посібник. К: Академія, 2019. 208 с.;
5. Волков Ю.Ф. Туристичний бізнес. Вінниця: Фенікс, 2020. 348с.

**Худавердієва В.А. канд. екон. наук, доцент
Найдьонова М. І. здобувач вищої освіти ступеня магістра
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Маркетингова технологія крос-маркетингу

Туризм за існуючими в даний час статистичними класифікаторами виділяється в самостійну галузь національного господарства, є особливим економічним явищем, званим багатьма дослідниками, з деякою часткою умовності, агрегованої галуззю економіки [1]. Агрегування є укрупнення економічних показників у вигляді їх об'єднання у групи, узагальнення, що об'єднують у одному загальному показнику багато приватних. До специфічних особливостей туристичної індустрії можна віднести її складну структуру з різноманітними економічними зв'язками між підприємствами різних галузей, функції яких полягають у задоволенні зростаючого попиту різні види туризму та відпочинку. Міжгалузеві зв'язки туризму настільки тісно переплетені, що дуже складно оцінити внесок тієї чи іншої підгалузі у туризм. Проблема загострюється ще й відсутністю в Україні статистики туризму, уніфікованої відповідно до міжнародних норм [2].

Туристичні послуги, що мають всі специфічні властивості послуг, що відрізняють їх від товарів, відносяться до типу послуг з високим рівнем комунікаційної взаємодії. Визначальне значення у процесі вибору та купівлі турпродукту мають особистісні спонукальні мотиви, що формуються під впливом інтенсивності та спрямованості інформаційних впливів.

У сучасних умовах система маркетингових комунікацій є єдиним комплексом, що об'єднує учасників, канали та засоби комунікацій, спрямований на встановлення та підтримку взаємовідносин між організацією та контактною аудиторією для досягнення стратегічних маркетингових цілей. У сучасних ринкових умовах туристична організація має забезпечувати безперервний комунікаційний взаємозв'язок з існуючими та потенційними клієнтами організації. Для ефективної взаємодії туристичне підприємство змушене залучати спеціалістів рекламних та PR-агентств з метою створення ефективного рекламного звернення для просування туристичних послуг та турагентства, формування сприятливого корпоративного іміджу туристичної організації.

Сукупність всіх комунікацій туристичної організації, що характеризує просування туристичних послуг і турагентства загалом, включає такі структурні елементи:

- реклама - усі оплачені види особистого інформування та просування туристських послуг та інформації про напрямки діяльності конкретним рекламодавцем сфери туризму;
- стимулювання збуту – короточасні прийоми мотивації придбання туристичних послуг;
- PR - вибудовування ефективної взаємодії між туристичною організацією та представниками громадськості для формування сприятливого образу, поширення позитивної інформації та туристської організації та блокування

негативних історій та оповідань;

- особисті продажі – усна презентація туристських послуг у процесі спілкування з потенційними клієнтами турагентства з метою їх реалізації [1].

У рамках цих інструментів просування туристичних послуг використовують різноманітні прийоми - презентації туристичної організації в цілому та окремих туристичних продуктів, участь у ред-шоу та вок-шопах, організація та участь у туристичних виставках, видання та розповсюдження рекламної літератури, організація конкурсів та розповсюдження купонів серед клієнтів турагентства тощо. З метою ефективної організації просування послуг туристичних підприємств необхідно враховувати сутність та специфічні риси туристичних послуг. Отже, під туристської послугою у широкому сенсі розуміється усе те, що може задовольнити потреби туристів. При цьому туристичну послугу від інших відрізняє: складна структура взаємовідносин між різновидами та складовими частинами туристичної послуги; відсутність можливості зберігання та демонстрації зразків туристичної послуги у матеріальній формі, за винятком окремих елементів туристичної послуги; відсутність попередньої демонстрації до придбання туристської послуги, яка може проводитись на місці виробництва послуги; необхідність переміщення клієнта туристичної організації до місця споживання туристичної послуги; вплив тимчасових і просторових факторів на процес споживання туристичної послуги [2].

Маркетингова технологія крос-маркетингу передбачає реалізацію наступних етапів:

Перший етап: добір та відбір організацій-партнерів щодо реалізації даної технології. На даному етапі здійснюється пошук та відбір можливих партнерів щодо реалізації технології крос-маркетингу за допомогою аналізу клієнтської бази туристичної організації, дзвінків потенційним партнерам, розробки та пропозиції їм спеціальних програм у рамках співробітництва, розгляду їх пропозицій у рамках крос-маркетингу.

Другий етап: доведення до співробітників туристичної організації умов реалізації крос-продажів та стимулювання їх до ефективного виконання поставлених перед ними завдань. У рамках цього етапу керівництву туристичного підприємства необхідно розробити: процедуру збору, аналізу та обробки даних про клієнтів туристичної організації; положення, що регламентує реалізацію крос-маркетингу одночасно з виконанням основних посадових обов'язків, що характеризує цю технологію як пріоритетний вид діяльності туристського підприємства (послаблення щодо виконання наміченого плану реалізації туристських продуктів; додатковий план з реалізації технології крос-маркетингу; доплати за виконання та перевиконання цього плану); програму додаткового стимулювання співробітників туристичної організації.

Туристична організація може виступити ініціатором створення пулу в рамках співробітництва, об'єднаного технологією крос-маркетингу серед неконкуруючих організацій.

Третій етап присвячений розробці та затвердженню організаціями-партнерами умов проведення крос-заходів, що вимагає від партнерів з крос-

маркетингу попередньої інформації з наступних питань: кількість представників клієнтської бази організацій, що беруть участь у крос-заходах, доступних для спільного залучення, виділених відповідно до кількісних та якісних умов крос-акції; тимчасові терміни їхнього залучення для проведення подібних заходів; призначення посадових осіб, які займаються підготовкою та реалізацією крос-заходів, що несуть відповідальність за цей захід у кожному з підприємств-партнерів; затвердження стимулюючих дисконтів та інших положень, які гарантуються організаціями-учасницями для стимулювання різного роду крос-угод; затвердження плану розробки та погодження пропозицій з крос-маркетингу та програм роботи співробітників туристичної організації з висунутих пропозицій; - тимчасові кордони; штрафні санкції та стимулюючі надбавки за активну роботу організацій-партнерів.

Четвертий етап - реалізація крос-заходу, що включає: створення співробітниками організації, що реалізують послуги підприємства, робочі бази, що беруть участь у проведенні крос-заходу; розповсюдження пропозицій організацій-партнерів; контроль за отриманням раніше висланих пропозицій; інформування учасника про його можливості у рамках реалізації крос-заходу; формування бази контактів до роботи партнера з крос-маркетингу; взаємообмін та подальша робота співробітників туристичної організації із сукупністю контактів, отриманої від учасника крос-маркетингу.

П'ятий етап присвячений інформуванню про результати проведених заходів та роботу над помилками. Здійснені на цьому етапі заходи дуже специфічні та індивідуальні, але можна виділити загальні моменти: формування попередніх баз контактів, що включають можливість внесення позначок, коментарів тощо; виділення складних ситуацій, які передбачають вирішення конфліктних ситуацій, роботу з запереченнями, потребують додаткової уваги, що забезпечує результативність спілкування з клієнтами; вибудовування ефективної роботи між співробітниками організацій-партнерів під час проведення крос-заходу; спрямування співробітників відділу продажів керівництвом при здійсненні контактів у крос-маркетингу [3].

Оцінити ефективність проведення крос-акції можна завдяки відстеженню, яким чином повертаються та пред'являються клієнтами купони та сертифікати, поширені чи подаровані організаціями-партнерами з крос-маркетингу. Для уникнення конфліктних ситуацій у процесі підбиття підсумків крос-заходів необхідно попередньо узгоджувати всі умови організації та проведення крос-акцій та вказувати їх у письмовій угоді, підписаній організаціями-партнерами.

Список використаних джерел:

1. Жукова М. А. Менеджмент у туристичному бізнесі. 2-ге вид., К.: Кнорус, 2020. 192 с.;
2. Браймер К. Основи управління підприємствами та організаціями індустрії гостинності. *Almamater: Вісник вищої школи*. 2019. № 6. С. 40-47;
3. Зайцева Н. А. Менеджмент у соціально-культурному сервісі та туризмі. К.: Видавничий центр "Академія", 2018. 224с.

Шафар Т.Ю. здобувач вищої освіти*
Університет митної справи та фінансів, Україна

Маркетингові інновації як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства та вихід на міжнародний ринок

На сьогодні проблема конкурентоспроможності та її досягнення залишається однією з головних для кожного підприємства. В умовах ринкових відносин це ключовий фактор, який визначає можливість суб'єкта економічної діяльності повноцінно функціонувати на ринку та досягати поставлених цілей. Стабільний та впевнений ріст конкурентоспроможності підприємства – головна проблема в період становлення стабільних умов ведення активної інноваційної діяльності. У зв'язку з цим особливого значення набувають фактори та резерви росту конкурентоспроможності, її оцінки та аналізу.

Забезпечення і планування конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах міцно пов'язані з використанням інноваційної системи розвитку підприємства. Традиційну систему розвитку сьогодні можна назвати інноваційною, тому що товари та послуги, які користуються широким попитом на ринку, є результатами інновацій. Інноваційність - здатність підприємства до безперервного розвитку, змін та оновлення діяльності на основі впровадження нововведень. Тому одна із важливих задач, яка стоїть перед підприємством, базується на переході у новий стан, який характеризується збільшенням інноваційної діяльності, що в кінцевому результаті є однією з основних умов для економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Інноваційність – використання наявного науково-технічного, інноваційного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя [1, с.168-169]. Інноваційним підприємство визнається тоді, коли воно розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти або продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу продукції чи послуг [3]. Конкурентна боротьба на ринку примушує суб'єктів господарювання вдосконалювати власну діяльність. Це можливо тільки за умови впровадження систематичних інновацій та нововведень, але не лише у процес виробництва, а ще й власне у продукцію для її модифікації, поліпшення дизайну та додання нових властивостей [4, с. 255].

Щоб впроваджувати інновації у діяльність підприємства, проведено дослідження всіх аспектів тих чи інших запланованих інновацій (табл.). Подальший розвиток як виробництва, так і всієї економіки країни можливий лише на основі успішного поєднання всіх елементів інноваційної діяльності: техніки, технології та виробництва.

* Науковий керівник – канд. екон. наук Дронова Т.С

Таблиця

Впровадження інновацій на промислових підприємствах України,
2018-2020 р.

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Зміни 2020 р. до 2018 р., +-
Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств, %	15,6	13,8	14,9	-0,7
Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), усього одиниць	3843	2148	4066	223
З них нових на ринку, усього одиниць	968	418	691	-277
Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %	0,8	1,3	1,9	1,1

Джерело: [2]

На прикладі поданого дослідження можна зробити висновок щодо впровадження інновацій у діяльність українських промислових підприємств та їх ефективності. Останній показник таблиці – «Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %» - відсоток ефективності інновацій. У 2020 році частка реалізованої інноваційної продукції склала 1,9%. У порівнянні з 2018 роком показник у 2020 році зріс вдвічі. Це свідчить про те, що впровадження інновацій та, відповідно, реалізація продуктів інноваційної діяльності сприятливо впливає на розвиток підприємств та їхнього становища на ринку. Проаналізовані показники також відображають прогрес підприємств із впровадження та застосування інновацій. Показник кількості нових підприємств на ринку зменшився. Якщо у 2018 році кількість підприємств, які впроваджували інноваційну діяльність, становила 968 одиниць, то у 2020 році кількість скоротилась до 691 одиниць. Але частка реалізованої продукції зростає. Це свідчить про те, що впродовж трьох років підприємства розвивались, вдосконалювались та збільшували виробництво, впроваджуючи інновації у свою діяльність. Інноваційна активність підприємства є фактором стабільного економічного зростання, збільшення прибутку.

Розвиток галузей промисловості зумовлений для України не тільки внутрішньою потребою, але й потребою ефективного інтегрування на міжнародний ринок, що потребує підвищення конкурентоспроможності товарів. Підприємствам доводиться розв'язувати багато складних проблем, щоб одержати максимальний успіх на ринку. Одну з провідних ролей у забезпеченні успіху ринкової діяльності підприємства-інноватора відіграє маркетинг. Маркетинг інновацій слід розуміти як діяльність, спрямовану на пошук нових

сфер і способів використання потенціалу підприємства, розробку на цій основі нових товарів і технологій, їх просування на ринку з метою задоволення потреб споживачів ефективнішим, ніж у конкурентів, способом, отримання за рахунок цього прибутку та забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку [5].

В умовах сьогодення розвиток сучасних технологій дає змогу вважати інформаційно-комунікаційні технології важливим маркетинговим інструментом для здійснення ефективної інноваційної діяльності вітчизняних та світових промислових підприємств. Інформаційно-комунікативні технології можна класифікувати як цифровий маркетинг. На основі зазначеного можна відмітити, що доцільно у виробничій діяльності промислових підприємств, які виходять на світових ринок, використовувати такі основні канали цифрового маркетингу, як E-mail маркетинг, Digital-реклама, мультиканальне просування, яке об'єднує всі канали просування та веб-аналітику. За допомогою цифрового маркетингу відбувається удосконалення процесу планування та організації діяльності, ціноутворення на продукцію, відбувається значне полегшення доступу підприємства до використання даних про конкурентів, підприємство отримує розширений доступ до інформації про існуючі ринки та партнерів в комерційній діяльності. А також цифровий маркетинг сприяє активізації інноваційного партнерства.

Отже, інноваційна діяльність – ключовий чинник конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах. Впроваджуючи інноваційні рішення, підприємство формує унікальну конкурентну перевагу, яка буде виконувати ключову роль у виживанні у конкурентній боротьбі на ринку. Інноваційні продукти, інноваційна діяльність та новітні технології дозволяють підприємству розвиватися та оптимізувати своє виробництво. А за допомогою цифрових маркетингових інновацій підприємство має змогу вдало вивести свій інноваційний товар на вітчизняний та світовий ринок. Маркетингові Digital-інновації дають змогу товару займати вигідні позиції на ринку та тримати увагу споживачів.

Використані джерела:

1. Богма О.С. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / Богма О.С., Болдуєва О.В. // Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - № 3 (7). - С. 166-170; 2. Державна служба статистики. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm; 3. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>; 4. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посібник. – Дніпро:Акцент ПП, 2017. – 404 с.; 5. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : Папірус, 2010. – 623 с.

Шквиря Н.О. канд. екон. наук, доцент
Лещук А. К., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Україна

**Обґрунтування вибору маркетингових комунікацій у збутовій діяльності
молокопереробних підприємств**

У сучасному світі використання маркетингових комунікацій є необхідною умовою забезпечення ринкового функціонування будь-якого підприємства, просування і реалізації його продукції. Основними завданнями маркетингових комунікацій є донесення до цільової аудиторії конкурентних переваг бренду, а також передача цільовій аудиторії інформації про продукцію підприємства. Значною мірою ефективність маркетингових комунікацій впливає на вибір та купівлю товару споживачами [2].

Об'єктом дослідження є маркетингова комунікаційна політика молокопереробного підприємства ПрАТ «Комбінат «Придніпровський». Метою дослідження є практичне застосування методу аналізу ієрархій (МАІ) для обґрунтування вибору маркетингових комунікацій у збутовій діяльності досліджуваного підприємства.

Для досягнення визначеної мети запропоновано застосування методу аналізу ієрархій, за допомогою якого можливо здійснити вибір маркетингових комунікацій у збутовій діяльності.

Алгоритм застосування даного методу передбачає наступні етапи [3]:
1. Побудова ієрархії за допомогою декомпозиції завдання на окремі складові та встановлення функціональних відносин між ними.
2. Запровадження шкали парних порівнянь критеріїв. Обґрунтування вибору шкали парних порівнянь для встановлення пріоритетів кожного критерію.
3. Обчислення головного вектору кожної матриці. Після нормалізації він стає вектором пріоритетів.
4. Здійснення ієрархічного синтезу.

На першому етапі МАІ здійснюється представлення проблеми у вигляді ієрархії. Для досліджуваного підприємства обираємо наступні види маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, PR, реклама на місці продажу. Вони становлять третій нижчий рівень ієрархії і є альтернативами.

Критеріями, стосовно яких оцінюються альтернативи, є: K_1 - інформування аудиторії; K_2 - формування думки певної аудиторії; K_3 - мобілізація споживачів до певних дій; K_4 - підвищення рівня популярності; K_5 - збільшення лояльності клієнтів.

Вершиною ієрархії, або основною метою, буде збільшення прибутку підприємства.

Відповідно до поставленої метою дослідження було сформовано трирівневу ієрархічну структуру (рисунок 1).

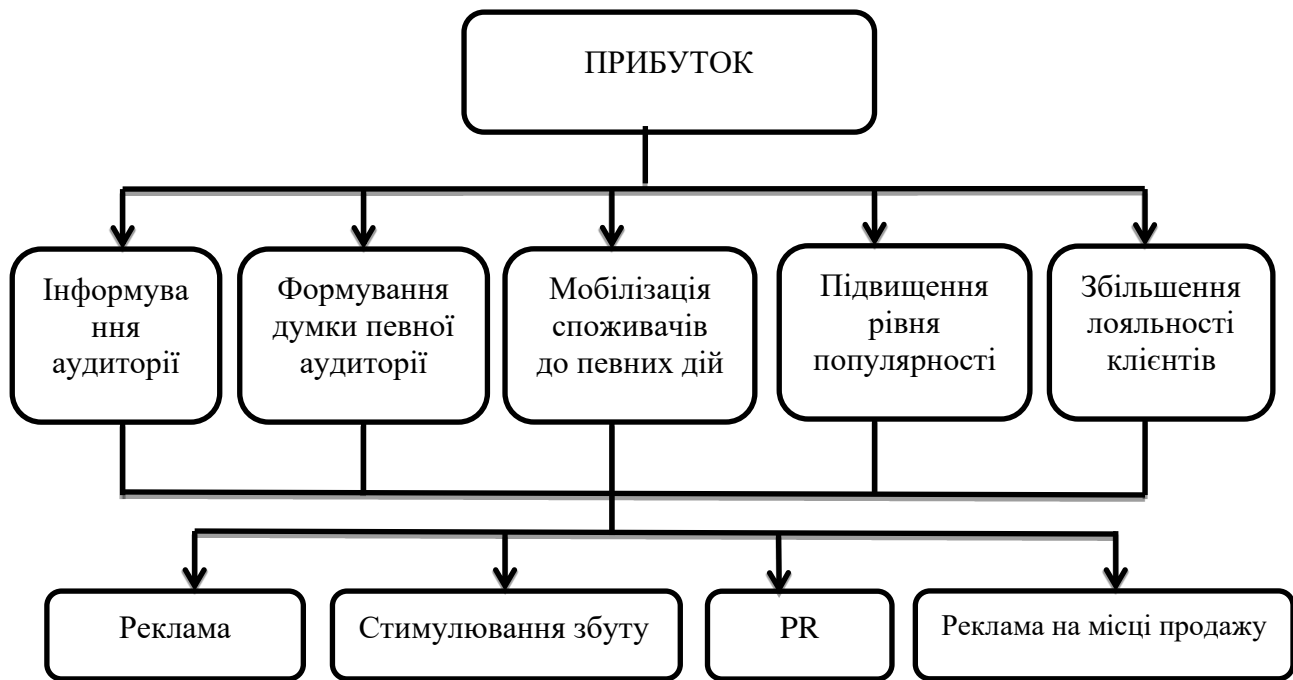


Рис. 1 Ієрархічна структура процесу ухвалення рішення щодо вибору видів маркетингових комунікацій

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Наступним кроком є побудова матриці критеріїв. Матриця будується на підставі оцінок експерта. Оцінки ставляться з урахуванням шкали відносної важливості. Розрахунки свідчать (таблиця 1), що найбільш значимими є критерії підвищення рівня популярності (0,34) та мобілізація споживачів до певних дій (0,27). Значення коефіцієнту узгодженості (0,04) свідчить про високу ступінь узгодженості думок експертів.

Таблиця 1

Результати векторів середніх значень за критеріями

Показник	Вага в долях
Інформування аудиторії	0,09
Формування думки певної аудиторії	0,07
Мобілізація споживачів до певних дій	0,27
Підвищення рівня популярності	0,34
Збільшення лояльності клієнтів	0,23
Разом	1

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Визначимо ієрархію альтернатив з урахуванням векторів середніх значень за критеріями. Отриману матрицю пріоритетів рівня альтернатив помножимо на вектор глобальних пріоритетів, в результаті отримаємо вектор пріоритетів для альтернатив стосовно мети. Результати розрахунків наведено у таблиці 2.

Таким чином, отримані значення пріоритетів альтернатив з точки зору досягнення поставленої цілі дозволяють зробити висновки, що найбільш оптимальними видами маркетингових комунікацій у збутовій діяльності підприємств молокопереробної галузі є реклама та стимулювання збуту.

Таблиця 2

Результати аналізу ієрархій

Вид маркетингових комунікацій	K1	K2	K3	K4	K5	Вектор глобального пріоритету
Реклама	0,03	0,01	0,03	0,14	0,10	0,31
Стимулювання збуту	0,01	0,01	0,11	0,09	0,06	0,28
PR	0,01	0,03	0,02	0,04	0,03	0,14
Реклама на місці продажу	0,04	0,01	0,11	0,06	0,04	0,27

Джерело: розраховано автором на основі власних досліджень

Виходячи з проведених досліджень, можна зробити висновок, що метод аналізу ієрархій може застосовуватися під час вирішення багатокритеріальних завдань у сфері бізнесу. Запропонована методика дозволила оцінити альтернативи згідно визначених критеріїв та обрати найбільш ефективні засоби маркетингових комунікацій у збутовій діяльності молокопреробних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. Мелітополь, 2020. № 2 (42). С. 214-219.
2. Шквиря Н.О. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики шляхом проведення дегустації. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції м. Луцьк, 18 лютого 2020 р. Луцьк, 2020. С. 138-141.
3. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь, 2013. № 2(22). С. 288-294.
4. Шквиря Н.О. Застосування методу портфельного аналізу в стратегічному маркетингу підприємства. *Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 16-18 жовт. 2019 р. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 421-424.
5. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. Мелітополь, 2016. № 3(32). С. 164-170.
6. Шквиря Н.О. Теоретичні основи стратегічного маркетингу підприємства. *Інфраструктура ринку*, 2020. - №40 URL: http://www.market.infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/59.pdf

**Шквиря Н.О. канд. екон. наук, доцент
Лещук Д.В., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Україна**

Роль цифрового маркетингу в діяльності підприємств

У сучасному світі цифрові технології повністю змінили життя людини, вони використовуються у всіх сферах життя. Стрімко змінюються способи впливу на потенційного споживача, розвивається цифровий маркетинг. Такий тип маркетингу стає все більш популярним серед підприємств як великого та середнього бізнесу, так і підприємств малого бізнесу.

З появою та постійним розвитком нових технологій та інтернету, власники підприємств мають у своєму розпорядженні безліч інструментів для сприяння продажу своєї продукції. Подібні інноваційні стратегії, засновані на цифровому маркетингу, дають підприємцям можливість розширити спектр їх заходів щодо організації та стимулювання збуту шляхом охоплення ширшої цільової аудиторії, створення відповідного та привабливого контингенту та найточнішого виявлення потреб споживачів [2].

Цифровий маркетинг має величезну різноманітність цифрових інструментів для проведення різноманітних масштабних заходів. Так, для проведення кампаній цифрового маркетингу можна покластися на такі інструменти:

- соціальні мережі: використання соціальних мереж допомагає підтримувати зв'язок із клієнтами та підтримувати імідж бренду підприємства;
- інтернет: блоги та корпоративні сайти - це вітрини для бізнесу та іміджу;
- цифрові рекламні кампанії: за рекламу можна платити в інтернеті та виставляти на популярних ресурсах;
- кампанії електронною поштою: зв'язок з базою даних, відстеження останніх новин, створення розсилки;
- вхідний маркетинг: маркетингова стратегія, заснована на певній методології та цифрових інструментах;
- SEO та пошукова оптимізація оптимізують контент, який публікується в Інтернеті та соціальних мережах для максимальної видимості користувачам мережі;
- мобільний маркетинг;
- моніторинг даних: дані користувача дозволять дізнатися про них. Є безліч способів зібрати та використовувати ці дані для цифрового маркетингу.

Цифровий маркетинг має великі переваги: взаємодія з ширшою цільовою аудиторією; можливість доставки маркетингового повідомлення зацікавленим особам у найкоротші терміни; двосторонні відносини з клієнтами з можливістю визначення їх потреб та отримання оперативного зворотного зв'язку; велике залучення користувачів та сильний вплив на них; підвищення репутації бренду та лояльності покупців за рахунок безкоштовного надання корисного контенту.

До недоліків цифрового маркетингу можна віднести те, що споживач звик до постійної взаємодії з брендом і чекає на персоналізовану пропозицію або унікальний контент щодня. У цифровому світі комунікації зі споживачем мають здійснюватися щодня, не раз на рік чи місяць [1].

На сьогоднішній день не існує єдиного способу розробки стратегії цифрового маркетингу, ці методи повинні обумовлюватися як потребами підприємства, і потребами споживачів. Підприємства самі вирішують, скільки аспектів цифрового маркетингу їм поєднувати, і навіть можуть ухвалити рішення про реалізацію кількох стратегій на один раз, а потім точно розробити свою тактику, ґрунтуючись на споживчу інформацію та систему показників. Цифровий маркетинг також відомий як «вхідний маркетинг» майже повністю базується на використанні інтернету [4]. Суб'єктам, готовим застосувати цифровий маркетинг у своїй діяльності, слід знати про те, що існує багато різних складових «вхідного маркетингу», кожен з яких має бути окремо розглянуто для визначення найбільш оптимального для їхньої оперативної мети.

Підсумовуючи, можна сказати, що з появою цифрового маркетингу масштаби та перспективи отримання прибутку для підприємств збільшились у значній мірі, але, з позиції покупців, все ще бракує лояльності споживачів, у той час як нездатність покупців спробувати матеріальні блага на дотик, запах, смак до здійснення онлайн покупки може стати серйозним обмеженням для випередження цифрового маркетингу над традиційними способами.

Таким чином, роль цифрового маркетингу в організації просування сучасних підприємств та їх продукції велика, а можливості його реалізації, завдяки безлічі інструментів, широкі. У нових реаліях виробник повинен володіти цифровими інструментами і вміти їх використовувати у потрібний момент.

Список використаних джерел:

1. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. Мелітополь, 2020. № 2 (42). С. 214-219;
2. Шквиря, Н.А. Обґрунтування вибору маркетингової товарної стратегії підприємства. *Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління*: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 19-20 листопада 2020р. Полтава, 2020. С. 198-201;
3. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь, 2013. № 2(22). С. 288-294;
4. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. Мелітополь, 2016. № 3(32). С. 164-170;
5. Шквиря Н.О. Теоретичні основи стратегічного маркетингу підприємства. *Інфраструктура ринку*, 2020. - №40 URL: http://www.market.infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/59.pdf

Шульга О.А., д-р екон. наук, доцент
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку,
Україна

Використання приватних даних для націлювання реклами на споживача

Основними способами отримання рекламодавцями первинних даних є опитування, експеримент та аналіз поведінки користувачів, тощо. Опитування передбачає пропозицію користувачу відповісти на заздалегідь підготовленні запитання та подальший аналіз його відповідей із метою прийняття ефективних управлінських рішень. Основними перевагами опитування з використанням такого та інших інструментів Інтернету є такі: можливість опитати репрезентативний обсяг аудиторії респондентів; можливість використання різних цілей опитування; отримання результатів у реальному часі; можливість швидко обробити дані.

Прикладом експерименту є А/Б-тестування, яке полягає у порівнянні ефективності різних варіантів реклами. Наприклад, якщо ціль рекламної кампанії – отримання встановлень розробленого підприємством додатку, то можливим є розміщення декількох оголошень, наприклад у Facebook, котрі відрізнятимуться матеріалами, форматами чи налаштуваннями таргетингу. У результаті аналізу статистики за кількістю встановлень користувачами додатку, що були отримані з двох оголошень, робиться висновок про те, яке з оголошень працює ефективніше, наприклад маючи меншу ціну за встановлення. Це дає змогу оптимізувати використання рекламного бюджету [1].

З появою соціальних мереж з'явилися нові методи збору маркетингової інформації, що забезпечує можливості для раціоналізації процесів сегментації [2]:

1) організація опитувань у соціальних мережах стала вбудованим механізмом;

2) персоніфікація, візуалізація, одержання демографічних, соціальних та особистих ознак респондентів. Індивідуальна інформація отримується без використання додаткового програмного забезпечення, аналітичній обробці піддається відповідь і створюється профіль сегменту цільового ринку;

3) аналіз маркетингового середовища. Наприклад, у розділі «Новини», натиснувши опцію «Додатково» або «Пошук за певними критеріями», можна зібрати інформацію про переваги потенціалу клієнтів, а опція «Геолокація» дозволяє сегментувати їх за територіальною ознакою. Крім того, згадка про посилення дозволить контролювати діяльність конкурентів відповідно до згадувань адреси спільноти, веб-сторінки, сайту, блогу тощо;

4) встановлення зв'язку з респондентами у формі SMS-повідомлень з проханням взяти участь в опитуванні, яке може бути орієнтоване на частоту, час, сегмент ринку;

5) розширення бази респондентів, тобто одночасне опитування користувачів різних соціальних мереж, що, в ідеалі, дає можливість досягти загальної сукупності опитування.

Існують програми, які дозволяють автоматизувати сегментацію цільової аудиторії у соціальних мережах, наприклад Twidium. Це спеціалізоване програмне забезпечення, яке дозволяє поставити на потік весь процес спілкування у мережах з географічно близькими клієнтами через точне місце розташування за допомогою IP-адреси, яка вказує точку широти і довготи, а також радіус навколо певної точки.

Сьогодні комунікативна кампанія не може вважатися успішною, якщо вона не використовує серію нових технологій: RTB (торги у режимі реального часу), тобто операції у режимі реального часу; SMM (маркетинг соціальних мереж); SMO (оптимізація соціальних мереж); SEO (оптимізація пошукових систем); SEM (маркетинг в пошукових системах). Ці комунікаційні технології надають маркетологам такі можливості: 1) визначати рейтинг та структурувати цільову аудиторію; 2) аналізувати рівень інтересу користувача до товару відповідно до таких показників: кількість звернень, хостів, час, витрачений на сайт і конкретну сторінку; вивчення бажань, намірів, запитів, скарг; 3) персоналізувати пропозиції продукції; 4) прискорити підготовку звітів про результати маркетингових кампаній; 5) прискорити час обслуговування клієнтів; 6) покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок автоматизації оброблення замовлень [3].

Основним джерелом доходу для більшості соціальних мереж є продаж цільової реклами. Користувачі залишають особисту інформацію, яка формує споживчі характеристики, такі як вік, стать, інтереси, що дозволяє маркетологам точно виокремити відповідні цільові аудиторії. У той же час деякі користувачі реєструються у соціальних мережах виключно для спілкування, а не для пошуку інформації, що знижує рівень сприйняття ними реклами. Інтуїтивний інтерфейс веб-сайту підвищує лояльність бренда і спрощує логістичні процеси. За допомогою так званого «вірусного ефекту» та інших інноваційних підходів підприємства формують довготривалу лояльність і позитивний попит. Для зручності користування веб-сторінками використовується CMS (система управління вмістом). Це функціонал, який дозволяє оновлювати інформацію на веб-сайті, публікувати її та оновлювати без залучення фахівців. Для налагодження роботи достатньо провести навчання персоналу лише у контексті взаємодії із системою.

Зауважимо, що просте отримання даних на основі поведінкових характеристик покупця має досить низький аналітичний потенціал з огляду на широту їх трактування. Значно покращити якість отримуваних даних можуть «розумні» способи їх збору, які дозволяють взаємодіяти з клієнтами у процесі збору даних, тим самим створюючи умови для збільшення ступеня їх задоволення, тобто підвищити таргетованість пропозиції для них. Досягнення вказаної мети стає можливим завдяки застосуванню штучного інтелекту, який стає все більш невід'ємною частиною комплексу отримання даних з подальшим використанням здобутої інформації для поглиблення рівня взаємодії з клієнтами.

Іншим перспективним напрямом і одночасно важливим завданням оптимізації маркетингової стратегії стає використання можливостей голосового пошуку, особливо у рамках SEO. З метою створення бранда або програм лояльності клієнтів великі перспективи має застосування технології блокчейн. Однією з популярних тенденцій, що визначають характер поведінки покупця, є використання в інтерфейсі елементів віртуальної реальності та доповненої реальності.

Джерелом для вторинних даних можуть бути веб-ресурси, бази даних. Для отримання вторинних даних можуть використовуватися пошукові мережі, пошукові каталоги тощо. У результаті аналізу первинних та вторинних даних, отриманих під час проведення маркетингових досліджень, необхідно побудувати математико-статистичні моделі, що відображають поведінку користувачів на веб-ресурсах чи на сайті підприємства.

Основою розвитку цифрового маркетингу у сучасному світі є контент-маркетинг. Застосування контент-маркетингу можливе тоді, коли компанія має довгострокові перспективи до роботи в інтернет-середовищі, тому що розроблення стратегії, упровадження інструментів та одержання бажаного результату відбуваються поступово. Ефективний контент-маркетинг передбачає поетапне нарощування контенту (тексту, фото, відео), що формує у споживача поступове збільшення рівня довіри до місця продажу, бранда й товару одночасно. На відміну від реклами, контент-маркетинг допомагає об'єктивно зрозуміти потребу у конкретному товарі, його необхідності завтра або перевагу певного магазину порівняно з іншими. Залежно від типу та завдань можна виокремити п'ять груп контенту: інформаційний, комерційний, розважальний, вірусний і контент, що залучає. Розглянемо детальніше кожен з них [4].

Список використаних джерел:

1. Федорченко А. В., Пономаренко І. В. А/В-тестування як ефективний інструмент цифрового маркетингу. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2019. №19. С. 36-42; 2. Каткова Т. І., Княженко І. І., Шевченко В. Р. Цифровий маркетинг як інструмент для сегментації цільових ринків комунікацій. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2018. № 3. С. 59-64; 3. Гноєвий В. Г., Корень О. М. Сучасні тенденції цифрового маркетингу та їх вплив на формування маркетингової стратегії. Академічний огляд. 2021. №1. С. 49-56; 4. Маркетинг у цифровому середовищі (2021): підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.

**Чміль Г.Л., д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Вплив інноваційного маркетингу на результативність бізнесу

Сучасний бізнес в умовах глобальної невизначеності вимагає впровадження маркетингових інновацій, які пов'язано з використанням нових методів, технологій та інструментів маркетингу в процесі виробництва й просування продукції. Маркетингові активи, що формують імідж та ділову репутацію підприємства, популяризують його бренд, сприяють довгостроковому партнерству зі стейкхолдерами, а також дозволяють розширити сегменти ринку B2B, налагодити нові канали комунікацій, надають усі можливості для розвитку інноваційної діяльності в рамках правового поля. Безперечно, маркетингові активи є запорукою успіху, впливають на результативність бізнесу, є дієвим інструментом в збільшенні обсягів реалізації та отриманні економічної вигоди в період тактичного та стратегічного розвитку. Управління результативністю підприємства є складним процесом, та вимагає максимального використання всіх можливостей маркетингових активів (управління відносинами з клієнтами та стейкхолдерами, удосконалення внутрішніх та зовнішніх інформаційно-комунікаційних каналів, отримання конкурентних переваг тощо) для отримання економічної вигоди в майбутньому. Управління результативністю розглядається як управління реалізацією стратегії організації, перетворенням планів у конкретні результати», а також «об'єднує відомі методології поліпшення бізнесу та технології» [1, с. 76]. Ціллю використання можливостей кожного виду маркетингових активів в управлінні результативністю полягає у забезпеченні конкурентних переваг, збільшення обсягів продажів продукції (товарів, послуг) за рахунок впливу на споживача через налагоджені інформаційно-комунікаційні канали, формування довіри у покупців до якості товару, і як, наслідок – отримання прибутку в період як тактичного, так і стратегічного розвитку.

Визначити результативність під впливом маркетингових активів можливо при використанні якісно сформованого інформаційного забезпечення, що дозволяє організувати діяльність підприємства відповідно до розробленої маркетингової стратегії з урахуванням сучасних вимог ринку і тенденцій його розвитку. Значна частина інформації надходить із зовнішнього середовища, зокрема: про сприйняття споживачами ціни та якості продукції відповідного бренду, їх реакції на бренд, пріоритети покупців, поява новітніх інноваційних технологій, позиції конкурентів на промисловому ринку. Вхідною інформацією до систему маркетингу також є отримані від стейкхолдерів пропозиції та зауваження, дані про їх фінансово-майновий стан, можливість співпраці в майбутньому для формування маркетингових партнерських активів промислового підприємства. Отримана інформація дозволяє скоригувати маркетингову програму та розроблені бюджети. Для управління результативністю як основного індикатору господарської діяльності підприємства використовується широкий спектр інформації в межах підприємства, яка формується в ході проведення внутрішнього маркетингу,

планування, бюджетування, виконання контрольно-аналітичних процедур, прийнятих управлінських рішень та оцінки правильності їх ухвалення. Особливе значення у визначенні результативності має обліково-аналітична інформація про всі види маркетингових активів для визначення їх впливу на капіталізацію підприємства та його ефективність.

Значно підвищити результативність діяльності бізнесу дозволяє синергія різних видів маркетингових активів, які взаємопов'язані між собою і посилюють ефективність маркетингових заходів. Результативність охоплює значну кількість критеріїв та показників, що мають бути в розпорядженні фахівців що слідкують за ходом виконання маркетингової програми і в частині виділених маркетингових активів. Враховуючи їх специфіку необхідно використовувати якісні та кількісні показники для оцінювання результативності та ефективності інноваційного маркетингу. Погоджуємося з науковцями, що «якісний аналіз дає можливість отримати інформацію про особливості перебігу процесів, наявність проблемних ділянок, «вузьких місць», зайвих або пропущених функцій процесів», в той час як кількісний аналіз «дає можливість виміряти ступінь ефективності бізнес-процесу, розрахувати рентабельність, визначити часові характеристики бізнес-процесу» [2, с. 115]. Зазначимо, що одним з затребуваних показників результативності діяльності в практичній діяльності та широко розглянутий науковцями в своїх доробках стосується бренду. Існують два важливі показники вимірювання: коефіцієнт активної купівлі бренду (PAR вимірює, наскільки компанія «перетворює» впізнаваність бренду на придбання бренду) і коефіцієнт пропаганди бренду (BAR вимірює, наскільки добре компанії «перетворюють» впізнаваність бренду на пропаганду бренду) [3, с. 64]. Для даного виду маркетингових активів пропонуємо додати ще такі якісні показники як: рівень довіри до бренду (ТМ), впізнаваність бренду, нові ринки просування бренду, наявність портфелю брендів промислової продукції, визнання дистрибуції бренду, нові інформаційно-комунікаційні канали просування бренду. До кількісних показників результативності діяльності промислового підприємства в контексті брендингу доречно відносити вартість бренду, доходи від брендингу, додатковий прибуток від реалізації брендів промислової продукції, рентабельність продажу брендової промислової продукції, кількість нових споживачів орієнтованих на бренд.

Для проведення аналізу результативності під впливом маркетингових активів слід використовувати так звані «показники задоволеності» – в частині своєчасності надходження інформації відповідно запитам, базою даних про стейкхолдерів, партнерськими відносинами тощо. Також одним з якісних показників, який ще не знайшов відповідного рівня застосування в вітчизняних підприємствах, є марочний контракт, який «протягом часу необхідно переформулювати, приводити у відповідність зі зміненими ринковими умовами і реальними очікуваннями покупців» [4, с. 264]. У цьому зв'язку пропонуємо визначати ступень завершеності марочного контракту, що забезпечить керівників інформацією стосовно повноти та своєчасності виконання зобов'язань. В процес організації оцінки, аналізу та прийняття рішень щодо результативності діяльності з урахуванням впливу маркетингових активів

можуть бути імплементовані також такі якісні показники як рівень: ділової репутації, лояльності покупців, реалізації маркетингової стратегії, підвищення компетентності персоналу, розвитку авторсько-правових відносин, використання сучасних технологій для цілей маркетингу, розвитку виробництва інноваційних видів продукції, соціальної відповідальності. В мінливих умовах господарювання та невизначеності з точки зору впливу ділової репутації на результативність доречно розраховувати рівень ризику втрати ділової репутації, що дозволить попередити або уникнути послаблення довіри до промислового підприємства з боку стейкхолдерів, а також продовжувати всі можливі маркетингові заходи щодо розвитку іміджу.

Таким чином, оцінку результативності з урахуванням можливостей маркетингових інновацій необхідно здійснювати і в розрізі кількісних показників – вартість підприємства, вартість гудвілу, доходи від реалізації за видами торгових марок, час взаємодії зі стейкхолдерами, кількість отриманих авторських прав. Результативність може бути виміряна темпами зростання обсягів виробництва та реалізації продукції за видами торгових марок, прибутку, частин ринку B2B, а також темпами росту маркетингових активів. Згідно із запропонованими показниками для оцінки результативності доцільно використовувати модель управління результативністю діяльністю підприємством в контексті активізації ролі маркетингових активів, яка передбачає ідентифікацію маркетингових активів в звітному періоді, визначення можливостей маркетингових активів в процесі збільшення доходів та прибутку, формування якісного інформаційного забезпечення для проведення аналізу реалізації маркетингової стратегії в частині маркетингових інновацій, використання кількісних та якісних показників результативності для прийняття рішень щодо подальшого розвитку ділової репутації, бренду продукції, клієнтського ресурсу, довгострокових взаємовідносин зі стейкхолдерами.

Список використаних джерел:

1. Трут О.О. Концепція управління результативністю як основа виконання стратегії організації. *Академічний огляд. Економіка і підприємництво*. Дніпро. 2018. Вип. 2 (49). С. 75–79; 2. Тігарєва В.А. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2016. Вип. 3(1). С. 113–122; 3. Чміль Г.Л. Обґрунтування інструментів дослідження маркетингової інноваційної активності компанії індустрії гостинності на ринку. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 62–65; 4. Нестеренко І.В. Інноваційні технології розвитку індустрії гостинності в Україні. *Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (17 квітня 2020 року)*. – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2020. С. 263–266.



СЕКЦІЯ 7

ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Акімова Н.С. канд.екон.наук, професор
Янчева Л.М. канд.екон.наук, професор
Державний біотехнологічний університет, Україна

Побудова бюджету з інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу

Бюджетування, яке широко використовується в ринковій економіці Заходу у загальному вигляді можна уявити як інформаційну систему внутрішньофірмового, корпоративного управління. Цей процес нездійснений без формування бюджету, що є основним інструментом гнучкого управління фінансовими потоками та забезпечує управлінців повною та своєчасною інформацією про реалізацію заходів щодо досягнення цілей розвитку господарюючого суб'єкта.

Останніми роками серед науковців все більше уваги приділяється дослідженню системи бюджетування як інструмента планування операційної та фінансової діяльності на підприємстві. Однак в своїх роботах переважна більшість авторів фокусує увагу на самій структурі бюджетів, сукупності показників, які мають бути в них відображені, особливостях їх групування за видами діяльності та періодами планування [1, 2 та ін.].

Слід зазначити, що українські економісти постійно наголошують, що бюджет як інструмент управління дозволяє навчитися не лише управляти фінансами організації, а й регулювати відносини як усередині суб'єкта господарювання, так і з зовнішнім середовищем. Практично всі автори ототожнюють бюджет із планом, а бюджетування із процесом планування. На наш погляд, це не зовсім правильно. Ми вважаємо, що планування є лише частиною бюджетування. Саме бюджетування інтегрує процеси планування, контролю та аналізу в єдину систему, оскільки планування без контролю безглуздо, аналіз, який не використовується для контролю, безцільний, а контроль, не заснований на запланованих та документально підтверджених даних, безпредметний. Розглядаючи складові генерального бюджету, що складається з операційної та фінансової частин, коректніше вживати термін «бюджет».

Операційна складова генерального бюджету, виправдовуючи свою назву, показує заплановані операції на наступний рік для конкретного виробничого відділу чи окремої функції організації. Перелік індивідуальних бюджетів у різних економістів практично ідентичний. Індивідуальність самих операційних бюджетів і багатоплановість завдань, які розв'язуються за їх допомогою, і навіть суб'єктивний підхід до процесів розробки зумовлюють наявність різних назв видів бюджетів із збереження єдиної сутності.

Другою складовою генерального (основного) бюджету є фінансовий бюджет, мета якого полягає у розробці прогнозованого балансу організації. До фінансового бюджету входять: бюджет капіталу; бюджет (проект) грошового потоку; бюджет (проект) балансу.

Найцікавішим є саме бюджет капітальних вкладень. Розглянувши види, функції та механізм побудови бюджетів пропонуємо саме у загальному бюджеті капітальних вкладень агропродовольчого холдингу виділити бюджет з

інноваційної діяльності. Незважаючи на те, що цей бюджет за змістом його статей схожий на бюджет витрат, його мета та механізм функціонування повністю відповідають бюджету за капітальними вкладеннями.

Розглянемо основні етапи складання бюджету щодо інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу.

1. Мета складання бюджету з інноваційної діяльності та основні його завдання доводяться до осіб, відповідальних за його створення. Такою метою може бути, наприклад, розробка нових сортів найпопулярніших сільськогосподарських культур.

2. Визначення чинників, що обмежують досягнення поставленої мети. Прикладом такого чинника може бути негативний результат, отриманий під час розробки інновації.

3. Підготовка програми бюджету щодо інноваційної діяльності. Необхідно розбити весь інноваційний проект на етапи і в рамках кожного етапу сформулювати цілі, завдання, відповідальних та заходи щодо їх реалізації.

4. Початкова підготовка бюджету щодо інноваційної діяльності у відділі інновацій. Процес підготовки має йти знизу нагору тобто, бюджет народжується на нижчому рівні керівництва (у рамках відділу інновацій), потім удосконалюється та координується на вищих рівнях (у фінансово-економічному департаменті та материнській компанії).

Формувати бюджет з інноваційної діяльності доцільно з урахуванням наступних даних про наступні витрати: фонд оплати праці; матеріальні витрати; основні засоби та їх амортизація; інші витрати. Бюджет з інноваційної діяльності, складений на основі перерахованих вище статей витрат, дозволяє оцінювати структуру фінансових витрат агропродовольчого холдингу, виявляти резерви за найменш важливим фінансовим витратам.

На основі даних про витрати формується зведений, комплексний бюджет інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу, який повністю охоплює всю інноваційну діяльність.

Зведений бюджет щодо інноваційної діяльності доповнюється такими функціональними бюджетами: бюджет погашення кредитів та позик на інноваційну діяльність - відображаються операції з погашення кредитів та позик, взятих під інновації у суворій відповідності до плану-графіку платежів; податковий бюджет - відображаються всі податки та обов'язкові платежі до бюджету, у позабюджетні фонди.

5. Обговорення та координація бюджету з інноваційної діяльності з вищим керівництвом. Вивчаються співвідношення показників бюджету одного рівня, що дозволяє на кожному рівні приймати узгоджені, прийнятні рішення для кожного підрозділу.

6. Характеристика та аналіз зведеного бюджету щодо інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу.

7. Остаточне ухвалення бюджету з інноваційної діяльності. Затвердження бюджету здійснюється на найвищому - першому рівні, там складається узагальнений (генеральний) бюджет агропродовольчого холдингу, який включає: звіт про прибутки та збитки, бюджет балансу та звіт про рух коштів,

бюджет з інноваційної діяльності.

Враховуючи унікальність інноваційних проектів, пропонуємо для кожного проекту розробляти окремі кошториси та консолідувати їх у зведений бюджет щодо інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу (рис.1).



Рис. 1 Спрощена схема генерального бюджету агропродовольчого холдингу

У поданій спрощеній схемі генерального бюджету особливу увагу приділено його фінансовій складовій, оскільки саме тут відводиться місце для бюджету інноваційної діяльності агропродовольчого холдингу. Зі схеми видно, що бюджет по інноваційній діяльності складається на основі індивідуальних кошторисів за окремими інноваційними проектами, що дозволяє вести контроль за виконанням кожного проекту, відстежувати результативність робіт і всіх витрат по статтях. Таким чином, дотримується аналітичний облік усіх витрат на інноваційну діяльність, зафіксований у бухгалтерському фінансовому обліку.

Список використаних джерел:

1. Коваленко В. М., Нестор О. Ю. Бюджетування як інструмент підвищення ефективності управління підприємством. Культура народів Причорномор'я. Одеса. 2013. № 248. С. 72–75. 2. Колісник М. В., Балик У. О. Бюджетування як шлях до ефективного управління. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв. 2015. № 7. С. 372–375.

**Гльченко А.С., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Вінницький національний аграрний університет**

Аналітичне забезпечення управління витратами загальновиробничого характеру

Для удосконалення інформаційного забезпечення управління надзвичайно важливим напрямком є питання удосконалення організації аналітичного забезпечення управління витратами, зокрема і витратами загальновиробничого характеру.

Найважливішими завданнями сучасної практики обліку, аналізу та управління є вироблення і виконання рішень, спрямованих на досягнення фінансово-економічної стійкості та ефективності функціонування підприємства. З цією метою актуальною стає проблема формування системи, якій притаманні аналітичні функції. Система аналітичного забезпечення, діючи безперервно, підвищує якість і розширює сферу практичного застосування інформації, позитивно впливаючи на якість звітності у процесі її підготовки і складання, тобто на ефективність управлінської інформації для сторонніх користувачів. [1,с.188].

Виділяють три основні моменти організації економічного аналізу на підприємстві:

- 1) організація аналітичного процесу – визначення складу і послідовності виконання аналітичної роботи та її регламентація на підприємстві;
- 2) організація праці фахівців, що виконують аналітичну роботу – система заходів, які забезпечують раціональне використання управлінського персоналу, котрий виконує аналітичні функції;
- 3) організація управління аналітичною роботою – комплекс заходів, спрямованих на створення, впровадження та удосконалення системи управління аналітичної роботи на підприємстві [2,с.171].

Велику роль в системі управління витратами відіграє аналіз витрат, який є видом управлінської діяльності та загальною функцією управління. Аналіз передусє прийняття управлінських рішень і зводиться до їх обґрунтування на основі наявної інформації, що допоможе підприємствам завдяки ефективному управлінню витратами отримати доходи та збільшити фінансові результати. [3,с.27].

Мулик Т.О. зазначає, що суб'єкти господарювання провадять свою діяльність з метою отримання прибутку, а, отже, будь які понесені підприємством витрати націлені на отримання певного результату. Джерелом відшкодування понесених підприємством витрат є прибуток на величину якого безпосередньо впливає собівартість. Під собівартістю продукції (робіт, послуг) в загальному сенсі розуміють виражені в грошовій формі витрати на її виробництво та збут.[4,с. 54]

Метою аналізу витрат є:

* Науковий керівник – Н.Л. Правдюк, доктор екон. наук, професор

- виявлення можливостей раціонального використання ресурсів, у інформаційному забезпеченні;
- оцінка досягнутих результатів щодо оптимізації витрат;
- прийняття керівництвом підприємства правильних управлінських рішень [5, с. 239].

Загальновиробничі витрати не включають до виробничої собівартості продукції, однак вони мають суттєвий вплив на її повну собівартість.

Проведемо аналіз даних, приведених на рис. 1, а саме структуру повної собівартості випічки хліба на одному з підприємств-виробників хлібопродуктів м.Вінниці за 2021 рік, оскільки саме повна собівартість служить базою ціни товару і її нижнім кордоном для товаровиробника. Виражені у грошовій формі сумарні витрати, що складаються з собівартості реалізації продукції (робіт, послуг), розподілених операційних витрат періоду (адміністративних, інших операційних витрат) та фінансових витрат підприємства є повною собівартістю.

За даними з рисунку 1, можна відзначити, що 50,2 % витрат припадає на основну сировину виробництва – борошно.

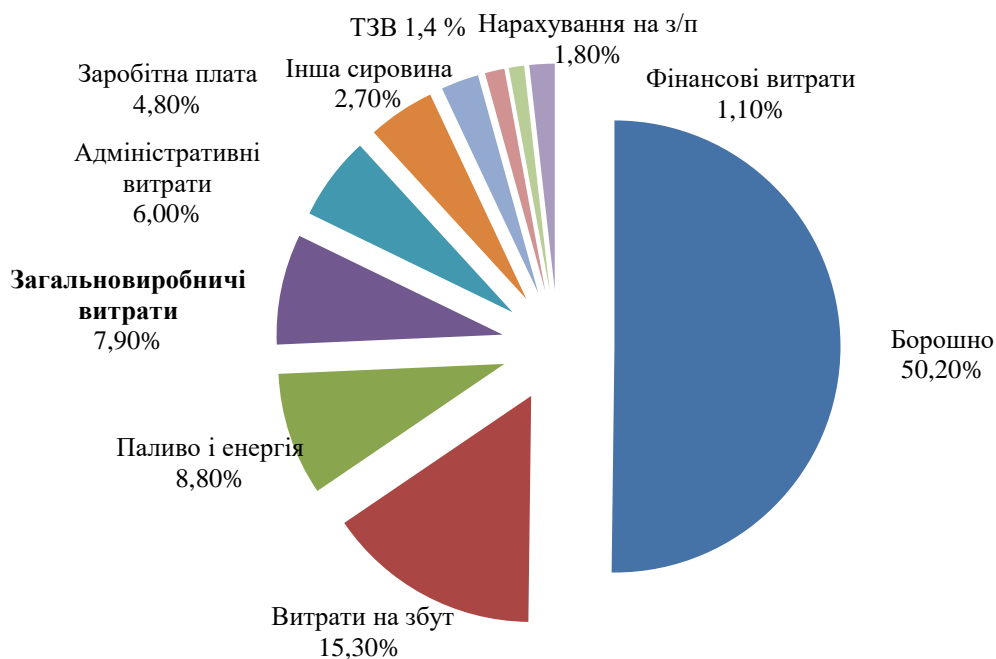


Рис.1 Структура повної собівартості випічки хліба

Джерело: сформовано автором за даними звітності підприємства

Наступну групу за обсягом витрат (15,3%) складають витрати на збут. Достатньо великий обсяг витрат (8,8%) припадає на паливо і енергію. Значну питому вагу складають адміністративні витрати (6%). Лише 4,8% припадає на заробітну плату, 1,8% - нарахування на заробітну плату, 1,4% - транспортно-заготівельні витрати і, 1,1% припадає на фінансові витрати та 2,7% складає інша сировина.

Як бачимо відсоток загальновиробничих витрат у структурі повної собівартості продукції досить значний - 7,9% , що може слугувати підставою для

подальшого аналізу їх розміру та визначення напрямків зниження, що позитивно вплине на обсяг повної собівартості продукції.

Отже можна зробити висновок, що управління витратами загальновиробничого характеру є складовою частиною системи управління витратами підприємства, яка за своєю сутністю є управлінням всією господарською діяльністю підприємства.

На підставі аналізу наукових публікацій та власних досліджень, можна визначити наступні завдання аналітичного забезпечення управління витратами загальновиробничого характеру:

- спостереження, аналіз та контроль за фактичним рівнем загальновиробничих витрат у порівнянні їх з нормативами та плановими обсягами з метою виявлення відхилень та формування економічної стратегії на майбутнє;
- розрахунок повної собівартості виготовленої продукції для оцінки готової продукції та визначення її ціни реалізації;
- виявлення та оцінка впливу на фінансові результати обсягу загальновиробничих витрат .

Список використаних джерел:

1. Гуменюк О.О. Аналіз як важливий елемент системи управління підприємством. Інноваційна економіка. № 5-6[69]. 2017. С.185-189
- 2 Пуцентейло П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства. Сталий розвиток економіки. № 1. 2015. С. 168 – 174.
- 3 Верига Ю.А., Падусенко В.В., Кононенко К.О. Аналіз в системі управління витратами сільськогосподарських підприємств. Економічні студії. № 3(33). 2021. С.23-27
- 4 Мулик Т. О. Витрати як базова складова системи обліку та аналізу виробництва продукції тваринництва. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №22 (2020), 50-58. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>
5. Кіндрацька Г.І., Загородній А.Г., Кулиняк Ю.І. Аналіз господарської діяльності: підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. 245 с.

Кирильєва Л.О. канд. екон. наук, доцент
Наумова Т.А. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна

Цифровізація в процесі бюджетування інноваційної діяльності підприємств

Сучасний розвиток економіки відзначається стрімкими процесами інтеграції та глобалізації, техніко-технологічним розвитком, інноватизацією виробництва, що в свою чергу впливає на поширення інформаційно-комунікаційних технологій задля прискорення обробки великих масивів

обліково-аналітичної інформації і прийняття своєчасних управлінських рішень. Саме завдяки імплементації інформаційних технологій концепція «Індустрії 4.0» в систему управління підприємств здійснима як інноватизація виробництва, що визначає «можливості та потенціал з метою досягнення цілей інноваційного розвитку (інноваційність), а також специфіку їх реалізації (інновативність)»[1], так і цифровізація бухгалтерського управлінського обліку та прийняття рішень.

З точки зору технологічного підходу процес цифровізації (digitalization), передбачає трансформацію даних у цифровий вигляд для формування, обміну, передачі їх за комунікаційними каналами користувачам інформації відповідно встановлених вимог. Цифровізація значно розширює можливості бізнес-структур та кардинально змінює напрями організації обліку, контролю та управління, і як наслідок, впливає на рівень їх економічного зростання та конкурентоздатність.

Цифровізація є найсучаснішим та ефективним інструментом успішної організації управлінського обліку, зокрема процесу бюджетування в частині інноваційної діяльності з метою формування бюджетів, контролю їх виконання та визначення її результативності. Основними компонентами цифровізації виступають: цифрові фінанси, електронна комерція, цифрова ідентифікація, цифрове навчання та компетенції. Отже, процес цифровізації передбачає оволодіння новими компетенціями в частині цифрової грамотності, що сприятиме інноваційному розвитку підприємств, підвищенню результативності та ефективності процесів в інформаційному середовищі. Цифрова грамотність персоналу дозволить вийти на якісно новий рівень обробки та передачі обліково-аналітичної інформації та на її основі приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Цифровізація процесів бюджетування інноваційної діяльності сприятиме збільшенню можливостей управлінського персоналу в прийнятті рішення щодо оптимізації витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізації інноваційних видів продукції за умов складання таких бюджетів як: бюджет продажу інноваційної продукції (робіт, послуг); бюджет капіталовкладень в інноваційні об'єкти необоротних активів; бюджет виробництва інноваційної продукції; бюджет прямих витрат на виготовлення інноваційної продукції; бюджет собівартості реалізації інноваційної продукції; бюджет витрат некапітального характеру; бюджет на організаційно-управлінські витрати; бюджет витрат на збут інноваційної продукції. Всі вище перераховані бюджети будуть мати цільові показники для доходів від реалізації інноваційної продукції (робіт, послуг інноваційного характеру) та обмеження для витрат на виробництво, на організаційно-управлінські інновації, витрат на збут інноваційної продукції в розрізі релевантного діапазону. Цифровізація бюджетного процесу можлива завдяки таких інформаційно-комунікаційних технологій як Big Data (Великі дані) та хмарні технології, від яких можна отримати синергетичний ефект у виробництві інноваційної продукції та виконати повний цикл процедур внутрішнього контролю та аналізу відповідно вимог системи управління організаційної структури. До основних ознак організаційно-технологічного

характеру технології Big Data можна віднести: генерування та обробка великих обсягів даних (неоднорідних, неструктурованих); передача їх за каналами комунікації системи управління для контролю та аналізу в процесі бюджетування; оброблення даних в режимі реального часу та часу розподілу оброблення даних. Погоджуємося, що Big Data дозволяє побудувати інфраструктуру великих масивів даних не тільки для проведення їх аналізу за допомогою Google Analytics, але й для організації інтелектуального аналізу даних (DM, data mining) в режимі реального часу з метою прогнозування нових даних в наслідок постійних змін на ринку споживання та зниження можливих ризиків [2].

Таким чином, в період четвертої промислової революції розбудовувати систему обліку та бюджетування інноваційної діяльності виробничих організаційних структур дозволять такі інформаційно-комунікаційні технології як Big Data (Великі дані), хмарні технології, а їх налаштування та експлуатація нададуть обробляти великі масиви даних, формувати релевантну інформацію для аналізу, контролю виконання бюджетів інноваційної діяльності, визначати відхилення, причини та винуватців відхилень для прийняття рішень щодо подальшого розвитку підприємства та максимального використання всіх його можливостей.

Список використаних джерел

1. Дибя О.М. Інноватизація виробництва: теоретичні основи та прикладний аспект. *Інвестиції: практика і досвід*. 2017. № 22. С. 27–31; 2. Чміль Г.Л., Полевич К.В. Імплементация тренд-технологий концепции «Индустрия 4.0» в организацию деятельности ритейлу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 1 (290). С. 313–319. URL: <https://elib.hduht.edu.ua/handle/123456789/6585>

**Коваль Л.В. канд. екон. наук, доцент
Вінницький національний аграрний університет, Україна**

Особливості обліку інноваційної діяльності

Діяльність суб'єктів господарювання націлена на отримання та максимізацію прибутку. В умовах жорсткої конкуренції потрібно належним чином зацікавити споживача, або вдосконалити виробничий процес так, щоб мати можливість знизити собівартості продукції при тій же її якості. Такого результату можливо досягнути за допомогою інновацій.

Катастрофічний спад економічної активності останніх років в Україні вимагає розробки нетрадиційних технологій та схем організації виробництва продукції для того, щоб не залишитися країною з відсталою економікою, зробити її конкурентоспроможною на світовому ринку. Тому головною метою державної інноваційної політики має бути створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й

використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних та безпечних технологій для виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції [1]. Отже, сучасна модель розвитку економіки вимагає підвищення інноваційної активності як наукових, так і виробничих суб'єктів господарювання. Це пов'язано з необхідністю модернізації системи управління, а відтак і формування нових сегментів розвитку його базової інформаційної підсистеми – бухгалтерського обліку [2].

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає «інновації» як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3]. При цьому інноваційна діяльність - діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

При вдосконаленні виробничого процесу провадять інноваційну діяльність як складову операційної. При цьому використовують певне організаційно-технічне рішення, що дозволить досягнути поставленої мети (капіталізація). В даному випадку використовують інновацію, розроблену або самостійно, або придбану зі сторони.

За умови виготовлення інноваційного продукту з метою його продажу, можна вважати, що суб'єкт господарювання займається інноваційною діяльністю. В цьому випадку створений інноваційний продукт має задовольнити потреби споживача, зацікавивши його до придбання та використання (комерціалізація).

Обидва варіанта дій з інноваціями мають бути належним чином відображені в обліку підприємства.

Організаційно-методичні аспекти обліку операцій з інноваціями залежать від напрямку останніх.

При капіталізації витрат на інновації в обліку використовують рахунок 15 «Капітальні інвестиції».

При створенні інновацій для продажу, витрати на їх формування відносять до витрат операційної діяльності. Залежно від періоду погашення інноваційних витрат, для їх відображення можливе використання таких рахунків як: 23 «Виробництво» та 94 «Інші витрати операційної діяльності» (при списанні на поточні витрати в повній сумі в міру виникнення інноваційних видатків); 39 «Витрати майбутніх періодів»; 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів» (при попередньому резервуванню коштів на інновації).

Для покращення методології обліку інновацій усі їх об'єкти систематизують за трьома групами:

- 1) інновації, які мають матеріальний зміст (машини, обладнання, експериментальні зразки продукції);
- 2) інноваційний продукт у нематеріальній формі (нові технології, проекти і конструкторські рішення з нових видів продукції, програмні матеріали);
- 3) інновації у формі інтелектуальної власності (права на об'єкти

промислової власності, авторські та інші права) [4].

Окремих рахунків для обліку інновацій Планом рахунків не передбачено, тому на підприємстві в межах робочого Плану рахунків доцільно виокремити субрахунки, які б повно та достовірно відображали необхідну інформацію для подальшого її використання. Або ж пропонується запровадження та використання рахунку 99 «Витрати інноваційної діяльності», що дасть змогу згрупувати їх та уникнути розпорошеності та додаткового групування інформації.

Список використаних джерел:

1. Пікуш Ю.В. Інноваційна діяльність як об'єкт бухгалтерського обліку. URL: <http://intkonf.org/pikush-yuv-innovatsiynadiyalnist-yak-obekt-buhgalterskogo-obliku/>; 2. Жук В.М. Концептуальні підходи вирішення поверхневих та глибинних проблем обліку інноваційної діяльності. *Облік і фінанси АПК*. 2011. № 1. С. 36-39; 3. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 19.09.2022); 4. Крупка Я. Д. Облік інвестицій: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2001. 302 с.

**Комста Я.О., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Вінницький національний аграрний університет**

Зміст процесу постачання та завдання його обліку

Процесом (лат. «processus» – проходження, просування) називається послідовна закономірна зміна певного явища та перехід від одного явища до іншого. Здійснення господарської діяльності передбачає здійснення ряду взаємопов'язаних процесів, а саме:

- 1) придбання факторів виробництва – постачання;
- 2) їх трансформацію у готовий продукт (роботи чи послуги) – виробництво;
- 3) продаж готової продукції – збут (реалізація) [1].

Процес постачання (придбання) – це сукупність операцій, спрямованих на забезпечення підприємства предметами та засобами праці, необхідними для здійснення господарської діяльності.

Центральною ланкою інформаційного забезпечення системи управління процесом постачання в підприємствах є бухгалтерська інформаційна система, де хронологічно і систематично накопичуються і оброблюються дані, пов'язані з обліком, контролем, плануванням та аналізом. На основі цих даних формується цілісна інформаційна картина роботи підприємства, порівнюються нормативні та фактичні показники, формулюються глобальні та локальні напрями діяльності, здійснюється прогнозування ефективності політики управління

* Науковий керівник – Н.Л. Правдюк, доктор екон. наук, професор

підприємством в цілому і окремими господарськими процесами зокрема [2,с.119].

У процесі постачання використовують інформацію щодо відхилень фактичних даних від планів за показниками:

- розмір здійснених затрат на постачання матеріальних цінностей;
- кількість матеріальних цінностей на складі та інших місцях зберігання;
- ціни на придбані матеріальні цінності;
 - обсяг придбаних матеріальних цінностей;
- відповідність якості одержаних матеріальних цінностей умовам контрактів.

Процес постачання складається з певних етапів. Головними з яких є такі: планування поставок, укладання договорів на поставку, розрахунки за отримані виробничі запаси, отримання виробничих запасів відповідно до договорів поставок, контроль поставок і розрахунків. Бухгалтерський облік розпочинається з етапу оплати рахунку-фактури, відповідно й виникає об'єкт бухгалтерського обліку - розрахунки з постачальниками та підрядниками. Завдання бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками - забезпечити накопичення, обробку, узагальнення інформації для відображення в бухгалтерському обліку та надання корисної, достовірної інформації про стан розрахунків управлінському персоналу[3,с.59].

Основна мета та завдання обліку процесу постачання (придбання) представлено на рис.1.

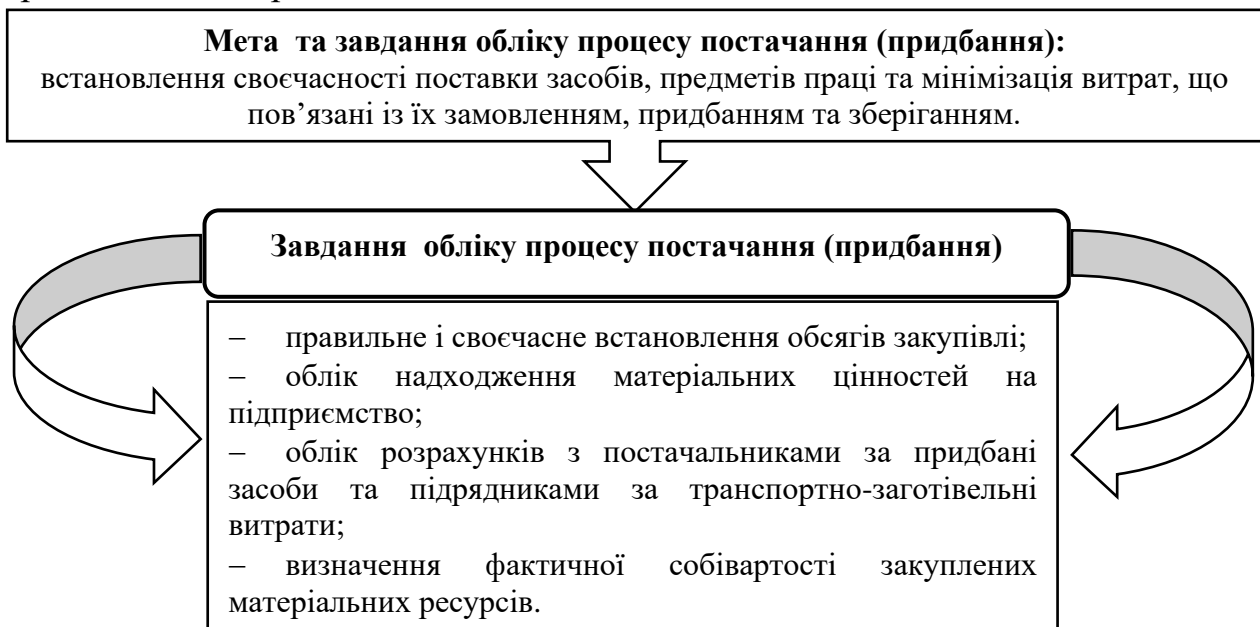


Рис.1 Мета та завдання обліку процесу постачання (придбання)

Джерело: сформовано автором на підставі [4].

На підставі опрацьованих наукових джерел [1-4] та проведених власних досліджень можна зробити висновок, що визначення потоків інформації та її документального забезпечення забезпечує ефективність організації бухгалтерського обліку процесу постачання. Протягом звітної періоду

бухгалтерський облік отримує вхідну інформацію щодо обсягу здійснених поставок матеріальних цінностей та суми проведених та нарахованих за них платежів, накопичує її, обробляє, узагальнює з відображенням у первинних документах, реєстрах обліку, фінансовій звітності. Таку інформацію бухгалтерського обліку використовує управлінський персонал, який повинен приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо процесу постачання. Таким чином, бухгалтерський облік повинен надавати корисну, своєчасну, повну, достовірну вихідну інформацію.

Список використаних джерел:

1. Камінська Т. Г. Облік процесу придбання як етапу кругообороту капіталу. URL: <http://elibrary.nubip.edu.ua/14031/1/Kaminska6.pdf>.
2. Саванчук Т.М. Інформаційне забезпечення управління процесом постачання в аграрних підприємствах. Причорноморські економічні студії. Випуск 15. 2017. С.115-120
3. Подмешальська Ю. В., В. Корнієнко Д.В. Облік розрахунків з постачальниками за видами економічної діяльності. Агросвіт. № 24.2021. С.58-64
4. Мокієнко Т.В. Придбання товарно-матеріальних цінностей : завдання обліку та документальне забезпечення. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=4581>

**Маренич Т.Г., д-р екон. наук, професор
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Обліково-інформаційне забезпечення інноваційної діяльності підприємств: стан та проблеми

В сучасних умовах економічне благополуччя будь-якої держави все частіше пов'язується з рівнем інноваційної активності, наявністю конкурентних переваг в сфері технологій суб'єктів господарювання. Досвід розвинутих країн та країн, які динамічно розвиваються підтверджує необхідність та ефективність переходу на інноваційну модель економічного зростання. Тому інноваційна діяльність є одним з важливих факторів розвитку підприємств, що сприяє досягненню їх стратегічних цілей діяльності. Впровадження інновацій на рівні суб'єктів господарювання здатне забезпечити конкурентні переваги України на міжнародній арені.

Метою інноваційної діяльності підприємств різних галузей є отримання прибутку та досягнення стабільного становища на ринку, посилення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання за рахунок випуску продукції вищої якості й застосування прогресивних техніки та технологій. Це дає змогу досягнути сталої діяльності та подальшого розвитку підприємств, просування на світовий ринок їх продукції й отримання в майбутньому економічного ефекту, а також переходу до використання енергозберігаючих

технологій виробництва, що гарантуватиме задоволення потреб суспільства в збереженні природного навколишнього середовища.

Загострення конкуренції на ринку, забезпечення конкурентоспроможності підприємств, зростання вимог споживачів загалом вимагає впровадження інновацій. Інноваційні процеси на підприємствах сприяють збільшенню обсягу виробництва, оптимізації витрат, підвищенню продуктивності праці, якості продукції, посиленню позицій суб'єктів господарювання на ринку тощо. Слід зазначити, що підприємства наукомістких галузей, на відміну від традиційних, орієнтуються на повний цикл, що включає стадію НДДКР і виробництво нових продуктів і послуг. Інновації пов'язують різні за характером і методами управлінську діяльність: науку, виробництво, інвестиції, збут. Проте багато вітчизняних підприємств в силу різних причин дотримуються «консервативного» підходу до свого розвитку: зберігають існуючі структури підприємства, технології виробництва; використовують застарілу техніку, низькоурожайні сорти тощо. Тільки перебудова підприємств на інноваційній основі подолає відсталість вітчизняних галузей економіки від провідних країн Заходу.

Інноваційна діяльність – це всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні кроки, які фактично або мають на меті призвести до впровадження інновацій. Деякі інноваційні заходи самі по собі є інноваційними, інші не є новими видами діяльності, але необхідні для впровадження інновацій. До інноваційної діяльності належать також науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, які безпосередньо не пов'язані з розробкою конкретної інновації [1].

Поняття «інновація» означає: нову ідею, метод або пристрій; впровадження чогось нового [2]. Загальною рисою інновації є те, що вона повинна бути впроваджена. Новий або вдосконалений продукт впроваджується, коли він виводиться на ринок. Нові процеси, методи маркетингу чи організаційні методи впроваджуються, коли вони фактично застосовуються в діяльності фірми. Інноваційна діяльність значно відрізняється за своїм характером від фірми до фірми. Деякі фірми беруть участь у чітко визначених інноваційних проектах, таких як розробка та впровадження нового продукту, тоді як інші переважно постійно вдосконалюють свою продукцію, процеси та операції. Обидва типи фірм можуть бути інноваційними: інновація може полягати у впровадженні однієї значної зміни або серії менших поступових змін, які разом складають значну зміну [1].

Наразі існують певні проблеми, що гальмують розвиток інноваційної діяльності в нашій державі. Серед них – недостатній рівень інформаційного забезпечення інноваційних процесів, оскільки від забезпечення менеджменту підприємств необхідною інформацією залежить прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо організації і розвитку фінансово-господарської діяльності, в тому числі інноваційної. Належне обліково-інформаційне забезпечення повинно сприяти розширенню можливостей формування та використання їхнього інноваційного потенціалу. На порядок обліку інноваційної діяльності впливає її кінцевий етап, тобто результат, який може бути трьох

видів: впровадження нової інновації (хоча не обов'язково комерційно успішний); триває робота, результатом якої ще не є впровадження нововведення; залишені перед впровадженням нововведення [3].

Система обліково-інформаційного забезпечення процесу створення та використання інновацій на підприємствах у фінансовому обліку на сьогодні має ряд особливостей та недоліків: в діючих нормативно-правових актах щодо бухгалтерського обліку не ідентифікуються об'єкти інноваційної діяльності та не представлено їх методику обліку; первинна документація не передбачена для реєстрації інноваційних витрат та їх результатів; об'єкти обліку інноваційної діяльності не забезпечені окремими відповідними рахунками бухгалтерського обліку з типового плану рахунків; облікова інформація про інноваційні об'єкти формується з використанням загальних рахунків (субрахунків) без відображення специфіки інноваційних процесів; майже на всіх підприємствах не розроблено реєстри та форми звітності управлінського обліку, за допомогою яких можливо накопичувати деталізовану та систематизовану інформацію для управління інноваціями та відслідковувати економічні показники інноваційної діяльності; у фінансовій звітності відсутні статті, що відображають доходи, витрати та результати інноваційної діяльності підприємства; примітки до фінансової звітності не містять вимог щодо розкриття інформації про інноваційну діяльність. Також не затверджено окремих методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку витрат інноваційної діяльності, що могло б полегшити оцінку та методику обліку інноваційних процесів. Зокрема це пояснюється відсутністю такого виду діяльності для відображення операцій щодо руху активів, зобов'язань, витрат, доходів та фінансових результатів в бухгалтерському обліку. Так, в НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» представлено визначення звичайної, інвестиційної, операційної, основної та фінансової діяльності.

В Законі України «Про інноваційну діяльність» дається визначення інноваційної діяльності, інновацій, зазначено об'єкти інноваційної діяльності тощо. Внаслідок багатогранності та різноманітності кожен об'єкт інноваційної діяльності має свої особливості обліку. Тому для достовірного та повного облікового відображення необхідно чітко сформулювати об'єкти обліку інноваційної діяльності. У фаховій літературі існують різні підходи до розуміння об'єктів обліку інноваційної діяльності [4]. Так, Столярчук Н.М. вважає, що основними об'єктами обліку інноваційної діяльності є: кошториси на її створення; витрати на інвестиції та нові технології; інноваційна продукція; процеси комерційного використання продукції (чи її застосування для подальшої інноваційної діяльності) [5]. Витрати на інноваційні процеси можуть носити: капітальний характер та бути пов'язані з впровадженням нових типів виробництв, нових технологій, виробничого обладнання, технічним переозброєнням виробництва, переоснащенням устаткування, придбанням та впровадженням авторських прав, об'єктів інтелектуальної власності; поточний характер та бути пов'язані з операційною діяльністю, у ході якої створюються безпосередньо інноваційні продукти та інноваційна продукція.

Питання формування інформації в бухгалтерському обліку та у звітності для забезпечення управління інноваційною діяльністю розглядалися багатьма вченими. Для вирішення проблеми відображення, систематизації інформації та формування у звітності показників щодо витрат інноваційної діяльності підприємств вчені пропонують відкривати субрахунки першого та другого порядку, аналітичні рахунки до рахунків 15 «Капітальні інвестиції», 23 «Виробництво», 39 «Витрати майбутніх періодів», 92 «Адміністративні витрати», 90 «Собівартість реалізації», 94 «Інші витрати операційної діяльності», 97 «Інші витрати», в залежності від обраної облікової політики, а також нові рахунки (99 «Витрати інноваційної діяльності») та ін. [6–8].

Аналогічна ситуація і з обліком доходів від інновацій. Доходи від інновацій, що пов'язані з операційною діяльністю, на думку багатьох науковців, слід обліковувати на рахунку 71 «Інший операційний дохід», а всі інші – на рахунку 74 «Інші доходи» з відкриттям відповідних субрахунків або аналітичних рахунків. Для визначення фінансового результату рекомендують використовувати субрахунки другого порядку до 791 «Результат операційної діяльності» або 793 «Результат іншої діяльності».

У міжнародних стандартах фінансової звітності порядку відображення витрат, доходів і фінансового результату від здійснення інноваційної діяльності прсвячено декілька стандартів. Проте, як зазначає Ісаншина Г.Ю., міжнародні стандарти фінансової звітності не передбачають виділення результатів інновацій, як не визначають і не використовують власне поняття «інновація». Це пов'язано, зокрема, з суттєвим ускладненням під час визначення сфер інноваційної діяльності, з важливістю збереження комерційної таємниці під час проведення перспективних розробок і досліджень, а також із широким охопленням інноваціями всіх видів і напрямів фінансово-господарської діяльності підприємств [9, с. 197]. Автор стверджують, що згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності пріоритетним є відображення інноваційних витрат як нематеріальних активів підприємства. Саме через це частка нематеріальних активів у валюті балансу підприємств країн ЄС становить близько 20%, а у звітності вітчизняних промислових підприємств – менше 1% валюти балансу.

Для отримання інформації про обсяг витрат інноваційної діяльності, а також з метою розширення її аналітичності Черешнюк О.М. пропонує реєстри аналітичного обліку: Відомість аналітичного обліку витрат інноваційної діяльності на етапі дослідження, Відомість аналітичного обліку витрат інноваційної діяльності на етапі інвестування, Відомість аналітичного обліку витрат інноваційної діяльності на етапі впровадження. Для узагальнення таких витрат та зіставлення їх із плановими показниками доцільно формувати Зведену відомість обліку витрат інноваційної діяльності [10, с. 11]. Також цим автором запропоновано доповнити перелік статей у Примітках до річної фінансової звітності основними даними про її результати. Зокрема, у Примітках до річної фінансової звітності слід виокремити інформацію про збільшення основних засобів та нематеріальних активів у результаті інноваційної діяльності, капітальні інвестиції в об'єкти інноваційного призначення і загальні витрати на

інновації з деталізацією на технічні, технологічні, управлінські й маркетингові проекти. Зважаючи на інформаційні потреби зацікавлених сторін у відкритості й прозорості інформації про інноваційну діяльність та відсутність рекомендацій на законодавчому рівні щодо переліку основних показників, які слід наводити у додаткових звітних формах, запропоновано вченим в інтегрованій звітності підприємства відображати блок «Інноваційна діяльність» [10, с. 12].

Органами державної статистики передбачається ряд форм статистичного спостереження щодо інноваційної діяльності підприємств. У цих звітах наводиться інформація про витрати на технологічні інновації, джерела їх фінансування, обсяг реалізованої продукції, кількість впроваджених інноваційних видів продукції, результати інноваційної діяльності та ін. Проте складання цих форм за даними бухгалтерського обліку є проблематичним. Тому постає завдання взаємоузгодження методики відображення в обліку інноваційної діяльності та її результатів і даних статистичної звітності, що буде сприяти зменшенню витрат часу на формування відповідної інформації.

Отже, одним із факторів, що гальмують розвиток інноваційної діяльності підприємств, є недостатнє обліково-інформаційне забезпечення інноваційних процесів. Дослідження показали, що така система забезпечення інноваційної діяльності обліковою інформацією на нормативному рівні не створена, а у більшості підприємств відсутня. Це вимагає здійснити ряд заходів як законодавчого, так і організаційного характеру на рівні підприємств з метою формування повної, достовірної інформації про інноваційну діяльність та її результати.

Список використаних джерел:

1. Glossary: Innovation activity. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Innovation_activity (дата звернення: 19.10.2022);
2. Innovation. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/innovation> (дата звернення: 19.10.2022);
3. Innovation activities. URL: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=6863> (дата звернення: 19.10.2022);
4. Пальчук О.В., Гай О.М. Проблеми ідентифікації об'єктів облікового забезпечення інноваційної діяльності. *Бізнес-навігатор: Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2021. Вип. 1 (62). С. 130–135. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2021/62_2021/24.pdf (дата звернення: 19.10.2022);
5. Столярчук Н.М. Облік комерційного використання інноваційної продукції. *Облік і фінанси*. 2015. № 3 (69). С. 55–61;
6. Грибовська Ю.М. Облік витрат на інновації: сучасний стан та перспективи розвитку. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. Вип. 23. С. 612–617. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/120.pdf> (дата звернення: 19.10.2022);
7. Коваль Л.В. Облік інноваційної діяльності. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 3. С. 117–131. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/November2019/YyQmZNXnYWaybwJFM7nC.pdf> (дата звернення: 19.10.2022);
8. Шинкаренко А. В., Костенко В. Г. Інформаційне забезпечення та облікове відображення інноваційної діяльності підприємства. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 244–249. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1155607.pdf> (дата

звернення: 19.10.2022); 9. Ісаншина Г.Ю. Розвиток системи інформаційного забезпечення управління інноваційною діяльністю промислового підприємства. Науковий Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. 2016. № 1 (19E). С. 194–199. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1\(19E\)_2016/article/28.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1(19E)_2016/article/28.pdf) (дата звернення: 19.10.2022); 10. Черешнюк О.М. Облік та аналіз інноваційної діяльності на підприємствах цукрової промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Черешнюк Оксана Михайлівна; Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2015. 20 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/765/1/avtoreferat-vse.pdf> (дата звернення: 19.10.2022).

**Нестеренко І.В., канд екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Облікове забезпечення інноваційної діяльності підприємств біоіндустрії

На сучасному етапі розвитку біотехнологічного сектору впровадження інновацій пов'язано, насамперед, з використанням нових методів та технологій в процесі екологічного виробництва й просування органічної продукції. В основі принципів біоекономіки лежать чотири фундаментальні основи: ресурсно-відновлювальне виробництво; генна технологія та інженерія; практична біокластерна орієнтація; дослідницько-наукова інтеграція [1]. Слід зазначити, що біокластер представляє собою мережу пов'язаних та інтегрованих виробництв агропромислового комплексу, які створені для забезпечення повного циклу переробки сировини і відходів виробництва на засадах біокластерної орієнтації. Мережа екологічно-орієнтованих виробничо-переробних підприємств (біокластерів) є основою біоіндустрії України. Саме вони виготовляють органічну продукцію, використовують відходи виробництва та його побічну продукцію, застосовують «зелені» технології, що дозволяє на високому інноваційно-технологічному рівні розвинути інфраструктуру та забезпечити ефективний соціально-економічний розвиток, як окремого регіону так і країни в цілому, непорушуючи при цьому біобаланс та дотримуючись принципів біобезпеки. Світова практика господарювання орієнтується на високий рівень впровадження таких біокластерів, оскільки в майбутньому така система дозволить значно підвищити рівень рентабельності еколого-орієнтованих підприємств, що вимагає формування відповідної нормативно-законодавчої бази та обліково-аналітичного забезпечення управління інноваційною діяльністю підприємств біоіндустрії.

Інструментом реалізації стратегії розвитку біоіндустрії слугує програмно-цільове регулювання за допомогою розроблення довгострокової, середньострокових та короткострокових програм розвитку держави, її регіонів, адміністративно-територіальних одиниць, інноваційно-інвестиційних проектів, що реалізуються в системі державного управління. Необхідним елементом процесу розроблення й реалізації стратегії розвитку біовиробництв України є

формування їхнього ресурсного та інституційно-організаційного забезпечення [5, с. 62]. Вирішенню означених питань сприяє міжнародний ТЕЕВ-проект в Україні (The Economics of Ecosystems and Biodiversity, ТЕЕВ), який покликаний забезпечити системне інтегрування екологічної оцінки біорізноманіття у рішення відповідних органів влади в країні та в загальну систему еколого-економічних розрахунків, що вимагає, у першу чергу, розробки методологічних засад обліку екологічних інновацій та їх розкриття у звітності [3].

В Україні активно впроваджуються організаційно-економічні та нормативно-правові основи для створення, зміцнення і розширення сфери інноваційної діяльності. Так, згідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» суб'єктам інноваційної діяльності для виконання ними інноваційних проектів фінансова підтримка надається у вигляді: повного безвідсоткового кредитування (на умовах інфляційної індексації) пріоритетних інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України та коштів місцевих бюджетів; часткового (до 50%) безвідсоткового кредитування інноваційних проектів за рахунок коштів Державного бюджету України та коштів місцевих бюджетів за умови залучення до фінансування проекту решти необхідних коштів виконавця проекту; повної чи часткової компенсації (за рахунок коштів Державного бюджету України та коштів місцевих бюджетів) відсотків, сплачуваних суб'єктами інноваційної діяльності комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за кредитування інноваційних проектів; надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів; майнового страхування реалізації інноваційних проектів [2]. При цьому, витрати на здійснення інноваційних програм і проектів підприємств біоіндустрії можуть списуватись на капітальні або поточні витрати та відноситись, відповідно, до інвестиційної або операційної діяльності. Покриття понесених витрат відбуватиметься з джерел власного капіталу, зокрема за рахунок акціонерного капіталу, додаткового капіталу й нерозподілених прибутків. В ході дослідження визначено, що процес інноваційної діяльності підприємств біоіндустрії відбувається за рахунок фінансування власними джерелами, що вимагає постійного розширення асортименту та вдосконалення технологій виготовлення органічної продукції. Тому, на підприємствах доцільно створювати відповідні резерви коштів, які в майбутньому будуть виступати джерелом фінансування інноваційних проектів. Таким резервом можуть бути кошти, які накопичуються у визначеному в процентному відношенні розмірі на рахунку 47 "Забезпечення майбутніх витрат і платежів". Однак, виникає питання: в якій частині і під які нововведення необхідно буде створювати цей резерв. Створення відповідного резерву повинно виходити з можливостей та структури інноваційних еколого-орієнтованих проектів й відповідати принципу бухгалтерського обліку – обачності, що забезпечить підприємствам біоіндустрії відповідний рівень інноваційного розвитку. В значній мірі вибір способу обліку інновацій залежить від того, чи пов'язані вони з операційною діяльністю еколого-орієнтованого підприємства та чи носять капітальних характер. Практичний досвід діяльності підприємств біоіндустрії свідчить, що інновації капітального характеру можуть бути

представленні у двох напрямках: капітальні інновації, які стосуються створення нових видів основних засобів (ресурсо- та енергоефективних засобів); інтелектуальні та капітальні інновації, які стосуються створення нематеріальних активів («зелених» технологій). Відповідно до першого варіанту облік доцільно вести на субрахунку до рахунку 15 «Капітальні інвестиції», а саме субрахунок 154 «Придбання (виготовлення) нематеріальних активів» або на спеціальному субрахунку, призначеному для обліку капітальних біоінновацій, а саме 156 "Інновації капітального еколого-орієнтованого характеру". До субрахунку 154 з метою розширення його інформаційних можливостей варто відкрити рахунки третього порядку: 1541 «Витрати на придбання (створення) екологічних інноваційних технологій»; 1542 «Інноваційні технології, придбані за ліцензійними угодами»; 1543 «Інноваційні технології, створені в результаті інтеграції ековиробництва» [4, с. 136]. Організація аналітичного обліку витрат за напрямками здійснення інноваційних заходів щодо оновлення нематеріальних активів ековиробничого призначення, сприяє удосконаленню методичних засад обліку інноваційних витрат, дозволяє здійснювати аналіз та прогнозування показників інноваційного розвитку. На даному етапі першочерговим є завдання з організації на підприємствах біоіндустрії аналітичного обліку капітальних витрат на створення інновацій капітального характеру. Основою Звіту про інноваційні витрати екологічно-орієнтованих підприємств виступатимуть окремі аналітичні рахунки, що дозволить систематизувати розрізнену інформацію про інноваційні процеси і ефективно використовувати ці дані для цілей управління.

Таким чином, біоекономічний вектор розвитку підприємницької діяльності забезпечить високу якість життя не тільки сучасному суспільству, але й сприяє створенню безпечної, економічно-ефективної та суспільно-орієнтованої системи господарювання. Підставою для розробки облікової системи підприємств біоіндустрії має стати науково-обґрунтована стратегія управління їх інноваційною діяльністю. При цьому, коригування та інновація існуючих податкових викривлень та запровадження еко-податків можуть сприяти реалізації концепції екологічної безпеки на всіх рівнях та, як наслідок, підвищенню якості навколишнього середовища. Все це має стимулювати підприємства біоіндустрії України до впровадження кращих практик та пошуку шляхів відображення в обліку та звітності результатів інноваційної діяльності з метою реалізації цілей сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. European Bioeconomy Stakeholders. Manifesto. URL: https://ec.europa.eu/research/bioeconomy/pdf/european_bioeconomy_stakeholders_manifesto.pdf;
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>;
3. Колісниченко П.Т. Інноваційна діяльність підприємств малого та середнього бізнесу в Україні: тенденції та перспективи. *Проблеми системного підходу в економіці*. Збірник наукових праць. 2017. Випуск 4(60). URL: http://psae-jrn1.nau.in.ua/journal/4_60_2017_ukr/7.pdf;
4. Нестеренко І.В. Особливості обліку та аудиту фінансових інвестицій підприємства. *Економічна стратегія і*

перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 1(1). С. 136-142. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1\(1\)_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1(1)_21); 5. Чміль Г.Л. Обґрунтування інструментів дослідження маркетингової інноваційної активності компанії індустрії гостинності на ринку. *Економіка та держава*. 2020. №8. С. 62–65.

**Никитюк Д.О., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Вінницький національний аграрний університет, Україна**

Зміст адміністративних витрат та їх вплив на прибуток підприємства: обліковий аспект

Витрати у сфері управління не можна віднести до якоїсь однієї стадії кругообігу. Вони однаковою мірою належать до обслуговування всіх стадій кругообігу. Якщо витрати на виробничій стадії безпосередньо пов'язані зі створенням продукту, то адміністративні витрати пов'язані з усією господарською діяльністю підприємства. Без адміністративних витрат не може бути забезпечено безперервність заміни форм вартості в процесі кругообігу. Всі ці витрати – це витрати за межами виробничого процесу і не беруть участь у створенні продукту, але необхідні для нормального функціонування виробництва, для забезпечення безперервності процесу кругообігу [1].

Особливістю функціонування системи управління витратами, зокрема і адміністративними, є те, що бухгалтерська інформація розширюється результатами проведеного дослідження середовища суб'єкта господарювання та попередньо обробляється методами економічного аналізу.

Подолянчук О.А. наголошує, що діяльність будь-якого підприємства здійснюється з метою отримання прибутку за наслідками виробничо-господарської діяльності. Водночас сума отриманого прибутку залежить від попиту на продукцію та витрат на виробництво. Аналізуючи прибуток, керівники підприємства визначають ефективність своєї діяльності, оцінюють можливості розвитку бізнесу чи навпаки – необхідність згортання [2, с.].

Питання, які торкаються поняття «адміністративні витрати», також безпосередньо пов'язані з поняттям прибутку. Адміністративні витрати є одним з елементів фінансової і податкової звітності і їх визначення – важливий чинник впливу на формування достовірних фінансових результатів.

До адміністративних витрат відносять загальногосподарські витрати, які здійснюють для управління й обслуговування підприємства: витрати на оплату праці та службових відряджень адміністративного персоналу, на утримання необоротних активів загальногосподарського призначення, усі витрати підприємства на послуги зв'язку, аудиторські, юридичні та інші професійні послуги, на оплату банківського обслуговування.

На рисунку 1 наведено склад таких витрат.

* Науковий керівник – Н.Л. Правдюк, доктор екон. наук, професор

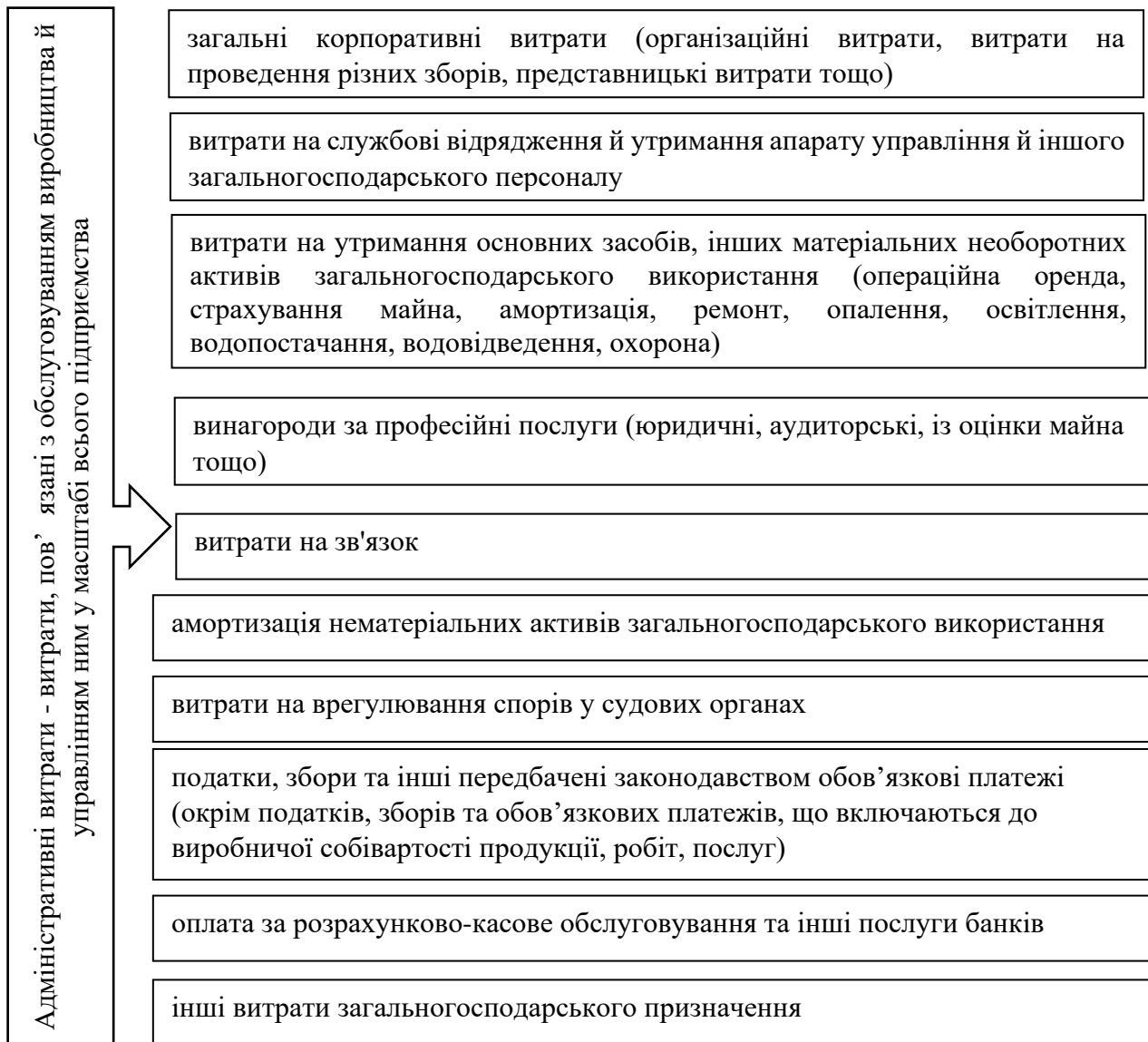


Рис. 1.Склад адміністративних витрат

Джерело: [3,с. 222]

Необхідно підкреслити, що згідно із П(С)БО 16 «Витрати», до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) адміністративні витрати, витрати збут та інші операційні витрати не включаються, тобто в бухгалтерському обліку формується неповна собівартість [4].

Питання щодо визначення собівартості залишаються невирішеними і мають дискусійний характер. Науковці вважають, що облік витрат за неповною собівартістю призводить до її викривлення, що може суттєво ускладнити процес ціноутворення.

Зокрема, Н.Л. Правдюк вважає, що застосування показника виробничої собівартості дає змогу знаходити сприятливіші комбінації цін та обсягів реалізації готової продукції, створює можливість проведення цінової політики, спрямованої на максимізацію обсягів збуту продукції. Однак, використання реалізаційних цін, розрахованих на основі собівартості за неповними витратами,

в середньо- і довгостроковій перспективі створює загрозу отримання підприємством збитків через недостатність реалізаційних цін для покриття значних обсягів позавиробничих витрат (витрат періоду). Тому для проведення ефективної маркетингової політики, визначення реалізаційних цін, які б повністю відшкодували понесені підприємством витрати та забезпечували необхідний рівень прибутку, в межах управлінського обліку виникає необхідність в отриманні інформації про повну собівартість продукції, яка враховує собівартість реалізованої продукції та витрати періоду [5, с.113].

Отже, на підставі опрацьованих джерел [1-5] та проведеного власного дослідження можна зробити висновок, що одним із ключових напрямів підвищення ефективності та прибутковості діяльності підприємств є побудова ефективного механізму управління адміністративними витратами, який передбачає цілеспрямоване формування оптимального рівня таких витрат, проведення постійного контролю за їх формуванням і списанням, а також стимулювання зниження рівня адміністративних витрат.

Список використаних джерел:

1.Огійчук М. Ф., Плаксієнко В.Я., Беленкова М.І. та ін. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами : підручник. За ред. проф. М. Ф. Огійчука. 6-те вид., перероб. і допов. К. : Алерта, 2011. 1042 с.URL: https://pidru4niki.com/1474100242607/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/finansoviy_ta_u_pravlinskiy_oblik_za_natsionalnimi_standartami

2.Подолянчук О.А. Особливості бухгалтерського обліку та оподаткування прибутку підприємства. Економіка, фінанси, менеджмент : актуальні питання науки і практики. 2022.№ 1. С.136-153

3.Іщенко Я.П., Подолянчук О.А., Коваль Н.І. Фінансовий облік II: підручник. Вінниця: Видавництво ФОП Кушнір Ю.В. 2021. 396 с.

4.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затв. наказом МФУ від 31.12.1999 р. № 318. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

5.Правдюк Н.Л. Облікове забезпечення управління витратами на виробництво та реалізацію продукції садівництва. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 3 (57). С. 103-120.

**Панічек І. В. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

**ABC-калькулювання: переваги та недоліки застосування у сучасних
умовах**

На сьогоднішній день, традиційні системи управління витратами все частіше наражаються на критику через свою непридатність для забезпечення прийняття рішень щодо своєчасного реагування на зміни навколишнього середовища ведення бізнесу, які відбуваються у результаті глобалізації та інтернаціоналізації економіки у сукупності зі стрімким розвитком технологій. У зв'язку з цим, увага сучасної бізнес-спільноти на даний момент прикута до альтернативних методів калькулювання, зокрема до системи ABC [1].

Серед останніх публікацій, присвячених обраній темі можна виділити роботи таких вчених, як: Аллен Е., Лорін С. [2], Алтаваті Н., Кім-Сун Н., Ахмад А., Елмаброк А. [3], Сначов М. П., Ломтева І. М. [4], Яскал І., Яскал О., Стасюк І. [5]. Крім питань впровадження в облікову практику, традиційно увага дослідників звертається на переваги та недоліки методу. Через те, що у сучасному світі дуже швидко змінюються умови зовнішнього та внутрішнього середовищ організацій, деякі плюси та мінуси даної системи, виділені раніше, втрачають свою актуальність, у той час, як інші набувають актуального значення для підприємств. Це обумовлює потребу подальших досліджень переваг та недоліків методу ABC у сучасних умовах, що і постає метою даної роботи.

ABC (Activity Based Costing) – з англ. калькулювання, що базується на видах діяльності – особливий вид функціонального аналізу витрат, що характеризується розподіленням накладних затрат на основі операцій, чим забезпечує високу точність формування собівартості продукції [4].

Розподіл накладних витрат за системою ABC є послідовним процесом, який умовно можна поділити на 4 основні етапи.

Перший являє собою виділення основних видів діяльності (функцій, процесів, операцій) підприємства, які займають не менш, ніж 5% його ресурсів. Стандартними прикладами можуть виступати процеси закупівлі, транспортування, експлуатації обладнання, дизайну, контролю якості, постачання, післяпродажного обслуговування, тощо. Їх кількість перебуває в прямій залежності від різноманітності номенклатури та складності технологій виробничої та невиробничої сфери.

Кожна функція на підприємстві повинна бути вимірною, тому другим етапом впровадження системи ABC є вибір фактору для кожного процесу, який прямо впливає на розмір понесених витрат. Драйвер витрат (кост драйвер, носій витрат, фактор витрат) є одночасно відображенням та вимірником активності певного виду діяльності. Для процесу експлуатації обладнання ним виступає час роботи (машино-години); для контролю якості – обсяг трудових затрат (людино-

* Науковий керівник – О. В. Писарчук, канд. екон. наук, доцент

години); для тестування продукції – безпосередня кількість виконаних процедур, тощо [5].

Визначення фактору витрат робить можливими розрахунок ставок розподілу витрат за процесом, що виступає третім етапом ABC-калькулювання. Ставка розраховується шляхом ділення загальної суми витрат за процесом на кост драйвер, виражений у відповідних одиницях.

На завершальному четвертому етапі ставки розподілу множаться на фактичну кількість виконаних робіт, необхідних для виготовлення певного продукту.

Особливості алгоритму здійснення калькуляції за системою ABC-костинг зумовлюють виникнення невіддільних один від одного переваг і недоліків його використання, які доцільно окреслювати з прив'язкою до кожної стадії підготовки та виконання калькулювання.

Виходячи з цього, на першому етапі перевагою є отримання нових обліково-аналітичних даних щодо бізнес-процесів. Наявність додаткової інформації створює умови для використання її у прийнятті рішень щодо збільшення фінансування функцій, які були обрані основними, та скорочення витрат коштів або повної відмови від неефективних та ресурсомістких процесів. Мінусом виступає те, що збір та якісна обробка нової інформації можливі лише за умови залучення додаткових трудових ресурсів, що виливається у збільшення витрат на оплату праці. Слід зазначити, що активність використання у даний час ІТ-технологій на підприємствах зменшують суттєвість вказаного недоліку, порівняно з минулими роками.

На стадії виокремлення драйверів витрат організації у розпорядження отримують додаткову систему вимірних показників, які можуть використовуватися різними службами для підвищення ефективності їх роботи. У сучасних умовах активізації використання різних видів оперативного аналізу бізнесу вказана перевага є надзвичайно актуальною. Так, показники в грошовій формі можуть застосовуватися фінансовим відділом для проведення аналізу накладних витрат за місцями їх виникнення та розробки оптимізаційних пропозицій. Дані в натуральних вимірниках стануть корисними для технологів у процесі удосконалення виробничих ліній, підвищення якості продукції та мінімізації відходів, а також для менеджерів задля аналізу витрат робочого часу та розробки методів впливу на рівень продуктивності. Основною проблемою на даному етапі постає трудомісткість і вірогідність помилки при виборі факторів витрат [2]. Її нівелювання частково досягається шляхом залучення сторонніх організацій або підготовкою власного персоналу, що знову виливається у фінансові витрати.

Етап визначення ставок розподілу накладних витрат на процеси несе в собі переваги у вигляді можливого використання отриманої інформації не тільки при калькулюванні собівартості, а і при прийнятті рішень щодо інвестування у певний проект або вибору найбільш вигідного серед декількох альтернатив. Так як сучасне середовище характеризується високим рівнем залучення фірм до інноваційної та інвестиційної діяльності, використання даної позитивної сторони може привести до значного збільшення прибутків за умови вигідного

капіталовкладення. Разом з цим присутній ризик перенасичення аналітичного персоналу інформацією, що у сучасних умовах акселерації змін бізнес-середовища може виявитися неактуальною для стратегічного менеджменту.

На завершальній стадії розподілу накладних витрат підприємство отримує точнішу, порівняно з традиційними системами калькулювання, оцінку собівартості, що пов'язано з урахуванням взаємозв'язків, через які готова продукція поглинає накладні витрати конкретного виду. Описана перевага відкриває ряд інших, а саме: можливість коригування цінової політики, розвитку певних продуктових ліній, зменшення нерентабельних витрат та підвищення конкурентоспроможності організації в цілому [3]. Проте, високий рівень бюрократизації спричиняє додаткові фінансові та часові витрати, а також іде у розріз з сучасними тенденціями мінімізації контролю й акцентування уваги на підтримці творчих ініціатив працівників.

Таким чином, актуальність деяких переваг та недоліків ABC-калькулювання зазнала змін. Стрімкий розвиток ІТ-технологій та активне використання аналітичного інструментарію в усіх сферах діяльності підприємств призвели до підвищення значущості переваг у вигляді детальних даних, які отримуються у процесі проведення калькулювання та зменшення ролі недоліку, пов'язаного із високою технологічністю процесу. У свою чергу, тенденції до зростання ролі нових креативних ідей, прискорення бізнес-циклів та максимальна економія ресурсів вступають у протиріччя з необхідністю всеохоплюючого контролю, підтримування високого рівня бюрократизації та необхідністю виділення додаткових фінансових та трудових ресурсів, чим загострюють значення даних недоліків. Врахування наведених позитивних та негативних сторін системи ABC з поправкою на актуальність у сучасних умовах дасть змогу підприємствам приймати більш об'єктивні рішення щодо користі впровадження цього методу калькулювання до практики управлінського обліку.

Список використаних джерел:

1. Quesado P., Silva R. Activity-Based Costing (ABC) and Its Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2021. Vol. 7. URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc7010041>
2. Allain E., Laurin C. Explaining implementation difficulties associated with activity-based costing through system uses. *Journal of Applied Accounting Research*. 2018, Vol. 19. No 1. P. 181-198. URL: <https://doi.org/10.1108/JAAR-11-2014-0120>
3. Altawati N., Kim-Soon N., Ahmad A., Elmabrok A. A Review of Traditional Cost System versus Activity Based Costing Approaches. *Advanced Science Letters*. 2018. Vol. 24. P. 4688-4694. URL: <https://doi.org/10.1166/asl.2018.11682>
4. Сначов М. П., Ломтева І. М. Особливості застосування системи ABC-калькулювання для обліку затрат. *Modern Economics*. 2020. № 20. С. 253-260 URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V20\(2020\)-39](https://doi.org/10.31521/modecon.V20(2020)-39)
5. Яскал І., Яскал О., Стасюк І. Перспективи використання методу ABC у господарській практиці підприємств. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 2. С. 170-176. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2021.02.170>

**Писарчук О.В., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

Обліково-аналітична складова в управлінні інноваційним розвитком

На сьогодні, суспільно-економічні відносини мають тенденцію до постійної трансформації під впливом глобалізаційних процесів. Специфічною характеристикою сучасних економік країн світу можна виділити дуальний характер спрямування розвитку з одного боку, безумовною орієнтацію в середину системи, на власний розвиток, зростання економіки, захист власних інтересів, а з іншого боку, процеси глобалізації, відкритість кордонів, відносно вільний рух ресурсів різних видів, перехід до нових форм взаємовідносин, призводять до об'єктивної необхідності щодо орієнтації на сучасні світові тенденції та вимоги. Високий рівень конкуренції, діджиталізація економіки, перехід до економіки типу Індустрія 4.0 висуває відповідні вимоги до всіх інституцій. Інноваційний розвиток суб'єктів господарювання стає запорукою функціонування. Перехід до нових умов функціонування обумовлює зміни в різних аспектах діяльності підприємств, в тому числі й в структурі ресурсів.

Останнім часом, відбувається перерозподіл в структурі значимості матеріальних та нематеріальних ресурсів, в свою чергу, серед нематеріальних ресурсів, з'являються нові за типом. За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності [1], а також на підставі результатів аналізу діяльності компаній – світових лідерів за даними, які представлено в звітах дослідного інституту інформаційної безпеки та захисту даних Ponemon Institute [2] свідчить про те, що темпи приросту вартості нематеріальних активів у світових лідерів значно перевищують темпи приросту вартості матеріальної складової наявних ресурсів.

Інноваційний розвиток являє собою процес переходу від одного стану підприємства до іншого, якісно нового стану з новими властивостями системи [3, с. 40], який визначається водночас сукупністю матеріально-фінансових, стратегічних, технологічних, репутаційних, організаційних, людських активів та ефективністю їх використання. На сьогодні, недостатнім стає ефективне управління лише матеріально-фінансовою складовою діяльності підприємства, яка має доволі чітку формалізацію, та структуроване обліково-інформаційне забезпечення. На перший план виходить необхідність та здатність ефективного управління іншими складовими, як то репутаційними, людськими, стратегічними, технологічними та організаційними активами.

Серед основних проблемних аспектів щодо ефективності управління такими активами можна виокремити наступні.

Базове протиріччя обумовлюється тим, що принцип формування облікової система носить ретроспективний характер, натомість, інформаційна складова щодо переважної більшості зазначених активів має носити перспективний, прогностичний характер. Це обумовлює відповідні складності щодо фіксації та

інформаційного відображення відповідної інформації, «входження» в протиріччя із основними базовими обліковими принципами.

Рівень цінності того ж самого активу може значно відрізнитись для різних суб'єктів та користувачів інформації. Це залежить від широкої сукупності факторів, в тому числі, особистих компетентностей, пріоритетів, що ускладнює «процеси» вимірювання та оцінки активів.

Високий рівень нормативно-правової регламентації облікових процесів значно знижує гнучкість та здатність до випереджального розвитку системи

Високі темпи оновлення, поява принципово нових видів активів в існуючій структурі з одного боку, сприяє активному інноваційному розвитку, з іншого, обумовлює низький рівень керованості через недостатність інформаційної бази щодо таких активів. Диверсифікована структура наповнення кожного з видів активів обумовлюється тим, що перелік активів може значно відрізнитись в залежності від специфіки діяльності суб'єкту господарської діяльності, можуть з'являтися нові категорії активів, в наслідок інноваційного розвитку.

Складність формалізації та оцінки кожного з активів обумовлює відсутність облікового відображення не тільки у фінансовій звітності, а й в управлінській. Відсутність чіткого усвідомлення управлінським персоналом значимості ефективності управління саме такими типами активів в сучасних економічних умовах призводить до відсутності задачі в формуванні структурованої системи управління специфічними активами та інтеграції їх в обліково-аналітичне забезпечення системи управління підприємством.

Недосконалість нормативно-правової бази щодо обліково-аналітичного забезпечення нематеріальних активів.

Таким чином, в цілому існує сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів, що стають на перешкоді розвитку обліково-аналітичного забезпечення ефективного управління нематеріальними активами сучасного суб'єкта господарювання, як ключової складової інноваційного розвитку.

Одним з базових підґрунть процесу ефективного управління є формування якісної інформаційної бази. В свою чергу, саме, обліково-аналітичне забезпечення стає основою наповнення інформаційної бази. Тому проблематика пошуку шляхів формування гнучкого обліково-аналітичного забезпечення, яке б відповідало сучасним вимогам та враховувала весь спектр особливостей інноваційного розвитку, є вкрай актуальним та потребує подальших досліджень

Список використаних джерел:

1. GLOBAL EDITION. 2019 Intangible Assets Financial Statement Impact Comparison Report URL:<https://www.aon.com/getmedia/60fbb49a-c7a5-4027-ba98-0553b29dc89f/Ponemon-Report-V24.aspx>; 2. World Intellectual Property Report 2017: Intangible capital in global value chains. World Intellectual Property Organization URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_944_2017.pdf; 3 Писарчук О.В. Основні напрями трансформації облікової підсистеми в системі управління розвитком підприємств в умовах економіки знань. Економіка і фінанси, 2019, - № 4. – С.39 – 53

Правдюк Н.Л., д-р екон. наук, професор
Сироватко О.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Вінницький національний аграрний університет, Україна

Формування збутових витрат в обліку для потреб внутрішнього управління

Умови функціонування діяльності вітчизняних останніх років свідчать про необхідність впровадження управлінського обліку та розробці рекомендацій з організації обліку витрат збутової діяльності для потреб внутрішнього управління, аналізу конкретних показників і елементів збуту, які забезпечують конкурентні переваги виробника продукції на ринку, а саме – повної собівартості товарної продукції, доходу від продажу за окремими каналами, ціні продажу та її залежності від різних чинників.

Організація системи управлінського обліку на підприємствах дозволить вирішити два основних завдання: 1) забезпечити контроль за ефективною роботою окремих підрозділів для зіставлення отриманих доходів і витрат по кожному з них; 2) підвищити точність та ступінь деталізації облікових даних, процесу калькулювання собівартості продукції, особливо на тих підприємствах, які випускають великий асортимент продукції [1, с.24]. Роль та значимість процесу реалізації у господарській діяльності підприємства - головні, оскільки результати цього процесу визначають напрям виробничої діяльності та дають оцінку ефективності виробництва [2].

Згідно з чинними П(С)БО для визначення прибутку у фінансовій звітності та обліку обчислюється неповна собівартість продукції без урахування витрат на збут. Тому за цими даними підприємства не можуть у повній мірі судити про рентабельність і доцільність виробництва тієї чи іншої продукції.

У відповідності до національного облікового законодавства, зокрема НП(С)БО 16 «Витрати», облік збутових витрат підприємства можуть вести накопичувальним шляхом на рахунку 93 «Витрати на збут», не розмежовуючи витрати між окремими видами продукції, до яких вони відносяться, а потім списати загальною сумою на фінансові результати. Проте, для відповіді на запити управлінського персоналу, підприємство, шляхом відкриття аналітичних рахунків до рахунку 93 може здійснювати облік збутових витрат за відповідними видами реалізованої продукції. Такий підхід дасть змогу визначати повну собівартість продукції в системі управлінського обліку.

Для коректної роботи підприємства необхідно особливу увагу приділяти обліку і розподілу збутових витрат, які на момент їх здійснення не належать до конкретного об'єкта. Необхідно зазначити, що кожне підприємство визначає свою базу розподілу, виходячи з напряму діяльності та виконання запитів управлінського персоналу.

Особливо актуальним питання розподілу збутових витрат є для багатогалузевих підприємств, які мають кілька видів товарної продукції, чимало складських приміщень, автотранспортний парк по доставці своєї товарної продукції до місць реалізації, структурні підрозділи зі збуту товарної продукції.

Сума витрат на збут на таких підприємствах значна, повна собівартість продукції суттєво відрізняється від виробничої собівартості, визначеної в бухгалтерському обліку. Тому обґрунтований порядок розподілу витрат зі збуту має практичне значення. Саме до таких підприємств відноситься ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м. Вінниця, за даними управлінського обліку якого ми визначили у відносних показниках обсяг збутових витрат у повній собівартості випічки хліба ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м. Вінниця (рис.1).

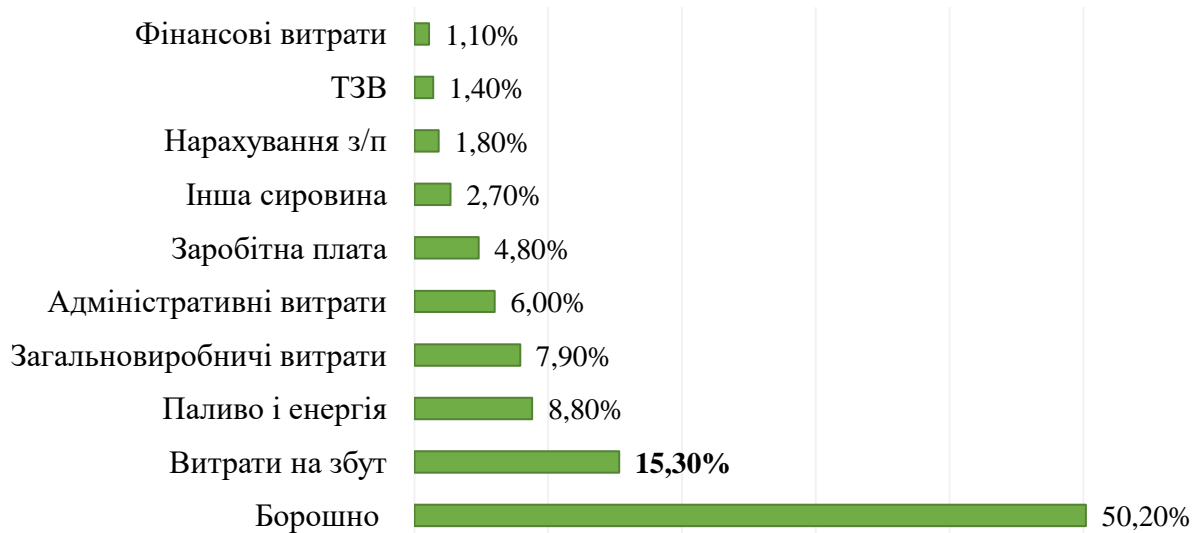


Рис. 1 Питома вага збутових витрат у структурі повної собівартості випічки хліба ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м.Вінниця

Отже, можна зробити висновок, що обсяг збутових витрат на ТОВ «Наш Хліб Вінниця» досить значний та складає 15,30 %. Це свідчить про те, що підприємство здійснює значні витрати на просування своєї продукції на ринку, витрачаючи ресурси на рекламні заходи, маркетингові дослідження тощо.

Запропонована науковцями номенклатура витрат на збут передбачає ведення обліку цих витрат за наступними статтями: витрати на утримання робітників сфери збуту; витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних та нематеріальних активів, пов'язаних зі збутом; витрати на передпродажну підготовку товарів; витрати на збереження, відвантаження та транспортування продукції(товарів); витрати на рекламу та маркетингову діяльність; інші витрати, пов'язані зі збутом. Звертаємо увагу, що лише стаття «витрати на передпродажну підготовку товарів» має пряме відношення до якогось конкретного виду продукції і може бути одразу включена до загальної суми витрат при визначенні повної собівартості продукції. Всі інші статті дозволяють систематизувати відповідні непрямі витрати та, очевидно, підлягають розподілу між видами реалізованої продукції, для збуту якої вони були здійснені[3].

Сума накладних витрат зі збуту може розподілятися на всі види товарної продукції підприємства пропорційно вартості (собівартості) товарної продукції, зокрема: сума накладних витрат, яка має бути віднесена на кожен окремий вид

товарної продукції, визначається множенням суми її собівартості на коефіцієнт розподілу; суму витрат зі зберігання фасованої продукції (продукції промислової переробки) вважаємо за доцільне розподіляти пропорційно площі, яку вони займають у складських приміщеннях за кожний день зберігання (кв/м –дням); сума витрат на зберігання, яка має бути віднесена на кожен окремий вид готової продукції (кількості м.кв/днів множить на коефіцієнт розподілу) [2].

Ми вважаємо, що застосування показника виробничої собівартості дає змогу знаходити сприятливіші комбінації цін та обсягів реалізації готової продукції, створює можливість проведення цінової політики, спрямованої на максимізацію обсягів збуту продукції. Однак використання реалізаційних цін, розрахованих на основі собівартості за неповними витратами, в середньо- і довгостроковій перспективі створює загрозу отримання підприємством збитків через недостатність реалізаційних цін для покриття значних обсягів позавиробничих витрат (витрат періоду). Тому для проведення ефективної маркетингової політики, визначення реалізаційних цін, які б повністю відшкодували понесені підприємством витрати та забезпечували необхідний рівень прибутку, в межах управлінського обліку виникає необхідність в отриманні інформації про повну собівартість продукції, яка враховує собівартість реалізованої продукції та витрати періоду [4, с.113].

Використовуючи попередні напрацювання, пропонуємо для ТОВ «Наш Хліб Вінниця» м.Вінниця здійснювати розподіл цих витрат для їх подальшого врахування при визначенні повної собівартості виробленої продукції пропорційно величині виробничої собівартості окремих видів готової продукції. Порядок розподілу витрат на збут та їх включення до складу повної собівартості продукції представлено на рис.2.

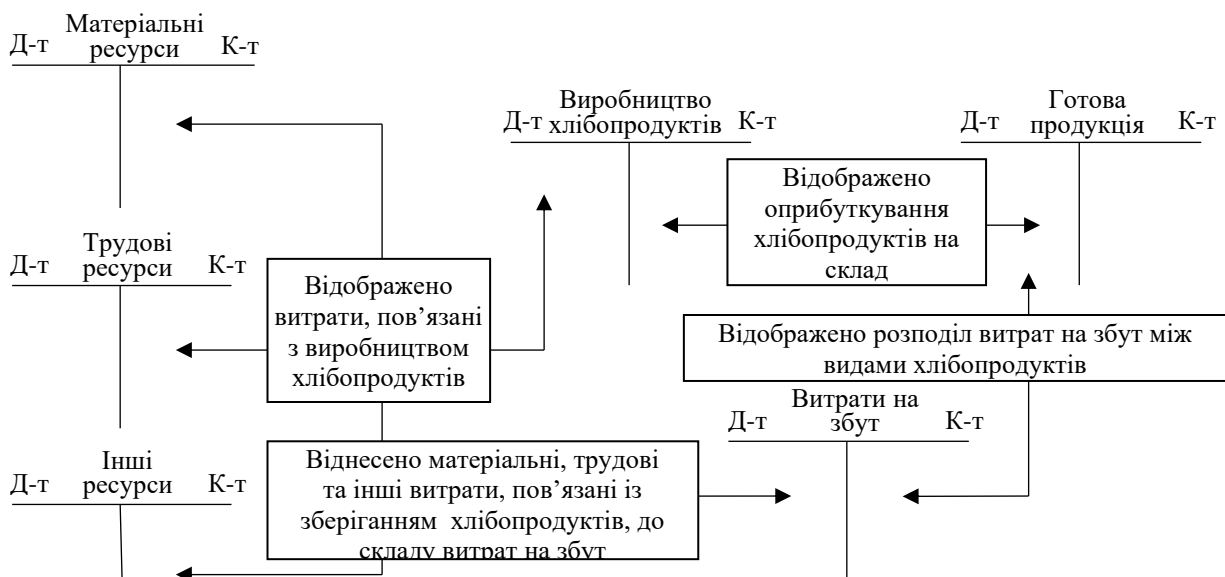


Рис. 2 Пропозиції щодо розподілу витрат на збут між видами хлібопродуктів в межах управлінського обліку на ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м.Вінниця

Джерело: сформовано авторами за використання [4, с.115]

Такий порядок дасть змогу оперативно й точно розрахувати повну

собівартість готової продукції в розрізі її видів і сортів, посилити контроль за понесеними витратами та формувати повну собівартість виробленої продукції, що в кінцевому підсумку створює передумови для успішної реалізації маркетингової політики підприємства, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності продукції.

Список використаних джерел:

1. Лепетан І.М. Організація управлінського обліку за центами витрат у сільськогосподарських підприємствах. Агросвіт. № 23.2019.С.19-24; 2. Облік витрат на збут : управлінський аспект. URL: <https://posibniki.com.ua/post-oblik-vitrat-na-zbut-upravlinskii-aspekt>; 3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства: Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2002. 656 с.; 4. Правдюк Н.Л. Облікове забезпечення управління витратами на виробництво та реалізацію продукції садівництва. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 3 (57). С. 103-120.

**Пуніна А.М. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Харківський національний економічний університет
ім. Семена Кузнеця, Україна**

Використання сучасних програмних продуктів в облікових процесах в сільськогосподарській сфері

Сучасні реалії, в яких змушені триматися вітчизняні підприємства, в тому числі і агросектор, завдає вкрай несприятливі умови. Ще в 2018 році можна було охарактеризувати вищевказану сферу як недостатньо забезпечену матеріально-технічними та інформаційними ресурсами. Лише 20-30% аграріїв використовували нові технології, зокрема до них входили: облікові програми - необхідні бухгалтерові задля обліку ресурсів, налагодження процесів виробництва тощо; облік земельних ресурсів - можуть використовувати лише ті, у кого землі від тисячі гектар, адже обчислюється фактична кількість оброблюваної площі; трекінг пального, використаного кожною технікою - поширені завдяки низькій ціні, проте проблеми, які вони виявлять багатого коштують; агрометеорологія, автопілоти та зйомка з дронів та супутників.

Процеси формування інноваційної системи в Україні, незважаючи на війну, характеризуються значним розвитком завдяки наявності комп'ютерної техніки та сучасних технологій, програмного забезпечення, впроваджених комунікацій. На даний момент необхідно поповнювати знання та навички інформаційного середовища. Ефективною базою інтегрованих автоматизованих систем менеджменту підприємства є довідкові, інформаційні, експертні системи та методи прийняття рішень, які працюють за допомогою Інтернет-середовища, персональних комп'ютерів та мобільних телефонів.

* Науковий керівник - Писарчук О.В., канд. екон. наук, доцент

Розглянемо детальніше автоматизацію обліку завдяки спеціалізованим програмам. Загалом на підприємствах використовують наступні програми та сайти: MASTER:Бухгалтерія – вітчизняне програмне забезпечення, яка провадить комплексну автоматизацію обліку на підприємстві, включаючи зарплату, кадрові документи, процес документообігу, виробництва та CRM, BAS AGRO. ERP, BAS Бухгалтерія від Актив-Софт, програмний комплекс «АБ ОФИС», ПК Універсал, УкрБланк, УкрСклад, УкрЗарплата, бухгалтерська програма «Хепі-Бух», ПЗ «Інфо-Підприємство», ПЗ для обліку та управління підприємством «Акцент», програма для автоматизації бухгалтерського та податкового обліку «Інфо-Бухгалтер», Портал Minfin.com.ua - автоматизація оновленого курсу валют, інтернет бухгалтерія iBuh.Online, SMARTFIN.UA – вітчизняна платформа, яка дає змогу малому та середньому бізнесу вести онлайн бухгалтерію, в тому числі загальний облік ФОП, Zarplata24 – платформакалькулятор, яка дає можливість порахувати заробітну плату працівників та сформувані відповідні документи, бухгалтерська програма BookKeeper: дозволяє повноцінно вести облік та складати звітність онлайн та ін.

Серед даного переліку розглянемо програму BAS AGRO. ERP. Завдяки новому програмному рішення є можливість вести бухгалтерський та податковий облік зберігаючи всі функції та можливості конфігурації «BAS ERP» [1].

Дана система дає змогу комплексно управляти будь-яким середнім або великим сільськогосподарським підприємством. Для використання в інших аспектах діяльності можливо використовувати інші програмні продукти та спеціалізовані конфігурації. Розуміння роботи програми виокремлює загальні підсистеми, які включає в себе специфіка діяльності агрокомплексу в Україні відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Характеристика підсистем BAS AGRO. ERP

Підсистема	Характеристика
Планування сільгосп діяльності в рослинництві.	Планування витрат та продажів, продуктивна експлуатація земельного фонду і виробничих ресурсів, формування оптимальних технологічних облікових карток в с/г.
Оптимізація розміщення культур	Оцінка якості земель, визначення відповідних культур для вирощування; розрахунок кількості добрив, яка необхідна.
Виробничий облік сільгосп робіт і послуг.	Створювання звітності для аналітики, забезпечення користувача актуальною інформацією.
Облік розрахунків по оренді земельних паїв.	Здійснення нарахування і сплата оренди паїв.
Виробничий облік ВРХ	Проведення аналізу продуктивності фермерського господарства.
Планування діяльності свинокомплексу.	Планування, проведення факторного аналізу та планування з подальшою передачею відповідних даних керівництву.
Кредитний портфель (облік майна під заставу).	Інформація про заставне постачання, проведення аналізу майна і різних виплат.

Тобто, дана програма дозволяє спеціалісту сформувати необхідний пакет документів, таких як кадрові, зарплатні, інформація щодо працівників, звітність земельних ділянок, транспорту, майна, сільгосптехніці.

Враховуючи сьогоднішній стан нашої країни, для деяких підприємств найкращою є можливість ведення обліку онлайн. Підприємство може обрати будь-який з вищеперерахованих платформ, проте розглянемо детальніше **BOOKKEEPER** [2]. Даний ресурс віддаленої бухгалтерії дозволяє вести облік діяльності, складати та подавати звітність підприємств і ФОП всіх систем оподаткування та неприбуткових організацій з будь-якого пристрою. Сервіс розроблений за принципом перевіреного досвіду користувачів, тому зручно реалізовано функціонал щодо вирішення онлайн поточних завдань малого та середнього бізнесу.

Віддалена бухгалтерія має ряд можливостей, який кожен користувач зможе оформити без перешкод, а саме: складати необхідні операції та розрахунки - продажі та придбання, запаси та виробництво, каса та банк, розрахунки по зарплаті, необоротні активи; вести оперативний облік торгівлі; формувати регламентовані звіти; здавати електронну звітність.

Передбачена можливість ведення обліку декількох юридичних осіб в одній базі бухгалтерської програми. Працівникам підприємства можна налаштувати власний набір прав доступу до елементів та документів бази. Велика низка інструментів забезпечують самостійне ведення бухгалтерії онлайн користувачами без професійних знань в сферах обліку та ІТ.

У сфері сільського господарства є необхідним слідкувати за виробництвом щохвилини, тому на допомогу приходять застосунки [3]: Мобільні додатки дозволять відстежувати необхідну інформацію для сільгосп виробника, в тому числі в сфері обліку, можемо відзначити наступні два додатки: Платформа **Bushel**, в якій можна відслідкувати необхідну і точну бухгалтерську інформацію в зручний час, заощадити час та швидко вести справи. Мобільний додаток функціонує в системі обліку зернових елеваторів, надає виробникам доступ до їхніх контрактів, передплати, готівкової ставки та ринку в цілому; **Market+** від **Indigo** – це програма, яка встановлює ланцюг постачання сільськогосподарської продукції з метою налагодження ефективної роботи, оптимізації активів та підвищення можливих джерел отримання прибутку підприємства прибутку. **Market+** складає широкий спектр виробу постачальників сільськогосподарської продукції.

Отже, сфера сільського господарства значними темпами оптимізує процес виробництва за рахунок інноваційних технологій. Можливість впровадження сучасних та раніше представлених програмних забезпечень, сайтів та мобільних додатків полегшує облік підприємства та робить обчислювання простими та доступними.

Список використаних джерел:

1. URL:<https://a4.com.ua/avtomatizatsiya-silskogo-gospodarstva/> (дата звернення: 13.09.2022);
2. URL: https://bookkeeper.kiev.ua/?gclid=CjwKCAjwsfuYBhAZEiwA5a6CDG6MasAh_ICRcnJ3zWHJqu_iYgi13DMJKTSNhyd4livRe8BzhFIJfhoCMbMQAvD_BwE (дата звернення: 13.09.2022);
3. URL:<https://agriteka.com/1538-naykrasch-programi-dlya-silskogo-gospodarstva-na-2022-rk-vd-sroplife.html> (дата звернення: 13.09.2022)

**Теплякова Н. О., Керемет А. О. здобувачі вищої освіти ступеня
магістра***
**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

**Проблеми організації роботи бухгалтерської служби в обліково-
аналітичній системі підприємства**

Діяльність підприємства пов'язана з інформацією про процеси господарського життя, для фіксування яких призначена система обліку. Значення обліково-аналітичної інформації дуже велике, тому що від своєчасних, реальних, правильних даних залежить процес прийняття управлінських рішень, що на пряму впливає на ефективність функціонування підприємства [1].

Обліково-аналітична система підприємства передбачає формування сукупності облікової та аналітичної інформації, яка призначена для управління підприємством та напрямками його діяльності й окремими об'єктами.

Особливість формування обліково-аналітичної системи на підприємстві може бути викликана різними обсягами інформації, переліком видів діяльності, які її надають, варіативною кількістю співробітників та ін.

Для того, щоб запровадити якісну обліково-аналітичну систему в діяльності підприємства, його управлінському персоналу необхідно звернути увагу на те, що впровадження змін здійснює бухгалтерська служба, яка також потребує удосконалення певних аспектів роботи.

У більшості випадків така необхідність викликана завантаженістю працівників бухгалтерії підприємства, на яких покладається ведення різних видів обліку, що містять неоднозначні правила і вимоги за різними нормативними актами та які схильні до регулярних змін, що вносяться в управлінські документи [2].

Проте великий відсоток появи недоліків в обліку, поряд з об'єктивними причинами, приходиться на причини, які з'являються виключно в організації роботи бухгалтерії і її працівників. Так, можна виділити наступні недоліки в організації обліку бухгалтерської служби, на які необхідно звернути увагу керівництву підприємства.

1. Посадова інструкція. Перш за все повинні бути чітко прописані посадові обов'язки працівників бухгалтерії. Таке затвердження повинно виключити виконання сторонніх функцій, які часто перекладаються на плечі бухгалтера – складання табелів обліку робочого часу, оформлення та укладання договорів, ведення матеріального обліку і ін.

2. Забезпечення сприятливих умов роботи. Для недопущення відволікання на сторонні проблеми та питання і не відкладання поточної роботи задля їх вирішення, керівнику підприємства необхідно забезпечити нормальні умови роботи співробітників бухгалтерії. Для цього наказом по підприємству повинен

*Науковий керівник - Писарчук О. В. канд. екон. наук, доцент

бути встановлений розпорядок роботи бухгалтерії, в якому треба прописати часи прийому працівників з виробничих питань [3].

3. Організація документообігу. Усунення недоліків в обліку підприємства можливе за рахунок правильної організації документообігу, в якому повинні бути чітко визначені строки та форми документів для подання в бухгалтерію, встановлений перелік відповідальних осіб, а також обґрунтовано штрафні санкції за несвоєчасну і неякісну обробку документів.

4. Правило повторної перевірки документів. Повторна внутрішня перевірка зведених, платіжних документів, звітності необхідна для підвищення якості підготовки і достовірності документів, а також для взаємозамінності працівників бухгалтерії і скороченні часу на можливе виправлення недоліків [2].

5. Проведення інвентаризації. Відсутність формального підходу при проведенні інвентаризації є способом визначення правильності ведення бухгалтерського обліку. Інвентаризація повинна охоплювати перевірку усіх активів, зобов'язань і ін. Якщо результати, отримані при інвентаризації збігаються з даними обліку, то можна казати про якісне ведення бухгалтерського обліку, яке в повному обсязі охоплювало діяльність підприємства.

6. Проведення аудиту. Проведення внутрішніх і зовнішніх аудиторських перевірок є найбільш корисним способом виявлення і усунення невідповідностей в веденні бухгалтерського обліку підприємства.

7. Підвищення кваліфікації. Задля покращення професіоналізму і компетентності працівників бухгалтерії необхідно організувати їх участь в спеціалізованих курсах, семінарах, зосередитись на підвищенні кваліфікації, забезпечити регулярну підписку на спеціальні бухгалтерські видання.

Успішна робота бухгалтерії можлива за умови чіткої організації обліку обліковими працівниками підприємства. Саме обліково-аналітична система підприємства має забезпечити такий обліковий порядок, що можливо за умови, коли кожний працівник бухгалтерії буде дотримуватись встановлених вимог щодо своїх службових обов'язків.

Посилення значення обліково-аналітичної інформації в управлінні діяльністю підприємства зумовлює розширення кола посадових обов'язків працівників бухгалтерії, зокрема, включення до них функцій аналітичної обробки облікових даних і звітів, що дає змогу приймати до уваги облікову інформацію при формуванні управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Сіренко Н. М., Баришевська І. В., Щербина Ю.О. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством : курс лекцій – Миколаїв : МНАУ, 2016. – 132 с.;
2. Кадрова практика в діяльності бухгалтерії URL : <https://www.kadrovik.ua/content/test-5>;
3. Єфімов О. Бухгалтер і первинний документ URL : <http://yefimov.com.ua/?p=4086>

**Чабанюк О.М. канд. екон. наук, доцент, Львівський торговельно-економічний університет, судовий експерт, Львівський науково-дослідний інститут судових експертиз,
Шведа Н.В. здобувачка вищої освіти ступня бакалавра
Львівський торговельно-економічний університет, Україна**

Зобов'язання підприємства у балансі (звіті про фінансовий стан) та їх оцінка

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», зобов'язання – це заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють в собі економічні вигоди.

Зобов'язання містять у собі ймовірність майбутнього вилучення коштів підприємства і втрати економічної вигоди внаслідок прийнятих у минулому обов'язків. Разом з тим, підприємство може мати обов'язок діяти певним чином, але це необов'язково призводить до виникнення і відображення у його балансі певного зобов'язання. Обов'язки підприємства розглядаються як його зобов'язання, якщо вони: існують на даний момент і є наслідком минулих господарських операцій (наприклад, придбання товарів чи послуг) або подій (понесені чи ймовірні збитки, за які підприємство несе відповідальність). Рішення керівництва підприємства придбати активи у майбутньому саме собою не призводить до виникнення зобов'язання; пов'язані з необхідністю майбутніх платежів з метою збереження господарських зв'язків підприємства або у відповідності із здійсненням нормальної підприємницької діяльності; мають бути виконані неминуче. Економічні наслідки невиконання зобов'язання, наприклад, у зв'язку зі штрафними санкціями, не дадуть підприємству можливості уникнути вибуття ресурсів на користь іншої сторони; мають визначений термін виконання, хоча точна дата може бути невідомою; прийняті відносно суб'єктів (юридичних чи фізичних осіб або їх груп), які можуть бути ідентифіковані якщо не у момент прийняття зобов'язання, то у момент його виконання.

Зобов'язання можуть мати юридичну силу внаслідок укладених контрактів або статутних вимог. Вони також можуть виникати у результаті бажання підприємства підтримувати свою ділову репутацію. Погашаючи зобов'язання, підприємство. Як правило, віддає ресурси, що втілюють у собі економічні вигоди, з метою задоволення вимог іншої сторони. Погашення зобов'язання може здійснюватись: сплатою грошових коштів; передаванням інших активів; наданням послуг; заміною даного зобов'язання іншим; перетворенням зобов'язання на капітал.

У деяких випадках у момент виникнення зобов'язання його сума визначається із застосуванням попередніх аналітичних чи експертних оцінок. Такі зобов'язання називаються забезпеченнями. Наприклад, підприємство, яке реалізує продукцію з гарантією, бере на себе зобов'язання забезпечувати ремонт або заміну протягом гарантійного терміну. Оскільки конкретна сума витрат та

час їх виникнення залежать від майбутніх подій, у звітному періоді, коли була реалізована продукція, підприємство змушене створити відповідний резерв, виходячи з попереднього досвіду та прогнозних оцінок фахівців. Для визначення балансової вартості зобов'язань використовують декілька видів.

1. Історична собівартість – сума надходжень, отриманих в обмін на зобов'язання або, за деяких інших обставин, суми грошових коштів чи їх еквівалентів, що, як очікується, будуть сплачені з метою погашення зобов'язання під час звичайної діяльності підприємства.

2. Поточна вартість – недисконтована сума грошових коштів чи їх еквівалентів, яка була б необхідна для погашення зобов'язання на поточний момент.

3. Сума погашення – недисконтована сума грошових коштів або їх еквівалентів, яка, як очікується, буде сплачена для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства.

4. Теперішня вартість – дисконтована сума майбутніх платежів (за вирахуванням суми очікуваного відшкодування), яка, як очікується, буде необхідна для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства.

Вид оцінки, який використовується по відношенню до конкретного зобов'язання, залежить від їх класифікації. У залежності від терміну погашення зобов'язання поділяються на поточні та довгострокові. Згідно з НП(с)БО зобов'язання класифікується як поточне, якщо воно буде погашене протягом: операційного циклу підприємства або дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу. Усі інші зобов'язання звичайно є довгостроковими.

Таким чином, в управлінні підприємством баланс є найважливішим інструментом вивчення і діагностики фінансової рівноваги, спостереження за потенційними факторами її порушення. За допомогою ліквідних засобів підприємство повинне гасити свої борги у встановлені терміни, а також підтримувати функціональну рівновагу між джерелами і зобов'язаннями, забезпечуючи стабільність перших і цільовий напрям других. Цю вимогу обумовлює наявність двох різних підходів у фінансовому аналізі: аналіз ліквідності та функціональний аналіз. В першому випадку як базою є традиційний бухгалтерський баланс, що відображає майновий стан підприємства на певний момент. В другому – функціональний баланс, що показує джерела отримання грошових коштів підприємства і напрямки їх використання в основній діяльності (поточній, інвестиційній, фінансовій).

Список використаних джерел:

1. Куцик П. О. Звітність підприємств : [навч. посіб.] / П. О. Куцик, О. А. Полянська. – Львів : Вид-о Львівської комерційної академії, 2015. – 138 с.; 2. Чабанюк О. М. Мединська Т. В. Облік та оподаткування в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / О. М. Чабанюк, Т. В. Мединська // Економіка та суспільство. – 2017. - № 11. – Режим доступу до журналу : <http://economyandsociety.in.ua>.



СЕКЦІЯ 8

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ІННОВАЦІЇ ТА ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ

**Азаренков Г.Ф. канд. екон. наук, професор
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

Аналіз тенденцій розвитку ринків під впливом змін структури активів

На сьогодні, інноваційна діяльність суб'єкта господарювання стає невід'ємною складовою не тільки розвитку, а й функціонування в умовах нової економіки. Економіка, базовим підґрунтям якої є знання, продукування нових знань, ставить нові вимоги як до інституціонального середовища, так і до кожного суб'єкта економічних відносин. Активний розвиток процесів диджиталізації, розповсюдження цифрових технологій в різні сфери соціально-економічних відносин, відчутне розширення вікових меж активного включення в економічні відносини, в поєднанні з глобалізаційними процесами ставить нові вимоги до функціонування підприємств, до структури їх активів, до підходів та методів управління такими суб'єктами.

Характерними особливостями економіки нового типу в умовах глобалізації узагальнено виділяють наступні аспекти. По-перше, це відкритість кордонів, зміна сутності кордонів в економічних взаємовідносинах. Вільне переміщення ресурсів всіх видів як всередині країни, так і між країнами. Розвиток цифрових технологій призвів до нівелювання необхідності в фізичному переміщенні ресурсів, в повному обсязі, в конкретно обумовлене місце, що впливає на оперативність здійснення процесів, прийняття рішень, розширення можливостей щодо залучення найбільш оптимальних та цікавих ресурсів. Ринки трудових ресурсів, капіталів, інформації, фінансових послуг, тощо набувають нових властивостей. Трансформація ринку трудових ресурсів обумовлена сукупністю факторів. Розширення діапазону пошуку оптимальної пропозиції, як для працівника, так і її задоволення для працедавця. З одного боку відбувається зростання конкуренції між працівниками, з одночасним мотивуванням щодо підвищення рівня кваліфікації, з іншого боку, широкі можливості щодо пошуку у відкритому ринку призводить до здешевлення робочої сили. Можливість одночасного тестування всіх потенційних претендентів із застосуванням дистанційних технологій сприяє скороченню витрат на підбір персоналу. Нівелювання кордонів дозволяє поєднувати компетентності фахівців з різних куточків світу для досягнення оптимального результату.

Економіка нового типу обумовила появу суб'єктів діяльності нового типу. Структура ресурсів таких суб'єктів кардинально відрізняється від існуючих підприємств. Так частка нематеріальної складової ресурсів таких підприємств значно перевищує матеріальну складову. Створення таких суб'єктів господарювання також, в більшій мірі, ґрунтується саме на нематеріальній складовій активів. Аналіз структури ресурсів компаній [1], які працюють в сфері диджиталізації свідчить про те, що нематеріальна складова ресурсів в поєднанні з кадровим забезпеченням, яке, в свою чергу також сприяє генеруванню нематеріальної складової, значно перевищує складову матеріальних активів суб'єкту господарювання.

Більш того, процес створення вартості вийшов на новий рівень, а саме глобальний ланцюжок створення вартості. Галопуючими темпами відбувається розвиток світової торгівлі. За оцінками [2] темпи росту світової торгівлі випереджають темпи росту світового виробництва, що відбулось як наслідок розвитку глобалізаційних процесів. Аналіз публічної звітності з діяльності крупних підприємств, світових лідерів, свідчить про суттєве перевищення частки нематеріальної складової активів в процесі формування доданої вартості в глобальному ланцюгу створення кінцевої вартості продукту, над складовою матеріальних активів. Поряд з цим, в компаніях, які мають вже певну історію функціонування, під впливом процесів глобалізації, а також в умовах переходу до функціонування в умовах нової економіки, економіки знань, відбуваються суттєві зміни в структурі активів, зі зростанням частки нематеріальних активів.

Зростання ролі нематеріальних активів в сучасних економічних відносинах чинить відповідний вплив на ринок фінансових послуг.

Так, за даними дослідження проведеним інститутом Ponemon [3] понад 60 % матеріальних активів підпадають під страхове покриття, в свою чергу відсоток нематеріальних активів, які підпадають під страхове покриття не досягає 16 %, причому це переважно інформаційні ресурси. Виходячи зі зворотного співвідношення матеріальних та нематеріальних активів в структурі таких суб'єктів, можна стверджувати про доволі низький рівень страхового покриття. Основними факторами, що стримують розвиток страхування нематеріальних активів стає високий рівень ризикованості, складність визначення вартісної цінності активів, варіювання вартісної цінності таких активів для різних суб'єктів, недосконалістю національних та міжнародних стандартів обліку щодо методології та вимог відносно оцінювання нематеріальної складової ресурсної бази.

Аналогічні фактори чинять вплив також й на тенденції розвитку фінансового ринку. Нематеріальні активи в якості залогового майна мають дуже низький пріоритет. Це суттєво знижує можливості залучення фінансових ресурсів, особливо, для суб'єктів господарювання нового типу із значною часткою саме нематеріальних активів. Що призводить до протиріччя й ускладнює фінансування саме інноваційних суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Falato A, Kadyrzhanova D., Sim J, Rising intangible capital, shrinking debt capacity, and the US corporate savings glut Finance and Economics Discussion Series 2013 - 67, URL: <https://www.federalreserve.gov/pubs/feds/2013/201367/201367pap.pdf>; 2. World Intellectual Property Report 2017: Intangible capital in global value chains. World Intellectual Property Organization URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_944_2017.pdf; 3. GLOBAL EDITION. 2019 Intangible Assets Financial Statement Impact Comparison Report URL: <https://www.aon.com/getmedia/60fbb49a-c7a5-4027-ba98-0553b29dc89f/Ponemon-Report-V24.aspx>

**Алексенко А.О., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр* ,
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
Кузнєцова Ю.С., здобувачка вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет**

Теоретичне узагальнення системи сучасних методів управління персоналом підприємства

Реалізація кожного етапу процесу управління персоналом передбачає комплексне застосування різноманітних методів управління, які, доповнюючи один одного, формують єдину систему управлінських методів конкретної організації. Формування та розвиток такої системи методів в конкретному підприємстві відбувається під впливом зовнішнього середовища та залежить від діючих принципів управління, рівня розвитку виробничої системи (техніки і технології, соціальні, правові і психологічні відносини), організаційно-правової форми. Використовуючи сукупність управлінських методів суб'єкт управління спрямовує об'єкт управління на досягнення виробничих цілей.

Проблемою сучасних керівників є применшення значущості методів управління персоналом, що створює суттєві перешкоди побудови ефективного розвитку підприємства й підвищення продуктивності праці.

Метод управління персоналом є способом впливу на кожного конкретного працівника і весь персонал в сукупності з метою координування їх діяльності в процесі господарської діяльності підприємства. Застосування методів управління персоналом дозволяє здійснювати пошук найефективніших інструментів впливу на персонал з метою розкриття потенціалу працівників, що, в свою чергу, забезпечує досягнення цілей підприємства [1].

Методи науки управління персоналом, що дозволяють вивчати вплив на працівників в процесі досягнення управлінських цілей, об'єднані в три групи за ознаками змісту і спрямованості: адміністративні, економічні та соціально-психологічні [2]. Адміністративні методи базуються на використанні владної та регуляторної підтримки найманих працівників, фокусуються на мотивації почуттів відповідальності, приналежності до певного підприємства та реалізуються у вигляді команд, наказів, інструкцій.

Адміністративні методи управління персоналом базуються на системах законодавства України (нормативно-правова база); нормативних документів вищих управлінських структур (інструкції, положення тощо); планів, програм, завдань самих організацій; оперативного управління (розпорядження, заохочення, штрафи) [3, с.115]. Об'єктом регламентування можуть виступати як організація в цілому, так і структурний підрозділ, посада в управлінському апараті, відносини між організацією і персоналом, технологія виконання управлінських робіт.

** Науковий керівник – О.В. Смігунова, канд.екон.наук, доцент

В основі економічних методів – забезпечення значимого стимулювання працівників через заробітну плату та розподіл прибутку, систему винагород та штрафів. Об'єкт економічного впливу при застосуванням цієї групи методів є базові потреби людини.

3-поміж економічних методів виділяють методи, що використовуються державними і місцевими органами влади (податкова система, фінансово-кредитний механізм) та методи, що діють в самій організації (економічні нормативи діяльності, система матеріального стимулювання працівників, система відповідальності за якість та ефективність роботи, участь в прибутку підприємства) [1].

Соціально-психологічні методи, що базуються на дії законів психології та соціології, спрямовані на мінімізацію міжособистісних та міжгрупових конфліктів, також є інструментом керування кар'єрою працівників, побудови корпоративної культури підприємства [4]. Об'єктом впливу даної системи методів є цінності людини; інструментами впливу виступають норми поведінки, формування соціально-психологічного клімату в колективі, моральне мотивування, проваджувана підприємством соціальна політика.

Соціально-психологічні методи включають формування трудових колективів на основі аналізу та врахування типів особистості працівників та керівників, їх характеру; створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; демонстрацію власного мотивуючого прикладу керівника підлеглим; конкретизацію орієнтуючих умов (цілей та місії підприємства); забезпечення участі працівників в управлінні підприємством; задоволення культурних і духовних потреб персоналу (корпоративна культура); формування системи моральних санкцій і заохочень тощо. Дослідники даного методу вважають, що ефективність даного методу досягається за умови його багаторічного традиційного застосування.

Сучасні інноваційні методи управління персоналом підприємства базуються на принципах самостійності, цілеспрямованості та професіоналізму та передбачають іншу форму взаємовідносин між керівником і підлеглим. Такими найбільш перспективними методами є коучинг, аутсорсинг, метод використання гнучкого графіка роботи персоналу; E-learning [5].

Коучинг – це метод консультацій, спрямований на розкриття ймовірних можливостей особистості працівника, його самоорганізацію, підвищення продуктивності та професійне зростання. Результатом такого роду якісних змін працівника має бути формування дієвої політики управління персоналом та ефективного розвитку підприємства [6, с. 52].

Аутсорсинг передбачає передачу роботодавцем частини обов'язків з управління персоналом компанії, спеціалізованій на наданні високоякісних послуг завдяки використанню інноваційних технологій управління персоналом [7, с. 144];

Надання працівникам гнучкого графіка роботи дозволяє забезпечити високий результат завдяки можливості самостійного планування робочого часу.

E-learning є масовим методом дистанційного навчання великої кількості людей [8, с. 143]. Варто зауважити, що такий метод ефективний при високому рівні самоорганізованості працівників.

Кожен із перелічених методів управління персоналом виступає специфічним видом діяльності, спрямованим на здійснення впливу на працівників. Вибір того чи іншого методу обумовлюється поточними завданнями підприємства, його структурою управління, стилем керівництва тощо.

Список використаних джерел:

1. Сидоренко А.О., Чорній В.В., Сучасні методи управління персоналом підприємства, 2020;
2. Балановська Т.І. Методи управління персоналом в сучасних умовах. Науковий вісник НАУ. 2003. № 7–8. С. 50–52;
3. Балабанова Л. В. Сардак О. В. Управління персоналом. К. :Центр учб. л-ри, 2011. 468 с.4
4. Глущенко Л.Д., Пілявоз Т.М., Коваль Н.О. Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. С. 51-54. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1105>;
5. Харун О.А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10(2). С. 121-125. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg_2016_10%282%29__29;
6. Короленко С., Короленко Р., Судакова Ю. Коучинг як інноваційний інструмент ефективного управління персоналом. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 1. С. 53–60;
7. Костюк О. Інноваційні інструменти управління персоналом. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2013. Вип. 1 (6). Т. 1. С. 143–147;
8. Пучкова С. Інновації у практиці управління персоналом на сучасних підприємствах. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеський держ. екон. ун-т, 2008. С. 140–147.

**Андрєєвський А. С. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Розвиток персоналу організації в умовах кризи як чинник забезпечення її стійкості

Управління персоналом та організацією в цілому передбачає, що головний ресурс – персонал – повинен постійно змінюватись, навчатися, розвиватися відповідно до постійного прискорення змін середовища [1, 2]. І стан професійної підготовки кадрів в більшості організацій ледь встигає за змінами самої організації, змінами техніки, технології, вимогами до соціальної зрілості кожного робітника і колективу в цілому. Зазвичай в умовах стійкого розвитку

* Науковий керівник – О. І. Кір'ян, канд. екон. наук, доцент

або стабільного стану організація планово формує систему розвитку персоналу під потреби власних стратегічних планів. Однак в умовах кризи витрати о даному напрямку або суттєво мінімізують, або зовсім виключають як «потенційно недоцільні». З точки зору очікування песимістичного сценарію розвитку ситуації для організації це зрозуміло – при можливому банкрутстві, суттєвому скороченні обсягів діяльності сенсу витрачати кошти на навчання та розвиток робітників з подальшим їх звільненням наче дійсно не доцільно.

Але, на наш погляд, забезпечити достойний вихід з кризи, з мінімальними втратами або навіть з вигодою для організації, зможуть саме високоефективні кадри, що постійно розвиваються та засвоюють всі новітні прийоми та навички роботи в мінливих кризових умовах. Узагальнення визначень поняття «розвиток персоналу» [3, 4] говорить про те, що спрямовувати зусилля на оновлення компетенцій та якостей персоналу необхідно комплексно, всебічно, з урахуванням не тільки поточного стану середовища та самої особи, а й прогнозованих змін більшості складових в майбутньому (діяти на упередження).

Розглянемо, які вигоди отримує організація від планування та реалізації стратегії розвитку персоналу в умовах кризи.

В першу чергу це формування як у кожного члена колективу, так і в оточуючих стійкої думки, що справи в організації не такі вже й кризові, оскільки вона має ресурси для розвитку персоналу та очікує працювати настільки тривалий час, щоб скористатися наслідками цього розвитку та отримати повну компенсацію витрат з цього процесу. Тобто, для оточуючих і працівників організація, що зайнята розвитком персоналу, психологічно сприймається як така, що знаходиться в досить не значній кризі або володіє інформацією, що криза найближчим часом скінчиться. Таким чином організація мінімізує відтік фахівців, партнерів, інвесторів і дійсно мінімізує кризу.

Друга важлива перевага розвитку персоналу під час кризи – це можливість швидко знаходити нові ефективні шляхи виходу з неї завдяки новим знанням робітників, посиленню їх соціальних якостей як особистості. Більшість робітників, яким замість звільнення пропонують розвиток, відчують власну значущість, отримують вмотивованість і, відповідно, посилюють відданість організації. Це дозволяє їм генерувати нові ідеї, які в звичайних умовах зазвичай виникнути не можуть і які дійсно є рятівними для організації. Крім того, оновлені компетенції персоналу дозволяють підвищувати продуктивність та якість праці, і, відповідно, посилюють конкурентні переваги організації вже під час протікання кризи.

Третя, дещо прихована, але дуже значуща вигода для організації, відтермінована в часі – це позитивний імідж на ринку робочої сили. Вказаний підхід сприяє тому, що до організації намагаються потрапити в якості працівників фахівці все вищого професійного рівня, які цінують стабільність та поважне ставлення до себе як до особистостей. Такий дозволяє не тільки поступово посилити кадровий склад, але й більш продуктивно витрачати кошти на його подальший розвиток.

В якості висновка можемо зазначити, що розвиток персоналу в умовах кризи – це один з механізмів виведення організації з кризи.

Список використаних джерел:

1. Данюк В.М. Безперервний розвиток персоналу як домінуючий чинник інноваційного виробництва. Соціально-трудова відносина: теорія та практика. 2018. № 1. С. 36-49. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197267876.pdf>;
2. Шматковська Т. О., Стащук О. В. Управління розвитком персоналу підприємства на засадах інклюзивного зростання. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/70.pdf;
3. Антипцева О. Ю. Теоретичні аспекти розвитку персоналу в умовах економіки знань // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Випуск 22. Частина 1. С. 77-80. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_22/1/20.pdf;
4. Борданова Л. С., Роцина Н. В. Особливості розвитку персоналу в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/56.pdf

**Богущ А. С., Коробова Л. І., Медвідь Г. С.,
здобувачі вищої освіти ступеня магістр***

Національний університет біоресурсів і природокористування України

**Економічний механізм державного регулювання конкурентоспроможності
аграрного сектору й органічного виробництва в глобалізованому світі**

Важливим аспектом української аграрної політики є підтримка виробника. Через дефіцит бюджетних ресурсів Україна створила систему регулювання, яка опирається на податкові пільги і звільнення від податку, а не на прямі грошові перекази. У 1999 р. парламент встановив фіксований сільськогосподарський податок, а в 2009 р. ввів спеціальний режим ПДВ для виробників. У 2014-2015 рр. було проведено кілька важливих реформ, центральну роль в яких відведено так званій децентралізації і заходам з дерегулювання. В цілому 56 дозволів і процедур було скасовано в 2014-2016 рр. Наприклад, було скасовано сертифікати якості зерна, обов'язкову сертифікацію складів і ліцензування імпорту засобів захисту рослин; прискорено видачу фітосанітарних сертифікатів і спрощено реєстрацію азотних добрив. Було скасовано різні інші дозволи, що зокрема стосуються перевезень рослинних продуктів, органічної продукції, імпорту хімічної продукції для аграрного сектору економіки, сертифікації тваринництва, безпеки харчових продуктів, рибальства.

На кафедрі глобальної економіки НУБіП України функціонує ННЛ «AGMEMOD», де ми проведемо моделювання рішень. Для оцінки розвитку тваринництва, за умов надання державної підтримки, виробникам розроблено два сценарії: «Сценарій-1» та альтернативний «Сценарій-2». В основу базового сценарію покладено економічні умови, які у прогнозі залишаються до 2030 р. на рівні 2015 р., де аграрний сектор не отримуватиме державної підтримки протягом всього періоду моделювання за «AGMEMOD». Для оцінки наслідків введення нової системи підтримки виробників, побудуємо «Сценарій-1».

* Науковий керівник - Вдовенко Н.М., д-р екон. наук, професор

Важливо зазначити, що державна підтримка спрямована на виробників тваринницької продукції, овочів, фруктів, ягід, яловичини, свинини, баранини та козлятини, молока, м'яса птиці, яєць включено для розроблення «Сценарію-1». При цьому враховано, що найбільш за все державну підтримку потребують галузі скотарства, свинарства та птахівництва. Тому практично необхідним є паралельне розроблення «Сценарію-2». Альтернативний сценарій виключає з групи одержувачів дотацій виробників птахівницької продукції.

Слід відмітити, що в моделі «AGMEMOD» пряма підтримка виробників формується як «policy price add-ups» або як цінові додатки, обумовлені аграрною політикою та які збільшують різницю між ціною виробника і виробничими витратами відповідних сировинних секторів. Ці цінові додатки розглядаються як реакційні ціни – «reaction prices», які можуть бути використані для оцінки впливу загальної бюджетної підтримки на виробництво.

Цінові додатки включаються в очікуваний прибуток з одиниці продукції, що впливає на рішення щодо виробника з виробництва продукції. Таким чином, передбачається, що пряма державна підтримка у вигляді дотацій, пов'язаних з конкретним продуктом, має прямий вплив на їх виробництво. Для моделювання обох сценаріїв державної підтримки потрібно було визначити загальну суму, яка буде виділена з бюджету на програму підтримки у вигляді прямих бюджетних дотацій виробникам. Щороку на підтримку агропромислового комплексу заплановано спрямовувати 1 % від аграрного ВВП країни. Розмір ВВП вже закладено у комп'ютерну програму «AGMEMOD». Для того щоб обчислити розмір аграрного ВВП, за основу було взято прогноз проекту Foresight, який доводить, що у 2020 р. аграрний ВВП досягне 20 %, а у 2030 р. – 24 % від ВВП. Решта ВВП була розподілена рівномірно між роками.

У моделі «AGMEMOD» галузі виробництва продукції тваринництва не поділено за типами виробників. Водночас особисті селянські господарства (ОСГ) не реєструються як виробники сільськогосподарської продукції, і, відповідно, не можуть бути включені до реєстру отримувачів дотацій. Зі сценаріїв державної підтримки було виключено відповідну частку виробництва ОСГ. Цю частку було обчислено за даними Державної служби статистики України у 2016 р. Частка внеску ОСГ у виробництво продукції, на яку поширюються дотації: молоко – 74,9 %; яловичина – 75 %; свинина – 59 %; м'ясо птиці – 15 %; яйця – 49 %. На наступному етапі, починаються розрахунки для інших галузей виробництва сільськогосподарської продукції, які повинні отримувати дотацію. Це стосується саме тваринництва, виключаючи птахівництво. Слід розрахувати суму сплаченого ПДВ цими галузями.

Результати моделювання «Сценарію-1» підтвердили тренди зростання сектору птахівництва та низьку ефективність підтримки інших галузей тваринництва. Головна відмінність «Сценарію-2» від першого є виключення з переліку отримувачів бюджетної дотації виробників продукції птахівництва. Це обумовлено тим, що сектор птахівництва стрімко розвивається, нарощуючи виробництво та експорт продукції. У той же час галузі великої рогатої худоби та дрібного тваринництва, свинарство не засвідчують тренди такого зростання.

Такий сценарій дає прогноз можливого розвитку галузей тваринництва в

Україні, за умов надання державної підтримки на наступні продукти: яловичина і телятина, свинина, молоко.

Список використаних джерел:

1. Про ратифікацію Угоди між Урядом України і Європейським Союзом про участь України в програмі ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (COSME) (2014–2020): Закон України від 22.02.2017 № 1904–VIII. Відомості Верховної Ради України, 2017. № 13. С. 14; 2. Вдовенко Н. М., Павленко М. М. Економіка у тваринництві: методичні вказівки із використання моделі «AGMEMOD» при підготовці фахівців за освітньо-професійною програмою «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва». К.: НУБіП України, 2020. 169 с.; 3. Вдовенко Н. М., Маргасова В. Г., Шарило Ю. Є. Михальчишина Л. Г. Конкурентоспроможність рибного господарства та аквакультури як складова ефективності національної економіки. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2019. Вип. 1. С. 204–211; 4. Вдовенко Н. М. Аграрний сектор економіки у контексті дії нормативно-правових методів регулювання. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 2.

**Вдовенко Н. М. д-р екон. наук, професор,
Марченко І. О., Коробова Н. М., канд. екон. наук, доценти,
Національний університет біоресурсів і природокористування України**

Методичний інструментарій галузевого регулювання в умовах глобалізації

Новітні методичні підходи до галузевого регулювання в умовах глобалізації представляють значну теоретичну цінність, ураховуючи класифікацію методів економічної діяльності. В її основу покладено наступні критерії: об'єкт впливу, рівень та характер впливу, масштаби втручання, зміст та спосіб прийняття. Дані критерії мають доцільне методичне використання, залежно від напряму державного регулювання галузей національної економіки, на який спрямовано увагу дослідників [1; 2, С. 48]. Так, методичні підходи до регулювання, зокрема і, тваринництва включають у себе способи впливу державних інституцій на організаційно-правові та соціально-економічні відносини, з метою забезпечення оптимальних умов розвитку галузі відповідно до аграрної політики держави.

У даному аспекті погоджуємося з думкою Могильного О., Овчаренко Є., Гнатенко І. щодо визначення методів як сукупності конкретних регулюючих засобів впливу на об'єкт вирішення поставлених цілей і завдань [3; 4, С. 305]. Сус Л. наголошує, що методи регулювання формуються важелями впливу на соціально-економічні процеси. У випадку тваринництва, важелем є інструменти, якими забезпечують функціонування ефективного державного регулювання [5, С. 188]. У процесі дослідження з'ясовано пряму залежність розвитку галузі тваринництва з аграрною політикою та засобами державного втручання або невтручання у ринкове середовище. Очевидно, що частина продовольчих ринків в Україні тривалий час розвивається на принципах саморегулювання, проте,

окремі їх складові, які визначають продовольчу безпеку країни, на нашу думку повинні бути під регуляторним контролем держави. Враховуючи зазначене, у відповідності до поставлених цілей та напрямів, засобів реалізації у державному регулюванні згрупуємо й виділимо наступні групи методів: адміністративно-правовий, який реалізується через інструментарій законів, постанов, стандартів, сертифікатів, квотування, ліцензування та санкцій; фінансово-економічний метод, що включає базові інструменти оподаткування, кредитування, дотацій, тарифів, ціноутворення; соціально-економічний метод забезпечується через інструменти запровадження екологічних норм, сприяння розвитку сільських територій; організаційно-інформаційний метод передбачає розроблення державних стратегій галузевого розвитку, наукові тематики вирішення проблемних завдань розвитку тваринництва, організацію аукціонів племінних тварин, відповідно, які використовуються згідно до цілей держави та з метою формування індикаторів росту галузі тваринництва.

На нашу думку, серед основних функцій регулювання галузі тваринництва можна виокремити: нормативну – утворення нормативних засад для прийняття рішень напрямів економічного розвитку галузі; цільову – формування стратегії розвитку тваринництва з метою забезпечення внутрішнього агропродовольчого ринку та планування виходу вітчизняної продукції тваринництва глибокої переробки на глобальний агропромисловий ринок; стимулююча функція – розроблення інструментарію впливу на суб'єкти господарювання з метою їх функціонування у бажаному для суспільства напрямі; координаційна – налагодження логістичних зв'язків між виробниками, переробниками та споживачами продукції тваринництва; соціальна функція – забезпечення соціальних гарантій громад, території яких використовуються для ведення господарювання для сталого використання відведених ресурсів для розвитку місцевої інфраструктури; коригуюча – перерозподіл ресурсів в економіці для формування умов розвитку тваринницьких господарств; підтримка вітчизняного експорту на зовнішніх ринках, стимулювання виконання квот ЄС у сфері тваринництва; фінансування – участь у грантових програмах вирішення проблем розвитку галузі тваринництва та впровадження інноваційних технологій ведення екологічно безпечного тваринництва в Україні. Аналіз еволюції поглядів відомих представників різних течій економічної теорії довів необхідність подальшого дослідження розвитку галузі тваринництва у трьох основних вимірах: глобально економічно регульованої системи, яка системно пов'язана інтегральними ланками між промисловими, споживачами та інфраструктурою; системи економічних відносин між якими держава виконує регулятивну функцію; соціально-економічної інституції з характерною тривалістю виробництва.

Таким чином, витрати часу для зміни попиту та пропозиції на глобальному товарному агропродовольчому ринку мають пряму залежність від технологічного циклу, які обумовлені біологічними термінами специфіки виробництва продукції тваринництва. Розвиток аграрного ринку і розширення діяльності в тваринництві переважно залежить від попиту населення. Вказане очевидно тісно пов'язане з його доходами. Субсидювання також дає можливість збільшити споживання харчових продуктів. Тобто за рахунок реалізації різних програм держава може

регулювати попит на продовольство, і як наслідок, стимулювати розвиток галузей тваринництва з урахуванням усіх підходів до інтеграції його у аграрне виробництво.

Список використаних джерел:

1. Wang L., Tan H. Agricultural Economic Risk Forecast Based on Data Mining Technology. 2022. DOI 10.1155/2022/3684736 <https://cutt.ly/UG30t57>; 2. Тюхненко Н.А., Карунас С.А. Інструменти та методи державного регулювання сільськогосподарського виробництва. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2011. № 1. С. 47–50; 3. Охріменко І.В., Вдовенко Н. М., Овчаренко Є. І., Гнатенко І. А. Інновації в системі стратегічного управління безпекою національної економіки в умовах ризиків та невизначеності глобалізації. Економіка та держава. 2021. № 8. С. 4–9. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.8.4; 4. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери. Ужгород: ІВА, 2005. 400 с.; 5. Сус Л.В. Реалізація фінансової державної підтримки виробництва продукції тваринництва в Україні. Вісник ЖНАЕУ. 2014. № 2. Т. 2. С. 182–193.

Волобуєв В.В. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького, Україна

Визначення педагогічних умов формування професійної готовності майбутніх офіцерів-прикордонників до проектного управління

Фактор управління є пріоритетним атрибутом професійної діяльності офіцерів-прикордонників. Тому ми звернулись до проблеми формування професійної готовності до проектного управління майбутніх офіцерів-прикордонників, адже цілком очевидно, що прикордонне відомство потребує кардинального реформування та модернізації, так як враховуючи пріоритетність виконання покладених на відомство завдань, важливо удосконалити зміст професійної підготовки майбутніх офіцерів-прикордонників саме у сфері готовності до управління, і зокрема до реалізації проектного управління. Цей вид управління виник як результат практичної діяльності, і прикута до нього увага пояснюється тим, що саме воно дало змогу удосконалити управлінські та організаційні процеси.

Нами було розглянуто декілька важливих категорій, що сьогодні використовують науковці-педагоги – компетентність, здатність, підготовленість та готовність. З-поміж цих понять ми обрали саме готовність, що виступає як результат підготовки, як дещо ширша дефініція ніж компетентність. У психологічних та педагогічних дослідженнях готовність виступає багатоплановим поняттям. О. Костюченко зазначає, що готовність можна представити у такому вигляді: потреба у поєднанні зі знаннями та вміннями [5], Т. Бунєєв визначав готовність як комплекс інтелектуальних, емоційно-вольових

* Науковий керівник – К. Ю. Тушко, доктор педагогічних наук, професор

та мотиваційних якостей і військово-професійного блоку знань, умінь та навичок, що уможливають ініціативність офіцера, творчість, та сміливість за управлінські рішення [4]. Тобто, поняття готовність означає кінцевий результат професійної підготовки, що є інтегральним особистісним утворенням з когнітивного, мотиваційного, емоційного та діяльнісного компонентів. Водночас готовністю є певний рівень психіки, що є основою високих показників досягнень і є залежним від інформації, можливостей щодо зміни ситуації [1-3; 6].

Проектне управління у прикордонній службі вимагає від офіцера-прикордонника виконати роль неофіційного проектолога-управлінця, котрий повинен знати основи управління, соціології, теорії інформації, комунікації, володіти рівнем корпоративної культури, вміти передавати інформацію та розподіляти різноманітні функції між членами проекту, контролювати їх, визначати відповідність між членами проекту та завданнями, що необхідно виконати.

Тому, нами запропоновано розцінювати професійну готовність до проектного управління майбутніх офіцерів-прикордонників не як процес та результат, але як умову результативної реалізації можливостей та потенціалу офіцера-прикордонника щодо здійснення в органах охорони державного кордону проектного управління.

Професійна готовність до проектного управління майбутніх офіцерів-прикордонників - професійно важлива особистісна характеристика, що уможливлює реалізацію проектного підходу в управлінській діяльності.

Зважаючи на визначення професійної готовності майбутніх офіцерів-прикордонників до проектного управління (далі - ПГМОППУ), вважаємо за необхідне конкретизувати педагогічні умови її формування.

Враховуючи те, що дослідники вкладають у дефініцію «умова» різний зміст: обставини, що дає змогу здійснювати, створювати або утворювати що-небудь; обставина, специфіка об'єктивної дійсності задля реалізації чого-небудь; комплекс правил для певної галузі життя, що повинні забезпечити нормальне функціонування чого-небудь. Можна зробити висновок, що педагогічні умови формування ПГМОППУ є сукупністю можливостей змісту, форми, методу та матеріального простору, що сприяють вирішенню конкретних педагогічних завдань. Вважаємо, що кожна виокремлена нами педагогічна умова буде мати ефективний вплив на практику організації освітньої діяльності щодо формування ПГМОППУ.

Необхідно зазначити, що у виокремленні педагогічних умов формування ПГМОППУ є врахування змісту дидактичних принципів, яким підпорядковується освітній процес: зв'язку теорії з практикою, професійної спрямованості, послідовності, варіативності, логічності, безперервності, автономності, інтеграції, прагматизму.

Результати проаналізованого досвіду вирішення проблеми впровадження проектного управління в державний сектор, стан сформованості ПГМОППУ дають змогу висловити припущення щодо того, що формування ПГМОППУ буде більш результативним за рахунок впровадження в освітній процес конкретних педагогічних умов:

- 1) розвиток мотивації курсантів-прикордонників щодо вивчення алгоритму дій у проектній діяльності;
- 2) збагачення змісту навчальних дисциплін прикладами проектного менеджменту;
- 3) використання активних методів у навчанні курсантів приймати управлінські рішення на засадах проектного підходу;
- 4) розширення професійно-орієнтованої практичної навчальної діяльності курсантів та розвиток корпоративної культури.

Вибір першої педагогічної умови формування ПГМОППУ обумовлений тим, що професійна підготовка курсантів-прикордонників політико-економічними, соціально-культурними та іншими факторами. Мотивація до здійснення певних дій можлива через усвідомлення вагомості управлінської діяльності офіцерів-прикордонників має вплив на ефективність діяльності.

Зміст другої педагогічної умови пов'язаний із тим, що в академії прикордонної служби існує декілька освітньо-професійних програм, за якими курсанти-прикордонники здобувають спеціальність. Лише у декількох освітніх програмах є навчальні дисципліни про проектне управління: «Управління проектами», «Основи наукового управління». Завданням науково-педагогічних працівників є розроблення такого змісту завдань, ситуацій, що можна інтегрувати у зміст достатньої кількості навчальних дисциплін.

Розроблення третьої педагогічної умови пов'язана з тим, що формування спеціальних здібностей та якостей, що дозволять забезпечити високий рівень компетентності та професіоналізму. Тому слід впроваджувати в освітній процес такі форми, методи та способи формування проектних умінь та навичок, щоб було враховано індивідуальні психологічні характеристики кожного курсанта-прикордонника, поштовх до саморозвитку та професійного самовдосконалення.

Вибір четвертої педагогічної умови пов'язаний із тим, що необхідно забезпечити таку професійну підготовку курсантів-прикордонників, в якій буде відтворено реальні умови професійної діяльності. Кожен курсант по завершенню навчання посяде своє місце у функціональній ієрархії прикордонного відомства і обов'язково буде виконувати управлінські функції. Вагому частку знань, умінь та навичок щодо проектного управління майбутні офіцери-прикордонники повинні отримати під час освітньої діяльності.

Таким чином нами було визначено педагогічні умови формування ПГМОППУ, сформованість яких у майбутніх офіцерів-прикордонників має пряий вплив на ефективність діяльності підрозділів та органів охорони державного кордону, адже прикордонна служба потребує впровадження сучасних результативних управлінських інструментів.

Список використаних джерел:

1. Балагур Л. О. Підготовка майбутніх офіцерів-прикордонників до управління основними підрозділами охорони державного кордону : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.04. – Хмельницький, 2015.– 227 с.;
2. Балендр А. В. Формування готовності майбутніх офіцерів-прикордонників до вирішення конфліктних ситуацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук :

спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / НАДПСУ. – Хмельницький, 2011. – 22 с.; 3. Богданюк О. Д. Формування готовності до професійної діяльності у майбутніх офіцерів-кінологів Державної прикордонної служби : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Нац. акад. Держ. прикордон. військ України ім. Б. Хмельницького. Хмельниц., 2007. 20 с.; 4. Бунєєв Т. В. Розвиток готовності в молодих офіцерів-прикордонників до самостійного виконання посадових обов'язків : дис. ... кандидата пед. наук : 20.02.02. ; Нац. акад. Прикордон. військ України. – Хмельницький, 2002. – 212 с.; 5. Керівництво з основ Проектного Менеджменту/Пер. з англ. УАУП, 1999; 6. Когон К., Блейкмор С., Вуд Дж. Керування проектами для «неофіційних» проект-менеджерів / пер. з англ. М. Євсєєнко, О. Кожушко. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 240 с.

Воронова Н.С., д-р пед. наук, доцент
Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет», Україна

Євроінтеграція в освіті: міжнародний проєкт
«Історія та культура Донбасу»

Війна Російської Федерації проти України інтенсифікувала євроінтеграційні процеси в освіті. Європейський Союз, Сполучені Штати Америки пропонують грантові, стипендіальні програми для українських науковців, освітян, митців. Висвітливо проєкт «Історія та культура Донбасу», що став переможцем в стипендіальній програмі від Польської Академії Наук та Національної Академії Наук Сполучених Штатів. Започатковано проєкт «Історія та культура Донбасу».

Інформація про проєкт.

Назва проєкту: Історія та культура Донбасу.

Підрозділ, який керує проєктом: Інститут археології та етнології Польської академії наук.

Контакт:

❖ електронна пошта: d.demski3.images@gmail.com;
voronova.ns@ukr.net;

❖ телефон: +48 734 478 138; +48 732 060 059.

Виконавці:

❖ Інститут археології та етнології Польської академії наук:
<http://iaepan.edu.pl/>;

❖ науковець з України: доктор педагогічних наук, професор кафедри філософії, історії та соціально-гуманітарних наук ДВНЗ «ДДПУ»
<https://ddpu.edu.ua/> Воронова Н.С.
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100028117722836> .

Опис проєкту.

Метою проекту є дослідження та отримання вичерпної, науково виваженої, об'єктивної інформації про територію Донбасу, його географічні межі, культуру та історію. Адже, в контексті широкомасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну, на сьогоднішній день, питання Донбасу залишається відкритим. Російська пропаганда, в тому числі і російська наукова спільнота, наполегливо насаджують світовій спільноті думку про те, що Донбас – це територія Російської Федерації (Імперії), і що населення Донбасу радісно, активно підтримує цю (неправдиву) обставину.

Предметом дослідження є музеї, архіви, наукові публікації, монографії, краєзнавчі розвідки, свідчення очевидців, які містять незаангажовану, об'єктивну інформацію про розвиток освіти, культури та історії на території Донбасу. Інформацію, отриману в результаті дослідження, варто спів ставити з тією, що нав'язувалась офіційною ідеологією масовій свідомості, зокрема в навчальних підручниках, школах, мас медіа, наукових та популярних каналах.

Важливим *завданням* є складання чіткої інформації про справжню історію та культура Донбасу. Це має принципове значення: попри те, що дійсно, населення Донбасу є в більшості російськомовним («російськомовні українці»), але ототожнює воно себе з державою Україна. Суспільство є патріотично налаштованим, підтримує територіальну цілісність, суверенітет, культуру та історію незалежної України. Багато представників Донбасу служать в Збройних Силах України, Національній Гвардії та інших військових структурах, захищаючи Батьківщину від окупантів.

Провідним *завданням* дослідження є визначення характеру змін, що відбувались всередині масової свідомості, ментальності українців Донбасу. Вирішальним, також, є співставлення цих змін з суб'єктивними та об'єктивними обставинами, причинами та наслідками, також з офіційною доктриною Російської Федерації, спростування її месиджів до світової спільноти взагалі, та українців, зокрема.

Таким чином, *провідною проблемою* проекту є проблема викривлення історії та культури Донбасу та подання неправдивої інформації протягом десятків років в інформаційне поле. Також, саме завдяки насадженню викривленої інформації, Москва намагається виправдати війну з Україною.

Основне завдання полягає в перевірці *гіпотези*, що передбачає наявність на Донбасі українських арт-об'єктів, використання української мови в освіті, мистецтві та культурі, шанування традицій та звичаїв українського народу, боротьби української інтелігенції за незалежну Україну та приєднання її до Європейського Союзу.

Кінцевим *результатом* дослідження стане сторінка в інтернеті з усією зібраною та проаналізованою інформацією.

**Грузіна І. А., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, Україна**

Вплив глобалізації на функціонування сучасних організацій

Основним чинником розвитку України з відповідним підвищенням ролі зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних організацій є глобалізація світової економіки [4]. Оскільки стратегічною метою України є повноправне членство у ЄС [6], розвиток національної економіки має визначатись сучасними умовами глобалізації та інтеграції товарних, фінансових та інвестиційних ринків. Глобалізація є складним й суперечливим явищем та, відображуючи зростаючу економічну взаємозалежність країн світу, сприяє їх перетворенню на єдиний організм, функціонуючий за власними законами [2]. Існує неоднозначна думка, що вона, посилюючи непередбачуваність світової економіки внаслідок загострення глобальної конкуренції, надаючи більше можливостей для розвитку успішних країн, відводить роль аутсайдерів менш успішним, дозволяючи вирішувати старі проблеми, провокує появу більш складніших нових, отже, не є суто позитивним чи негативним процесом [2]. З цим можна погоджуватись або ні, але при дослідженні умов функціонування українських організацій, врахування наслідків впливу глобалізації, є необхідним.

Сьогодні глобалізація розглядається як важлива характеристика світогосподарської системи. Впливаючи на більшість сфер життя, вона вимагає переосмислення закономірностей економічного розвитку. Обумовлюючи певні протиріччя, глобалізація є предметом академічних і ділових дискусій, причиною, іноді, протилежних думок та оцінок, що вимагає її огляду, вивчення, аналізу впливу наслідків на функціонування сучасних організацій.

Розширюючи межі для проникнення українських організацій в економіку зарубіжних країн, підвищуючи ймовірність залучення іноземних інвестицій, глобалізація надає їм додаткові можливості для збуту. Але у літературі зазначається про дуалістичний вплив глобалізації на суб'єктів економіки та перебіг світового господарського розвитку [3, 5]. Прояв позитивних і негативних аспектів та результати їхнього впливу залежать від рівня соціально-економічного розвитку країни [1]. Спочатку глобалізаційні процеси розгортаються у розвинених країнах, згодом розповсюджуючись на такі, що розвиваються. Спостерігається несправедливий розподіл благ, що актуалізує загрозу конфліктів та найбільш відбивається на менш розвинутих країнах. Більшість з них стають залежними від розвинених і сильних держав [3]. Тобто, розширюючи можливості економічно розвинених країн щодо використання ресурсів, участі у системі міжнародного поділу праці, процеси глобалізації загострюють конкуренцію, провокують маніпулювання величезними обсягами ресурсів, обумовлюючи реальну загрозу для країн з низьким та середнім рівнем розвитку [5]. Для України, що знаходиться на шляху приєднання до розвинених країн світу, існують позитивні та негативні аспекти розвитку, спровоковані глобалізаційними процесами. Вони, призводячи до більшої взаємозалежності

держав, стали викликом для більшості, незважаючи на рівні їх політично-економічного й соціально-культурного розвитку та просторове розміщення [8]. Україна не є виключенням, тому при дослідженні умов функціонування українських організацій слід враховувати неоднозначність й різноспрямованість впливу глобалізації. Визнаним показником оцінки сучасного рівня та майбутніх перспектив інтеграції країни до європейського економічного простору є індекс глобалізації з послідовним аналізом його складових [8]. Найцитованішим є індекс КОФ, що відображує ступінь глобальних зв'язків країни та рівень її інтеграції [10]. Економічна глобалізація характеризує обсяги зовнішньої торгівлі, іноземних капіталовкладень та інвестиційних доходів, рівень міжнародної активності; соціальна – інформаційну, культурну, міжособистісну складові глобалізації; показники політичної дозволяють скласти уявлення про поширення політики уряду на інші країни, враховують членство в міжнародних організаціях та участь у міжнародних місіях, кількість іноземних дипломатичних представництв, ратифікованих міжнародних угод [8–10].

За загальним індексом глобалізації Україна посідає 45 місце у світі, що є останнім серед країн ЄС. Щодо окремих складових індексу, то, економічна глобалізація вивела країну тільки на 70 місце у світі, що знову ж таки є останнім у рейтингу Європейських країн. Ситуація за розрахунком показників де-факто та де-юре свідчить про наявність перешкод для реальних економічних процесів глобалізації, що відображуються в обсягах міжнародної торгівлі, інвестуванні, та обумовлені ймовірною відсутністю механізмів сприяння економічній глобалізації на законодавчому та інституціональному рівнях.

Оцінка місця України за рівнем соціальної глобалізації відповідає 95 позиції та залишається найнижчою у рейтингу країн ЄС [10]. Це свідчить про зниження інтенсивності міжнародного туризму, уповільнення міжнародних контактів, низьких рівнях інформаційної й культурної інтеграції, а також про недосконалість механізмів сприяння процесам глобалізації у суспільстві. Маються на увазі комунікації, ділове спілкування, міжнародна міграція, що перешкоджає активним глобалізаційним процесам у соціальній сфері країни. За індексом політичної глобалізації Україна займає 32 позицію у світі, обійшовши за рейтингом майже половину країн ЄС, включаючи Ірландію, Люксембург, Словаччину, Естонію, Литву, Кіпр, Словенію, Латвію, Болгарію та Мальту.

Для з'ясування причин подібного рейтингу корисним є відстеження динаміки індексів впродовж 2012-2021 р.р. Узагальнення інформації дозволило зробити висновки щодо характеру змін глобалізаційних процесів. Так, крива рейтингу України за індексом загальної глобалізації є практично неспадною, й на ній з певною періодичністю спостерігаються плато різної часової тривалості (за індексом загальної глобалізації – майже впродовж всього періоду, соціальної глобалізації – у 2012-2014 р.р., політичної глобалізації – у 2018-2019 р.р.). Це свідчить про її нерівномірний характер, наявність періодів пришвидшення та сповільнення – стрімке підвищення рейтингу за рівнем економічної й соціальної глобалізації у 2018 р. з поступовим його зниженням у наступному, ймовірною причиною чого є падіння рейтингу за рівнем політичної глобалізації у 2017 р. Можна сказати про незмінність позиції України у світовому рейтингу за

індексом загальної глобалізації – 45 місце у 2021 р. порівняно із 44 у 2012 р., чого не можна сказати про його складові. Україна погіршила позиції у рейтингу за індексами економічної та соціальної глобалізації – переміщення на 10 пунктів у першому випадку та майже на 30 у другому, що свідчить про зниження інтенсивності глобалізаційних процесів та тенденцію до ізоляції. Уповільнення зниження позицій України за рівнем індексу політичної глобалізації, починаючи з 2018 р. характеризує поширення державної політики, вважаючи на кількість розміщених в країні посольств, її членство у міжнародних організаціях, ступінь участі у міжнародних договорах. Виходячи з аналізу доступної інформації, складно однозначно відповісти, чи є уповільнення інтенсивності глобалізаційних процесів в Україні у порівнянні з країнами ЄС свідченням тимчасового сповільнення перед наступним ривком, чи, можливо, воно відображує глибинну кризу глобалізаційних процесів [7].

Список використаних джерел:

1. Амеліна І. В., Попова Т. Л., Владимиров С. В. Міжнародні економічні відносини. К. : ЦУЛ, 2013. 256 с.;
2. Вітер І. Вплив глобалізації на європейські інтеграційні процеси. *Антологія творчих досягнень*. 2004. Вип. 1. С. 125–131;
3. Козик В. В., Панкова Л. А. Світова економіка та міжнародні економічні відносини. Львів : Знання, 2006. 158 с.;
4. Манаєнко І. М., Присяник І. В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 18, частина 3. С. 11–15;
5. Мітакі І. Соціально-економічні наслідки глобалізації для менш розвинених країн світу // Пріоритети розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції України : збірник наукових праць за матеріалами II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Ізмаїл : РВВ ІДГУ, 2017. С. 63–66;
6. Про підтвердження курсу України на інтеграцію до Європейського Союзу та першочергові заходи у цьому напрямі: Постанова Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/874-18> (дата звернення: 15.09.2022);
7. Стучинська Н. П. Рівень глобалізації: кількісне обґрунтування якісних трансформацій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 10. С. 100–105;
8. Шейко І. А., Петрова Р. В. Оцінка поточного стану та перспектив розвитку глобалізаційних процесів в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 21, частина 2. С. 133-139;
9. Potrafke N. The Evidence on Globalization. *The World Economy*. 2015. №38(3). P. 509–552;
10. KOF Index of Globalization. URL: <http://globalization.kof.ethz.ch> (дата звернення: 05.10.2022).

Довжик О.О. канд. екон. наук, доцент
Скрипка К.О. здобувач вищої освіти ступеня магістр
Сумський національний аграрний університет, Україна

Особливості побудови системи управління в галузі рослинництва

Рослинництво є однією з основних галузей сільського господарства. Основою забезпечення тваринницької галузі кормами, а населення продуктами харчування є рослинництво. Також продукція рослинництва використовується в багатьох галузях промисловості як сировина рослинного походження, таких як харчова, текстильна, фармацевтична, паливна та ін. Рослинництво — галузь сільського господарства, що включає вирощування сільськогосподарських культур у полі, овочівництво, плодівництво тощо. Ця галузь дає необхідні продукти харчування. Тваринництво, у свою чергу, використовує такі побічні продукти, як солома, силос, відходи харчової промисловості. Рослинництво багато в чому визначає добробут населення країни. Характерною особливістю рослинництва є сезонність, залежність від погодних і природно-кліматичних умов. Основними знаряддями і засобами праці в рослинництві є земля і рослина. Економічне значення рослинництва величезне здебільшого тому, що воно забезпечує людину майже всіма продуктами рослинного походження. Рослинництво є джерелом сировини для харчової промисловості.

Ґрунтовні дослідження теоретичних та практичних аспектів щодо підвищення ефективності управління виробництвом продукції рослинництва здійснили такі провідні вітчизняні вчені: В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, О.М. Варченко, В.П. Галушко. Разом з тим, незважаючи на широке коло вже існуючих наукових праць, проблема управління ефективністю виробництва в галузі рослинництва потребує подальших досліджень.

До основних галузей рослинництва за галузевою класифікацією можна віднести галузі з вирощування зернових культур (пшениця, ячмінь, жито, кукурудза, гречка, рис, сорго, просо), зернобобових (горох, квасоля, сочевиця, нут), олійних культур (соняшник, соя, імбир), цукрових культур (цукровий буряк), картоплі, овочів (відкритий ґрунт, захищений ґрунт), садівництва, промисловості для землеробства (льон, бавовна), кормових культур.

Основним завданням управління виробництвом в сільськогосподарських підприємствах є побудова систем управління, які забезпечують виконання необхідних дій і процедур для отримання ринкового результату від функціонування операційної системи підприємства. Проблема ведення рослинництва на сьогодні є досить актуальною, оскільки більшість сільськогосподарських підприємств, переходячи виключно на виробництво продукції рослинництва, не дотримуються рекомендованих технологій вирощування сільськогосподарських культур, порушують науково обґрунтовані основи ведення сільського господарства, що пов'язано з відсутністю сучасної матеріально-технічної бази, та важке фінансово-економічне становище більшості господарств і особливо недостатній рівень управлінської роботи в галузі рослинництва.

Економічна ефективність управління в галузі рослинництва визначається системою показників: продуктивність, собівартість, урожайність з гектара в грошовому вираженні, валовий і чистий дохід з гектара посіву, на одну гривню собівартості продукції, на одну людину-годю. Підвищення врожайності є основним засобом збільшення виробництва та збору зерна. У системі заходів, що забезпечують підвищення врожайності зернових культур, велике значення надається сівозміні. Суттєвим чинником, що впливає на продуктивність, є впровадження високоврожайних районованих сортів, використання високоякісного насіннєвого матеріалу.

Особливе значення має збільшення виробництва твердої і міцної пшениці, яка становить основу продовольчого фонду. завжди славилася якістю зерна. У країні розроблені промислові технології виробництва твердих і міцних сортів пшениці. Виробництво зерна є галуззю високої механізації. Він менш трудомісткий, ніж вирощування картоплі, овочів, льону та інших культур. Затрати праці на один гектар посіву зернових культур у середньому становлять 17–20 люд.-год., а на зернових – близько 1 люд.-год. Застосування інтенсивних факторів виробництва збільшує матеріальні, грошові та трудові витрати на гектар посіву, однак за рахунок значного підвищення продуктивності зменшуються витрати праці та коштів на одиницю продукції. Підвищення якості зерна, а отже, продаж його за вищими цінами впливає на кінцеві результати виробництва – збільшення прибутку та рентабельності галузі.

Необхідно звернути увагу на основну проблему даної сфери, а саме низьку інвестиційну привабливість аграрного сектору в цілому. Це зумовлено високою капітало- та енергоємністю. Ці та інші, часто протилежні, чинники зумовлюють важливість участі держави в регулюванні аграрної економіки з метою створення умов для інвестиційної привабливості аграрного сектора, підвищення його конкурентоспроможності та стабільності на ринку, забезпечення продовольчої безпеки, створення умов для розвитку сільської місцевості та поліпшення умов життя сільського населення.

Серед основних завдань впливу держави в аграрний сектор є:

- забезпечення сільського господарства основними ресурсами: землею, капіталом, трудовими ресурсами, нерухомістю, необхідними для розширеного відтворення;
- забезпечення соціальних перетворень в селі, сталого розвитку сільських територій;
- забезпечення захисту сільськогосподарських товаровиробників на зовнішньому ринку;
- подолання кризових явищ, подальше забезпечення розвитку ринкових відносин у сільському господарстві в поєднанні з державною підтримкою сільськогосподарського виробництва.

Сільськогосподарські підприємства мають потужний виробничий потенціал, незважаючи на складні умови виробництва, зумовлені високими цінами на виробничі ресурси, низькою привабливістю сільської місцевості, труднощами з отриманням кредитів. У складних умовах вітчизняні сільськогосподарські підприємства змушені впроваджувати інновації для

підвищення ефективності організації виробництва. Як показує практика, продукція вітчизняних агропідприємств користується попитом у населення, навіть незважаючи на більш високі ціни, через високу собівартість, ніж пропонують іноземні виробники. В основному це пояснюється тим, що вітчизняні виробники виробляють екологічно чисту продукцію, при цьому у виробництві продукції використовується мінімальна кількість консервантів. Ці обставини створюють попит на сільськогосподарську продукцію. Крім того, зараз зростає попит на продукцію фермерського господарства, як продукцію, вироблену в природних умовах. У сучасних швидко мінливих соціально-політичних та економічних умовах перед економікою постає завдання забезпечити не тільки самовиживання, а й розширення виробництва.

Отже, перехід до сталого економічного зростання та подальше вдосконалення організації рослинництва неможливі без сприяння використанню досягнень науки, техніки та інновацій. Для індивідуального вибору необхідних реалізацій необхідне поглиблене вивчення реальних процесів виробництва продукту, його характеру, спрямованості та динаміки.

Підсумовуючи вищесказане, можемо виділити наступні основні стратегічні завдання вдосконалення системи управління виробництвом в галузі рослинництва:

- необхідно розвивати актуальні напрями аграрної політики, орієнтовані на забезпечення продовольчої незалежності в умовах нових геополітичних викликів;
- важливо активізувати розвиток і підтримку інноваційної діяльності, спрямованої на технологічну модернізацію сільськогосподарського виробництва, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції сільськогосподарських підприємств;
- удосконалення підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів – спеціалістів для сільськогосподарських організацій, підприємств, орієнтованих на активну підприємницьку діяльність.
- забезпечення раціонального використання та збереження родючості ґрунтів, охорони земель сільськогосподарського призначення;

Частина вищезазначених стратегічних завдань вже вирішується на сьогодні, однак для ефективного ведення рослинництва зокрема та розвитку аграрного сектору економіки в цілому потрібне комплексне вирішення.

Список використаних джерел:

1. Шляга О. В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва: *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя, 2014. № 8. С. 75-81
2. Воронкова, Т. Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища: практика та досвід. Київ, 2016. № 19. С. 42-44.

Карпенко Р. В. канд. юрид. наук
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна

Трудова діяльність людини як об'єкт економічного дослідження

Праця – це явище насамперед соціально-економічне, тому існують питання її принципово наукового розуміння, планування та організації на рівні системи народного господарювання, галузі, підприємства, а також питання її обліку та винагороди. Цьому відповідають філософські, соціологічні та економічні підходи до розуміння праці, як такої. Трудовий процес розглядається як використання даних та продукування інформації та енергії, що відбувається в системі «людина – знаряддя праці – предмет праці – оточуюче середовище».

Діяльність – це реалізація особистих якостей людини. Ці якості мають також визначену структуру, що розглядається в теоріях особистості. Оточуюче середовище та власне діяльність можуть спричинювати змінення стану людини. Процес діяльності регулюється не лише внутрішніми, а й зовнішніми факторами, до яких належать взаємодіючий суб'єкт (чи колектив) і власне предмет праці як діяльності, який може бути також знаряддям праці. Наприклад, предметом розумової діяльності є дані, що перетворюються у інформацію, а з її допомогою здійснюються управлінські рішення [1]. На нашу думку, трудова діяльність є синергічна взаємодія індивідууму та колективу, у якому він працює, спрямована на досягнення однієї, часто спільної, мети та передбачає використання усіх форм капіталу підприємства.

Існують два підходи до вивчення характеристик трудової діяльності: – наслідковий, який реєструє зміни в організмі людини, що виникають внаслідок виконання нею роботи; – причинний, який виявляє економічні, психічні та фізіологічні процеси, які складають зміст діяльності. Таким чином загальне уявлення про стан трудової діяльності можна отримати лише узагальнивши причинні та наслідкові характеристики цієї діяльності.

До них можна віднести: документальна інформація (посадові інструкції, нормативи, інструкції з експлуатації техніки, результати атестацій рівня кваліфікації спеціалістів); інженерно-технічне дослідження (обладнання, оснащення робочого місця, система комунікацій між спеціалістами різних рівнів); спостереження за ходом трудового процесу та поведінкою спеціалістів; бесіди зі спеціалістами; самозвіт у процесі діяльності (особистий «SWOT аналіз»); анкетування та експертна оцінка; об'єктивна реєстрація і вимірювання складових трудового процесу; об'єктивна реєстрація і вимірювання показників факторів середовища.

Отримати інформацію про трудову діяльність можливо: шляхом цілеспрямованого вивчення закономірностей здійснення трудової діяльності; збір та аналіз статистичних даних; цілеспрямованого вивчення закономірностей організації умов та засобів трудової діяльності; експеримент.

Наступним важливим елементом у системі трудової діяльності є ідентифікація соціально-економічних особливостей колективу, у якому працює людина. Вирішення виробничо-економічних завдань у значній мірі залежить від

активності та ініціативи трудового колективу. За нинішніх умов господарювання трудові відносини залишаються поза увагою. Даються взнаки ідеологічні упередження, намагання обов'язково перебудувати систему виробничих відносин, господарський механізм всупереч положенням марксистської політекономії, теорії трудової вартості. Між тим, незаперечним фактом є трудове походження багатства суспільства (окрім дарунків природи). За ринкових умов праця є найдорожчим фактором виробництва. До того ж це фактор є первинним, тоді як капітал має похідний характер. Трудовий колектив – це основне мікросередовище, де в найбільшій мірі виявляється творчий потенціал кожного працівника, суть виробничих відносин, спосіб життя. Взагалі трудовому колективу можна дати таке визначення: він є вищою формою організації людей, які об'єднані системою взаємовідносин, мають спільну мету, підпорядковану цілям суспільства, сприяють розвитку суспільства [2, 3, 4].

Ефективність колективної праці вирішальною мірою залежить від організації первинних трудових осередків. Доведено, що найбільш доцільно створювати їх на базі, так званих, неформальних груп, які виникають при міжособистісних відносинах і взаємних симпатіях. Розмір групи – від 2 до 15 осіб. Взаємовідносини людей значною мірою визначають їх ставлення до спільної справи. Формуючи нові підприємства та підрозділи, важливо створити в кожному сприятливий соціально-економічний клімат, здатним на добровільних засадах утворити первинні колективи. Вкрай важливо також забезпечити злагоду в масштабах кожної спільноти. Внаслідок негативних емоцій, якими супроводжуються нинішні процеси поділу засобів виробництва, розукрупнення підприємств, відсторонення людей від участі в управлінні виробництвом, протиставлення інтересів вузького кола осіб порушується традиційна згуртованість громад. Загострення протиріч між людьми ще більше руйнує знесилене виробництво.

Список використаних джерел:

1. Макаренко А. С. Твори: 7 т. Т.5. К.: Рад. шк., 1954. С.213-230;
2. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Психология управления. Харьков: ООО «Фортуна-пресс», 1998. 464с.;
3. Рейснер Л. И. Цивилизация и способ общения. К.: Наука, 1993. 307с.;
4. Тутушкина М.К. Практическая психология для менеджеров. Х., 1996.

**Козак С.О., здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Людський капітал як основа сталого розвитку сільських територій

Останнім часом прискорюються такі економічні процеси, переважно глобальні, як світовий розвиток і інформаційної, і мережевої, і інноваційної, і соціальної, і циркулярної та іншої економіки, розповсюдження електронної

* Науковий керівник – Кравченко О.М., д-р екон. наук, доцент

комерції, розвиток ринків із асиметричною інформацією. В агропродовольчому секторі економіки України паралельно відбуваються два процеси: реформування земельних відносин та інтеграція до світового ринку. Спостерігається активізація інвестицій в людський капітал, набуває розповсюдження таке явище, як достовірне зобов'язання (яке заслуговує на довіру) та достовірна загроза [1]. Всі перераховані процеси формують особливості сучасного економічного простору, в якому видозмінюється, трансформується вся система економічних відносин. Трансформація економічних відносин завжди пов'язана із появою певних науково-практичних проблем. Однією з таких проблем є дослідження особливостей розвитку людського капіталу в умовах існуючого економічного простору, зокрема на сільських територіях.

Можемо спостерігати збільшення кількості наукових досліджень щодо концепції інклюзивного зростання як умови сталого розвитку [2-4]. Концепція, яка на думку І. Бобух та С. Щегель «розширює традиційні моделі економічного зростання, зосереджуючи увагу на рівності людського капіталу, рівня та якості життя людей, якості навколишнього середовища, соціального захисту, продовольчої безпеки, доступу до ключових ресурсів, розподілу доходу та багатства» [2, с. 67]. Одночасно, сучасним підходом до трактування економічного простору є інтелектуальний, саме з точки зору розвитку людського капіталу. Економічні ресурси в їх традиційному вигляді перестають бути головним елементом розвитку. Спостерігається перенесення акценту на економіку знань, на людину з її навичками, накопиченими знаннями та вміннями як володаря якісної інформації і відповідних технологій її упорядкування. Отже, заміна ключової ролі матеріальних факторів виробництва інтелектуальними факторами формує нову реальність, в якій утверджуються новітні форми взаємодії та суперництва [5, с. 152]. Зазначене свідчить про зміну парадигми розвитку економічних відносин.

Інтелектуальна власність за своїм соціально-економічним характером є суспільною власністю. Усуспільнення такого продукту не для себе, а для інших людей, суспільства. Так продукт інтелектуальної діяльності набуває економічних ознак, а активізація в цьому напрямку особи (індивіда), окремих груп і колективів є важливим чинником гармонійного (культурного, духовного, соціального, економічного та іншого) розвитку суспільства третього тисячоліття. Особливо це стосується сільських територій України, де станом на 1 січня 2022 року проживає майже третина населення, а саме 12,5 млн. осіб [6]. Водночас, протягом 30 років незалежності України кількість населення сільських територій зменшилась на 4,5 млн. осіб, або більше ніж на чверть: з 17 млн. осіб на 1 січня 1990 року до лише 12,5 млн. осіб на 1 січня 2022 року.

Пронько Л.М. у контексті зазначеної теми відзначає, що основними причинами такого скорочення населення сільських територій є [7]: по-перше, погіршення демографічної ситуації в сільській місцевості, що формується протягом століть; по-друге, низький рівень заробітної плати в суб'єктах підприємницької діяльності, здебільшого зайнятих у сфері сільськогосподарського виробництва, що є нижчим навіть середнього рівня по країні та у 2 рази деяких галузей народного господарства. Так, у січні 2022 року

середня заробітна плата штатних працівників сільського, лісового та рибного господарств становила 11,9 тис.грн, у середньому по економіці України – 14,7 тис.грн, водночас заробітна плата в таких галузях як інформація і телекомунікації та фінансова і страхова діяльність, відповідно, 27,2 тис.грн та 24,9 тис.грн [8]; по-третє, відсутність робочих місць у сільських населених пунктах, нерозвиненість соціальної інфраструктури.

Відносно останнього, автор додає, що сучасний рівень технічного забезпечення суб'єктів господарювання призводить до скорочення робочих місць на певних територіях, що є одним із чинників урбанізації, тобто стимулюють міграційні процеси сільського населення. Важливою характеристикою процесу відтворення людського капіталу сільських територій постає аналіз вікової та статевої структури сільського населення.

Саме людський потенціал у розвинутому світі розглядають як основну складову національного багатства і рушійну силу економічного зростання будь-якої країни. Рівень і стан людського потенціалу визначають сукупність таких характеристик як: чисельність населення й чинники її динаміки; гендерна та поколінна збалансованість; тривалість життя; економічна активність населення; рівень його освіти, професіоналізму і кваліфікації; соціокультурні характеристики населення; його пасіонарність тощо [9].

Пронько Л.М. встановлено, що вікова структура населення країни складається протягом століть під дією народжуваності, смертності та міграції. До теперішнього часу в Україні склалася статево-вікова структура, в якій чітко простежується вплив наслідків і Другої світової війни, і наслідків Чорнобильської техногенної аварії, і коливань економічного зростання країни, і вплив заходів демографічної політики, і змін у смертності й народжуваності населення, і міграційних потоків [7].

Отже, виходячи з вищезазначеного стратегічні пріоритети відтворення людського капіталу на сільській території України повинні визначатися на основі потенціалу розвитку такої території, цілей сталого розвитку, інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання на селі й дієвості механізму гармонізації їхніх економічних, соціальних та екологічних інтересів. Також питання інтелектуальної якості людського капіталу територіальних утворень. Основним документом – дорожньою картою, що регламентувало би перспективні напрями розвитку людського капіталу сільської місцевості, повинно стати Стратегія розвитку сільської території України на період 2050. Першочерговим завданням зазначеної розробленої Стратегії повинно бути визначення напрямів сприяння підвищенню ефективності (економічної та соціальної) використання людського капіталу й підвищення його інтелектуальної якості.

Крім того, створення умов для розширеного відтворення людського капіталу сільських територій доцільно формувати на основі взаємодії таких елементів: розвиток малого підприємництва на селі; підвищення якості трудового потенціалу сільського населення; розвиток інфраструктури, зокрема соціальної, виробничої та ринкової для малого та середнього бізнесу на селі.

Список використаних джерел:

1. Кравченко О.М. Гармонізація економічних відносин між учасниками ринку продукції тваринництва : монографія. Харків: Смугаста типографія, 2020. 340 с.
2. Бобух І. М., Щегель С. М. Стратегічні орієнтири економічного зростання України: інклюзивність як ключовий пріоритет. Вісник Національної академії наук України. 2018. № 7. С. 55-70.
3. Бородіна О. М., Прокопа. І. В. Інклюзивний сільський розвиток: науковий дискурс. Економіка і прогнозування. 2019. № 1. С. 70-85. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2019_1_6
4. Манцуров І. Г. Інклюзивний розвиток як основа протидії глобальним викликам сьогодення. Економіка України. 2018. № 10. С. 71–87.
5. Небрат В. В. Історичний вимір трендів зовнішньоекономічної політики. *Економіка України*. 2017. № 5–6. С. 151–168.
6. Чисельність наявного населення України на 1.01.2022. *Державна служба статистики України*. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
7. Пронько Л. М. Економічні аспекти відтворення людського капіталу сільських територій. *Агросвіт*. 2022. № 9-10. С. 62–68. DOI: [10.32702/2306-6792.2022.9-10.62](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.9-10.62)
8. Середня заробітна плата за видами економічної діяльності по місяцях. *Державна служба статистики України*. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
9. Економічна ефективність vs соціальна справедливість: пріоритети розвитку України на етапі подолання кризи : кол. моногр. НАН України, Секція суспільних і гуманітарних наук. Київ, 2019. 350 с.

Мірошніченко В.І. д-р пед. наук, професор
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького, Україна

Сучасна освіта в контексті глобалізації

Глобалізація світової економіки, політики, культури – складна, багатоаспектна проблема, що породжує численні наукові дискусії і тому сьогодні не має однозначного тлумачення цього явища. Семантично це поняття пов’язане з англійським словом «globalization» і має дві інтерпретації: процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. У ширшому розумінні – перетворення певного явища на планетарне, таке, що стосується всієї Землі. Отже, поняття «глобальний» означає процес, предмет або явище, що стосується всієї земної кулі, охоплюють її всю, тобто мають всесвітній характер. Сам термін з’явився в 1983 році, а в 1985 американський соціолог Робертсон науково пояснив його. Із 1990 року з виходом книги К. Омае «Світ без кордонів» [1] термін «глобалізація» набув наукового та публіцистичного поширення.

Наведемо ще одне визначення глобалізації як «загально цивілізаційного процесу, який значно впливає на всі сфери людського буття, процес виникнення спільних для світового співтовариства проблем – економічних, політичних, освітянських, економічних та ін., процес породжений поглибленням взаємозв’язків і взаємозалежності країн і народів» [2]. Сприйняття цього терміну нині залишається неоднозначним. Існують десятки різноманітних визначень

глобалізації, що свідчить про складність цього явища та неоднозначне ставлення до нього. З одного боку, глобалізація – неминучий і в цілому позитивний процес, проте, з іншого боку, на думку багатьох дослідників, воно призводить до соціальної поляризації на всій планеті, поглиблює нерівність всередині окремих країн та між ними, загострює проблеми бідності, безробіття, відчуження. Тому наукові школи сучасності визначають процес глобалізації з позиції різних методологічних підходів.

Економічний підхід визначає глобалізацію як бурхливий розвиток світових ринків, інтернаціоналізацію господарювання, коли відбувається злам економічних та національних меж, формування всесвітньої економіки, приведення національних норм і механізмів у відповідність до норм провідних країн. Глобалізація допомагає країнам одержувати вигоду від розширення міжнародної торгівлі, сприяє взаємовигідному поширенню технологій, однак вона вимагає міжнародного управління й ухвалення міжнародних законів, і не може функціонувати без міжнародного права та міжнародних інститутів.

Екологічний підхід пов'язаний із екологічним розподілом (нерівномірністю використання людиною природних ресурсів), розглядає політичну екологію (екологічні конфлікти, питання екологічної справедливості, об'єднання зусиль країн для забезпечення виживання людей на планеті).

Комплексний підхід розглядає глобалізацію як складне геополітичне, геокультурне явище, яке потужно впливає на всі аспекти життєдіяльності світових спільнот. Глобалізація визначається як процес послаблення традиційних, територіальних, соціокультурних, державно-політичних і економічних бар'єрів, що ізолюють народи один від одного і водночас захищають їх від нерегульованих зовнішніх впливів.

Отже, глобалізація – це принципово новий якісний стан світових суспільних відносин, який зачіпає усі сторони життя. Головним її фактором виступає розвиток освіти, науки й культури.

Освіта є системою, що розвивається, тому її модернізація є закономірним історичним процесом, пов'язаним із необхідністю зміни освітньої моделі, що сформувалася в умовах індустріальної культури й суперечить культурним реаліями постіндустріального суспільства. Модернізація як процес удосконалення будь-якої системи в нових умовах, утому числі й освітньої, починається з нової філософії, геокультури. На сучасному етапі цивілізаційного розвитку – це філософія та культура постмодерну.

Саме в контексті цієї філософії та культури модернізація сучасної освіти спрямована не тільки на оновлення змісту, форм і методів освітньої діяльності, а й торкається самого розуміння сучасної освіти як неперервної, спрямованої на формування творчої особистості глобального інформаційного суспільства XXI століття, здатної до саморозвитку та навчання впродовж життя.

Учені доводять безпорадність сучасної освіти перед проявом поступів цивілізації, з іншого боку, показують, як глобалізація сприяє розвитку освітніх реформ. Ці суперечності становлять сутність процесів глобалізації, а їх вирішення, в свою чергу, виступає «глобальною» науковою проблемою.

До глобальних тенденцій розвитку освіти можна віднести: зростання значення освіти як фактора суспільного розвитку (як генератора й провідника знань та інформації); диференціацію джерел фінансування (від переважно державного фінансування до широкого спектра джерел доходів та підвищення ефективності витрачання цих коштів); інтернаціоналізацію освіти (необхідність уніфікації освіти, визнання дипломів); зміну вимог до змісту, методів та форм навчального процесу (компетентнісний підхід); зміну організаційних форм освітньої діяльності (концентрація, централізація, диверсифікація, паралельна освіта); глобалізацію ринку освітніх послуг (зростання чисельності іноземних студентів, становлення транскордонної освіти).

Україні важливо врахувати ці тенденції в процесі розробки сучасної стратегії розвитку національної освіти для того, щоб перетворити її на реальний чинник підвищення конкурентоспроможності економіки з урахуванням європейських і світових процесів, які кидають їй своєрідні виклики. Щоб бути на вершині цих викликів, національна освіта, як і вся українська цивілізація й культура, мають здійснити відповідні трансформації. Їх аналіз постає як одна з головних проблем методології розвитку освіти, завдань формування державної освітньої політики.

Система Інтернет – як альтернативна форма отримання інформації, здобуття та поширення знань, взаємообміну ними є підґрунтям для нової форми організації навчального процесу.

Аналізуючи сучасні цивілізаційні процеси можна виділити дві полярні тенденції можливих шляхів розвитку людства. Перший – «глобалізація інформатизації», яка висвітлює позицію найбільш розвинених країн світу, насамперед так званої «сімки», – зберегти розподіл усіх країн на три світи, відповідного до наявного рівня розвитку. Першу групу країн утворюють держави з найвищою інформаційною фазою розвитку як постіндустріальною. Це світова еліта, яка виробляє «знання», тобто «інформацію». Другу групу утворюють країни, які на підґрунті переданого «знання» забезпечують виробництво матеріальних цінностей, потрібних для забезпечення життєдіяльності всієї цивілізації. Третя – виробляє сировину, виконує її первинне, найбільш брудне оброблення та задовольняється мінімально дозволеним рівнем «знання» та життя.

Другий шлях, який висвітлює можливість розвитку й піднесення в кожній людині інтелектуально-духовного змісту та задоволення обмежених матеріальних потреб усіх людей на планеті, називають «глобалізацією економіки» або «концепцією сталого розвитку». Сучасний рівень науки та розвитку технологій дає змогу завдяки наявним ресурсам на належному рівні задовольняти потреби людини, що втричі перевищує рівень забезпечення сьогоденних потреб. Головна перешкода на цьому шляху пов'язана з наявною політичною системою в світі, засобами виробництва, що ґрунтуються на бажанні отримувати максимальні прибутки, нерозвиненістю громадського самоусвідомлення, консервативністю системи освіти та низьким культурним рівнем основного населення.

Отже, можна зробити висновок, що глобалізація спонукає до підвищення якості вищої освіти. Для досягнення цієї мети необхідно інвестувати у підготовку фахівців, а також прискорити вирішення фундаментального завдання – модернізації національних систем вищої освіти.

Список використаних джерел:

1. Ohmae, K. *The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*. L.: Free Press, 1995. 411 p.; 2. Горбатюк, Т. В. Роль комунікації в глобалізаційному процесі. *Гілея: науковий вісник: Збірник наукових праць*. Київ. 2011. Вип. 55 (12). С. 241–245.

**Могильна Л.М., канд. екон. наук, доцент
Сумський національний аграрний університет, Україна**

Інновації в управлінні персоналом підприємства

Людські ресурси є головним багатством будь-якої організації, а тому інновації в управлінні персоналом необхідні для досягнення високої ефективності роботи кожного співробітника, створення економічних стимулів та соціальних гарантій. Далеко не всі підприємства є інноваційно активними, бо в багатьох компаніях не створюються відповідні умови, які сприяють розкриттю інноваційного потенціалу персоналу та організації в цілому. Усвідомлення зростаючої ролі особистості працівника, аналітика його стимулюючих пріоритетів, вмільний напрямок мотиваційних, кваліфікаційних та творчих характеристик для досягнення цілей, що стоять перед підприємством, дозволяють відтворити концептуальні підходи до управління персоналом. Для вирішення проблеми готовності до організаційних інновацій в управлінні людськими ресурсами необхідно розробити принципи інноваційної політики та донести їх до кожного співробітника. Тому актуальність та велика практична значимість вивчення, систематизації та поширення у діяльності вітчизняних підприємств сучасних інноваційних підходів до управління персоналом викликає необхідність подальших досліджень у даному напрямку.

Функціональна діяльність служби управління персоналом в процесі реалізації інноваційної політики завжди відрізнялася надзвичайною складністю. Ця діяльність не допускає шаблонних підходів та не обмежується рамками певного локального сегмента в системі керування. Саме тому інноваційні зміни в управлінні персоналом потребують цілісної модернізації механізму системи управління підприємством. Тим часом багато організацій, досягаючи у своїй еволюції фази формалізації, готові приймати лише ті зміни, які адаптовані до сформованих раніше технологій. В результаті відбувається відбір лише управлінських нововведень, які стосуються фрагментарних змін у системі управління. Такі нововведення, по суті нічого не змінюючи, створюють лише формальний прецедент змін і тому мало впливають на ефективність діяльності підприємства, внаслідок чого формується певне розчарування серед фахівців

щодо перспектив інноваційних змін у вітчизняній практиці управління людськими ресурсами. Насамперед це стосується можливості адаптації закордонних нововведень в площині організації праці та її мотивації.

Інновації в управлінні персоналом – це щось нове, ноу-хау в управлінні кадрами, що дозволяє по-новому подивитися на процес і систему управління, розвинути потенціал кадрів, відкрити нові здібності та мотивувати персонал таким чином, щоб підвищити конкурентоспроможність конкретної організації. Вони характеризуються унікальністю, але з часом під час їх постійного використання перетворюються та визначаються як стандартні технології. Новизна – це тимчасова характеристика будь-якої матеріальної чи нематеріальної речі, створеної людиною, тому у певний час кожна технологія була інноваційною.

Повністю погоджуємось з думкою Щербак В.Г. та Ямбуренко В.В., що «застосовуючи інноваційне управління персоналом, організація повинна орієнтуватися на висококваліфікований персонал з належними психологічними характеристиками, наявністю креативності у роботі» [2, с. 356].

Ефективне впровадження інновацій в управлінні персоналом пов'язано з наступними головними завданнями підприємства: зростання рентабельності виробництва; підвищення продуктивності праці; забезпечення ефективного навчання та розвитку персоналу; поліпшення якості життя; покращення соціально-психологічного клімату колективу; стимулювання нововведень та адаптивності до них персоналу [1, с. 155].

На даний момент існують наступні інноваційні напрямки та ідеї в управлінні кадрами: кадровий аутсорсинг, VIP коучинг, формування сприятливої корпоративної культури, використання ІТ-технологій в управлінні та інше. Варто зазначити, що інновації в управлінні кадрами мають багато рис інновацій у широкому розумінні. Отже, при розробці та впровадженні змін у системі управління персоналом необхідно оцінювати не тільки їх своєчасність, результативність та ефективність, але й робити все необхідне, щоб пом'якшити опір персоналу під час впровадження чогось нового.

Існують різні види HR-інновацій, що використовуються сучасними підприємствами:

1. Позаштатні та віддалені методи роботи (Future of Work).
2. Технологічні інновації (HR Tech або RH Tech).

Кадрові інновації все частіше мають глобальний характер починаючи від адміністративних процесів до нових професій у сфері управління людськими ресурсами (особливо з погляду навичок, мобільності або планування робочої сили). Проте така трансформація зовсім не випадкова. Це відбувається на основі наявності реальних довгострокових внутрішніх зусиль з використанням інноваційних інструментів та процесів у поєднанні зі значними змінами в індивідуальній поведінці.

Необхідно не забувати що кожен співробітник повинен проявляти ініціативу, більше того він повинен бути почутий вищим керівництвом і тільки тоді відбуватиметься успішна комунікація між підлеглими та керівництвом, а відтак відбудеться підвищення ефективності виробництва та створиться

сприятлива корпоративна культура. І завжди потрібно пам'ятати, що на даний момент головна цінність будь-якого підприємства – кадровий склад, який здатний як підвищити ефективність його роботи, так і знищити організацію в цілому.

Список використаних джерел:

1. Смирнова І. І., Сімаков К. І. Інноваційні технології управління персоналом на підприємстві. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 2 (35). С. 154-157. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/150570/26-Smyrnova.pdf?sequence=1>.
2. Щербак В.Г., Ямбуренко В.В. Інновації в управлінні персоналом. *Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*: 7 грудня 2017 р. Київ: КНУТД, 2017. С. 351-356. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9950/1/OIP2017_P351-356.pdf.

Музиченко М.В., канд. екон. наук
Державний біотехнологічний університет, Україна

Залежність Німеччини від російського газу: передумови та шляхи подолання

У 1970 році Радянський Союз та Федеративна Республіка Німеччина уклали контракт «Газ-труби», згідно з умовами якого Німеччина забезпечила постачання до СРСР труб великого діаметру в рахунок оплати за природний газ із західносибірських родовищ. Контракт отримав назву «угода століття», оскільки він став найбільшим не лише в історії радянсько-німецьких відносин, а й у радянсько-європейських торгівельних відносинах.

Згідно з контрактом, Радянський Союз у двадцятирічний термін, починаючи з 1973 року, мав спрямувати до Федеративної Республіки Німеччини 52,5 млрд кубічних метрів блакитного палива, і отримати 1.2 млн тон сталевих труб великого діаметру. Фінансову частину контракту забезпечували Зовнішторгеконбанк СРСР та консорціум західноєвропейських кредитних установ на чолі з Deutsche Bank, яким була відкрита кредитна лінія на загальну суму 1,2 млрд німецьких марок з терміном погашення 30 вересня 1982 року [1].

Вже через рік укладений контракт було переглянуто: обсяги газу збільшено до 120 млрд кубічних метрів в обмін на 2,4 млн тон труб. Фактично, поставки природного газу до Німеччини було розпочато у 1973 році. На сьогодні загальний обсяг отриманого Німеччиною російського газу становить понад 1 трлн кубічних метрів. Саме завдяки вищевказаному контракту були побудовані газогони, які до останнього часу забезпечують постачання російського газу до Європи: Оренбург-Західний кордон (1979 рік), Уренгой – Помари – Ужгород (1983 рік), Ямбург-Західний кордон (1986 рік). На даний час країни Євросоюзу споживають близько 40% російського газу. Німеччина є лідером Євросоюзу із споживання природного газу, у т.ч. російського.

Якщо на початку 70-х років минулого століття країна майже повністю була забезпечена газом власного видобутку, то на даний час на 95% залежна від імпорту, при цьому доля російського газу становить близько 50%. Обсяги власного видобутку за останні десять років зменшилися майже вдвічі.

У 2011 році Німеччиною на законодавчому рівні прийнято рішення щодо відмови від виробництва ядерної енергії. У країні експлуатувались 37 атомних станцій, з яких на даний час залишилось лише три, їх експлуатація має завершитися у поточному році. При цьому енергоблоки цих станцій виробляють понад 10% електричної енергії країни. Відмова від виробництва ядерної енергії стрімко підвищила попит на природний газ. Як наслідок, Німеччина щорічно імпортує близько 60 млрд кубічних метрів російського газу, споживачами якого є промисловість, сільське господарство, приватні домоволодіння.

Яким же чином країна з найпотужнішою європейською економікою намагається подолати залежність від російського газу.

У вересні 2022 року уряд Німеччини прийняв рішення про націоналізацію найбільшого німецького імпортера російського газу - компанії Uniper, що може стати однією з наймасштабніших націоналізацій в історії країни. Компанія не лише імпортує газ, а й є власником газових, вугільних та гідроелектростанцій. До складу зовнішніх активів компанії входить російська компанія «Юніпро», яка володіє п'ятьма крупними тепловими електростанціями. Прийняте 21 вересня 2022 року рішення про передачу 98,5% акцій Uniper у власність держави сприятиме стабілізації газопостачання в умовах гострої енергетичної кризи на початку опалювального сезону [2]. З метою оперативної націоналізації німецької філії російської державної компанії «Газпром» – Gazprom Germania, яка з початком війни в Україні перейменована в Securing Energy for Europe GmbH (SEFE) та знаходиться під наглядом Федерального агентства з мереж (Bundesnetzagentur), урядом Німеччини створено холдинг Securing Energy for Europe Holding GmbH (SEEHG) [3].

Найбільший німецький виробник електричної енергії RWE AG, який має намір відмовитися від російського газу, уклав угоду з американською компанією Sempra Energy про наміри щодо закупівлі скрапленого природного газу (СПГ) з проекту «Порт-Артур». Умови угоди передбачають підписання остаточного 15-ти річного контракту щодо закупівлі 2,25 млн тон СПГ на рік [4].

Прискореними темпами створюється інфраструктура імпорту скрапленого природного газу. Якщо на початок 2022 року Німеччина не мала жодного терміналу з приймання та регазифікації СПГ, на 2022-2023 роки заплановано введення в експлуатацію 6-ти мобільних СПГ-терміналів-регазифікаційних судів (Floating Storage and Regasification Units, FSRU). Потужність кожного FSRU складає в середньому 5 млрд кубічних метрів газу на рік, тобто при їх повному завантаженні Німеччина зможе отримати щорічно близько 30 млрд кубічних метрів газу [5]. Північний глибоководний порт Вільгельмсхафен стане першим містом Німеччини, що прийматиме СПГ взимку 2022/2023 років.

За наслідками візиту канцлера Німеччини Олафа Шольца до країн Перської затоки у вересні 2022 року, німецька компанія RWE AG уклала контракт з нафтогазовою компанією емірату Абу-Дабі Abu Dhabi National Oil Company

(ADNOC) про постачання скрапленого природного газу. Перша партія СПГ в обсязі 137 тис кубічних метрів надійде до Німеччини вже у грудні 2022 року [6].

З метою зниження частки газу в енергобалансі, німецький уряд надасть комунальним підприємствам повноваження розширювати використання вугільних електростанцій. Планується запровадження системи аукціонів, яка спонукатиме промисловість до зниження споживання газу [7].

У 2024 році Німеччина має намір повністю відмовитися від російського газу завдяки норвезькому та нідерландському газу, імпорту СПГ з країн Перської затоки та США, жорстким заходам економії енергії.

Список використаних джерел:

1. «Сделка века»: почему Европа стала зависть от советского газа и нефти. URL: <https://aqqator.az/ru/ekonomika/288076>; 2. Націоналізація Uniper: за газ для німців заплатить влада. URL: <https://www.dw.com/uk/nacionalizacia-uniper-za-zabezpecenna-nimciv-gazom-zaplatit-vlada/a-63200986>; 3. Verstaatlichung von Gazprom Germania weiter vorbereitet als gedacht. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article240712319/Gazprom-Germania-Bundesregierung-hat-Verstaatlichung-per-Holdinggesellschaft-vorbereitet.html>; 4. RWE Supply & Trading and Sempra Infrastructure sign Heads of Agreement on LNG supply from the US. URL: <https://www.rwe.com/en/press/rwe-supply-and-trading/2022-05-25-rwe-supply-trading-and-sempra-infrastructure-sign-heads-of-agreement-on-lng-supply-from-the-us>; 5. СПГ-терминалы в Германии: теперь их будет уже шесть. URL: <https://www.dw.com/ru/spgterminaly-v-germanii-teper-ih-budet-uzе-sest/a-63005855>; 6. Die gesuchte Seite ist leider nicht verfügbar. URL: <https://www.tagesschau.de/ausland/asien/sholz-vae-fluessiggas-101.html>; 7. Germany Steps Up Measures to Conserve Gas as Russia Slows Supply to Europe. URL: <https://www.wsj.com/articles/germany-steps-up-measures-to-conserve-gas-as-russia-slows-supply-to-europe-11655642717>

Онищенко О.С., здобувачка вищої освіти ступеня доктора філософії*
Дерев'янюк О.М., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інвестиції в людський капітал як фактор економічного зростання
АПК

Актуальність теми людського капіталу, і, зокрема, інвестицій в людський капітал не викликає сумнівів і є дуже важливою, особливо в сучасних умовах. Людський ресурс є одним з найважливіших, у тому числі і в АПК.

Людський капітал – це сформований і здобутий за певний час набір знань, умінь, характеристик, який дуже впливає на продуктивність праці, а отже, й на дохід підприємства [1].

* Науковий керівник – Л.В. Шелудько, канд. екон. наук, доцент

Інвестиції в людський капітал – це вклад (витрати) заради збільшення людських характеристик і можливостей. Інвестиції в людський капітал може вкладати як і сама людина, так і підприємство або держава. У більшості випадків ці інвестиції у грошовій формі, але також повинна бути присутня праця самої людини. Результати також присутні у грошовій формі (дохід підприємства, зарплата працівника), а також у вигляді соціальних вигод для робітника (задоволення своєю роботою, підвищення репутації, престиж). Людський капітал тісно пов'язаний з людиною, і є не від'ємною її частиною.

Існують різні типи інвестицій в людський капітал. Наприклад, витрати на освіту. Це витрати на повну загальну, технічну, додаткову освіту. Чим більше людина буде знати з своєї професії, тим краще вона буде працювати [2].

Витрати на здоров'я (медичне обстеження, правильне харчування, режим) роблять роботу працівника кращою і більш якіснішою.

Держава теж може робити інвестиції в людський капітал. Це може відбуватися шляхом збільшення мінімальної заробітної плати, створення робочих місць, удосконалення трудового законодавства і соціальних умов праці.

Якщо правильно і якісно вкладати в людський капітал, то це може призвести до економічного зростання АПК [3]. Це може відбуватися шляхом покращення соціально-економічних відносин між керівником підприємства і робітником; вдосконалення соціальних умов в сільських регіонах; розширення асортименту сільськогосподарської продукції і т.д. В Україні, на жаль, не достатньо вкладають в людський капітал. Це може призвести до негативних наслідків в економіці.

Список використаних джерел:

1. Людський капітал як реалізована, активна частина трудового потенціалу. URL: <https://buklib.net/books/31304/> (дата звернення 16.09.2022 р.).
2. Інвестиції в людський капітал. URL: <https://buklib.net/books/31309/> (дата звернення 16.09.2022 р.).
3. Коляденко Д. Л. Людський капітал – фактор інституціональної трансформації в АПК. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5620> (дата звернення 16.09.2022 р.).

**Сахненко О.І., старший викладач
Національна академія Національної гвардії України, Україна**

Цифрова трансформація як сучасний розвиток економічних стосунків в суспільстві

З початком третього тисячоліття поширення цифрових технологій уже змінило не лише економічні процеси, але й сам устрій життя суспільства. У результаті основними вимогами до сучасного суспільства є зміна характеру праці, зокрема підвищення ролі інтелектуальної та творчої праці; зміна характеру зайнятості (віддалена праця за допомогою ІКТ); зростання загальних вимог до рівня та якості освіти, а також професійної кваліфікації.

Більшість авторів схиляються до точки зору, що цифрова економіка – це економіка, що заснована на застосуванні цифрових технологій, їх виробництві, використанні сервісів високотехнологічними бізнес-структурами тощо. Цифрова економіка є наслідком трансформації інших видів економіки, що передували її розвитку. Тобто своєрідним симбіозом економіки знань та глобалізаційних процесів, які стали поштовхом розвитку цифрових трансформацій абсолютно у всіх сферах [1, с. 174]. Проте у цих формулюваннях немає головного компоненту – рушійної сили – людського інтелектуального ресурсу. Важливо підкреслити наявний дуалізм впливу цього фактору на цифрову економіку: з однієї сторони людина створює попит на продукцію, з іншого сама генерує нові продукти та сервіси. Рівень розвитку людського ресурсу визначає життєздатність всієї цифрової екосистеми. Цифрова економіка має складну структуру і включає ІТ-сектор, виготовлення та/або реалізацію продукції із застосуванням ІКТ та супутні послуги. В умовах COVID-19 розвиток цифрових технологій є запорукою не просто функціонування організацій, а необхідністю їх виживання та розвитку. Діджиталізація основних видів економічної діяльності, включаючи виробництво, розподіл і споживання товарів і послуг, є ще однією основною властивістю цифрової економіки [2, с. 23].

Повсюдне проникнення цифровізації вимагає активної участі усіх ключових зацікавлених сторін, включаючи бізнес-співтовариство, профспілки, заклади вищої освіти, громадянське суспільство і технічне співтовариство Інтернету, в процесі вироблення і реалізації відповідної політики.

Є необхідність скоректувати усі форми освіти і навчання впродовж життя людини, щоб повною мірою розкрити потенціал нових цифрових технологій і розвинути серед населення навички, необхідні на ринку праці, у т. ч. цифрову грамотність, яка є важливим чинником розвитку цифрової економіки.

У сучасних умовах проблеми цифрового сектора неминуче позначаються на конкурентоспроможності економіки, оскільки відставання в отриманні і обробці актуальних даних, невміння використати цифровий ресурс, врешті-решт, супроводжується втратою колишніх ринкових позицій.

Опубліковано результати дослідницького проекту «Цифрова економіка: Вплив ІКТ на людський капітал та формування компетентностей майбутнього», який було проведено Київським національним економічним університетом імені Вадима Гетьмана (КНЕУ) за ініціативи «Huawei Ukraine» у період з листопада 2020 року по лютий 2021 р. Воно охопило 1181 особу у всіх регіонах України. Серед опитаних були представники академічної спільноти, державної служби, бізнесу і підприємництва, громадських організацій та тимчасово непрацюючі. Проаналізувавши результати дослідницького проекту [3], приходимо до таких висновків: позитивні наслідки від розвитку ІКТ в Україні для економіки, суспільства, особисто для себе очікують 84% жінок та 75,4% чоловіків; найбільш затребуваною новою професією серед жінок є фахівець з кібербезпеки (82,4%), а найменш затребуваною – експерт зі створення цифрових двійників (36%). Найбільш затребуваною новою професією серед чоловіків є фахівець з кібербезпеки (71,7%), а найменш затребуваною – куратор з особистих даних (36,8%). Топ-3 факторів впливу розвитку ІКТ на працівників: поява нових форм

зайнятості (дистанційна, фриланс тощо) жінки – 62,7%, чоловіки – 50%; можливості гнучкого графіка роботи жінки – 62,5%, чоловіки – 48,8%; формування нових цифрових навичок жінки – 62,5, чоловіки – 49,2%. На думку респондентів, наразі найбільш діджиталізованими є такі сектори економіки України: інформація та телекомунікації (68,6%), оптова та роздрібна торгівля (65,9%), фінансова та страхова діяльність (58,7%), креативні індустрії (57%), транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність (54%). Опитувані вважають, що найбільший потенціал для цифрової трансформації мають охорона здоров'я і надання соціальної допомоги (60,5%), добувна промисловість і розроблення кар'єрів (59,6%), каналізація, поводження із відходами (58,9%), державне управління й оборона (58%), переробна промисловість (58%).

Отже, цифрова економіка потребує нових фахівців з іншими навичками та компетенціями. У цих умовах вирішальне значення набуває розвиток людського капіталу, ключовими факторами, що сприяють цьому є освіта та навчання. Університети відіграють важливу роль у розвитку екосистеми інновацій, досліджень цифрової економіки та нової інфраструктури у цифровому світі. Тому так важливо розвивати партнерство між університетами та бізнесом заради розвитку та кращого майбутнього для всіх. Найефективнішою моделлю є відома у світі «потрійна спіраль» – модель взаємодії університетів, влади та бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Рудніченко Є.М., Гавловська Н.І., Суходоля С. А., Лісовський І. В., Ядуха С. Й. Цифрова економіка та її вплив на розвиток організацій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Том 1. С. 172–176.

2. Лазебник Л. Л., Войтенко В. О. Сутність, особливості та параметри цифрової економіки. *Економічний вісник*. 2020. № 1. С. 22–29.

3. Цифрова економіка: дослідники КНЕУ створили дорожню карту розвитку людського капіталу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3274197-cifrova-ekonomika-doslidniki-kneu-stvorili-doroznu-kartu-rozvitku-ludskogo-kapitalu.html> (дата звернення: 26.10.2022)

Ткаченко С.Є. канд. екон. наук
Єфременко А.В. здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Інноваційна діяльність в Україні та перспективи її розвитку

Новітні умови індустрії 5.0, сталість, стійкість, людиноцентричність, необхідність інноваційного спрямування – це виклики сьогодення бізнесу. Яким чином визначається взаємний вплив інновацій, якими є тенденції цих процесів, як і наскільки ускладнилась ситуація у зв'язку з пандемією COVID-19 та геополітичними конфліктами, які можливі подальші кроки є прийнятними за таких обставин – це питання, що потребують подальшого дослідження. Відповідно до технологічних змін відбуваються зміни в структурі наявних

продуктів та послуг, змінюється галузева структура. Фактично, винаходи та інновації є основою побудови економіки майбутнього [1, с. 97].

Технології передавалися підприємствами/організаціями трьох (у 2020 р. чотирьох) розпорядників бюджетних коштів, з яких, як і в 2020 та 2019 рр., більше половини – МОН (571 од. або 55,6%; 2020 р. – 698 од. або 53,8%; 2019 р. – 1053 од. або 65,5%). НААН передано 428 технологій або 41,6% (2020 р. – 576 од. або 44,4%); 2019 р. – 532 од. або 33,1%) та найменше – НАН (29 од. або 2,8%, 2020 р. – 9 од. або 0,7%; 2019 р. – 22 од. або 1,4%). У 2020 р. трансфер здійснено ще й Мінсоцполітики (15 або 1,1%). У 2019 р. Мінсоцполітики трансфер технологій не здійснювало [2]. Отже, порівняно з 2020 р. частка технологій, переданих МОН, збільшилася на 1,8 в. п, НААН – зменшилася на 2,8 в. п., при цьому зменшилася кількість переданих обома розпорядниками технологій. Водночас, збільшилася частка на 2,1 в. п. та кількість технологій (у 3.2 разу), переданих НАН. Промисловим підприємствам двома розпорядниками передано 540 технологій або 52,5% від загальної кількості переданих, що на 8,4% менше порівняно з 2020 р. (662 од. або 51,0% передано трьома розпорядниками, що на 34,3% менше порівняно з 2019 р. – 1007 од.). Отже, динаміка кількості переданих технологій за 2019-2021 рр. як загалом, так і промисловим підприємствам, є спадною [2, с. 37].

Економічний спад – це не лише збитки, дефіцит та занепад, а й великі можливості. Адже саме часи рецесії, коли компанії переглядають свої бізнес-можливості, щоб залишитися на плаву, а споживачі мусять затягувати паски, можуть стати найбільш продуктивними для інновацій. Дефіцит ресурсів, який зазвичай супроводжує рецесії, змушує новаторів робити те, що вони вже мали зробити: скоротити витрати, провести розумні стратегічні експерименти та розподілити інноваційне навантаження. Зараз, як ніколи, компанії мають сприяти відкритим інноваціям і знаходити розумні способи співпраці.

Україна – один із світових лідерів галузі сільського господарства та провідний постачальник продовольства. На рівні держави АПВ генерує до 17% ВВП і 40% експортного виторгу. Ці показники зобов'язують до лідерства й у сфері аграрних інновацій. Його прояви очевидні, хоч і зсунуті у бік найбільших гравців галузі [3]. Технології вже невіддільні від українського сільського господарства: своєчасне сповіщення про різку зміну погоди, ринкові котирування, формування блокчейн-ланцюгів постачань, оцифрування, розумні ферми, точне землеробство – усе це вже не «експеримент на нульовій стадії», а базові складові агробізнесу.

У середньому обсяг бюджету, що виділяється на інновації, холдинги обчислюють одиницями відсотків від прибутку. Але здебільшого цей параметр залишається гнучким і варіюється залежно від перспективності ідеї в цілому.

Вже другий рік поспіль мережею Глобального договору ООН в Україні проводиться акселераційна програма для корпорацій – Young SDG Innovators Program (YSIP). Її мета – підготовка корпоративних стартапів, що створюватимуть інноваційні проекти з одночасним впливом на досягнення цілей сталого розвитку та економічним ефектом для компанії [3]. Команди-учасники першої хвилі цієї програми продемонстрували досить цікаві рішення, що

об'єднали в собі інновації, сталий розвиток і вплив на стратегію бізнесу, в якому працюють. Наприклад, новатори з банку ПУМБ знайшли спосіб, як задіяти залишки на рахунках, що закриваються, – спрямувати їх як інвестиції в розвиток компаній, які практикують принципи shared values. Так банк зменшує свої видатки, збільшує кількість бізнес-клієнтів і покращує репутацію. При цьому створюються нові робочі місця у сфері соціального підприємництва та накопичуються соціальний й екологічний вплив від діяльності та зростання кількості таких підприємств [3].

Європейський Союз започаткував програму підтримки українських стартапів вартістю 20 мільйонів євро, яка в умовах агресії Росії проти України має підтримати новаторів, дослідників та інноваційний малий бізнес в Україні. Завдяки цільовим додаткам до програми діяльності Європейської ради інновацій (EIC) ця нова ініціатива дозволить підтримати принаймні 200 українських високотехнологічних стартапів на суму до 60 000 євро для кожного. Крім цього, Європейська рада інновацій надасть українським дослідникам нефінансову підтримку, до якої входить консультаційна діяльність та обмін кращим досвідом. Це дозволить українським новаторам увійти до європейської інноваційної екосистеми, відкриє для них нові ринки та можливості в межах різноманітних європейських фінансових інструментів.

КМУ погодив проєкт розпорядження Президента України, який дасть можливість Україні укласти угоду з ЄС щодо участі в європейській програмі «Горизонт Європа».

Участь у цій програмі означає співробітництво в усіх наукових сферах: від медицини до космосу. Це додаткові фінансові можливості для наших наукових установ та обмін досвідом для українських вчених [4].

Серед найбільш сучасних інноваційних досліджень, що зможуть зрушити економіку країн у світі, – добування енергії з навколишнього середовища. Звичні джерела енергії паливного типу — нафта, газ, вугілля, уран. Існують так звані “офіційні альтернативні джерела”, до яких відносяться енергія вітру, припливів, сонця, геотермальні джерела, які давно та успішно використовуються для отримання енергії. Зараз існує безліч теорій та розробок з використання незвичних джерел енергії, які мають потенціал та використовуються в якості експериментальних.

В Україні загальний річний технічно досяжний енергетичний потенціал альтернативних джерел енергії в перерахунку на умовне паливо становить близько 63 млн. тон [5]. Частка енергії, добутої за рахунок альтернативних джерел, становить сьогодні близько 3 %. Згідно з українською енергетичною стратегією до 2030 р. частку альтернативної енергетики на загальному енергобалансі країни буде доведено до 20 %. Основними та найбільш ефективними напрямками відновлюваної енергетики в Україні є: вітроенергетика, сонячна енергетика, біоенергетика, гідроенергетика, геотермальна енергетика. Україна намагається не відставати від розвинених європейських країн, які динамічно розвивають „зелену” енергетику, максимально використовуючи власний природний потенціал. Лише у 2009 р. з державного бюджету на розвиток альтернативної енергетики в Україні було виділено 500 млн грн на

об'єкти Міністерства житлового господарства і 1,5 млрд грн – за лінією Міністерства регіонального розвитку і будівництва [5]. Але ефективність державної політики у сфері альтернативної енергетики залежить у першу чергу від ефективності нормативно-законодавчої бази, яка покликана створювати сприятливі умови для роботи на українському ринку відновлюваної енергетики. Більшість фахівців-енергетиків позитивно оцінюють прийняття Закону про „зелений тариф”, згідно з яким оптовий ринок електричної енергії України зобов'язаний купувати по „зеленому тарифу” електричну енергію, що видобута з альтернативних джерел [5]. На наш погляд, для активізації успішної інноваційної діяльності в Україні є необхідні умови, але в найближчий час усі зусилля в сфері інновацій та інвестицій будуть покладені для досягнення скорішої перемоги та завершення війни.

Список використаних джерел:

1. фон Розен В. М. Цифровізація та інновації: взаємний вплив та тенденції (на прикладі Німеччини) // Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: збірник тез та доповідей II Міжнародної наук.-практ. конференції, (м. Київ 22 квітня 2021 р.) / Київ, 2021. С. 196-197; 2. Реалізація середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня у 2021 році: аналітична довідка / Т. В. Писаренко та ін. Київ : УкрІНТЕІ, 2022. 95 с.; 3. Заради життя: 7 інноваційних рішень, представлених на WEF 2021. URL: https://mind.ua/investments?utm_source=article (дата звернення: 27.10.2022); 4. ЄС виділив 20 млн. євро для підтримки укр. спартапів. URL: <https://www.ukrinform.ua/tag-innovacii> (дата звернення: 27.10.2022); 5. Альтернативні джерела енергоресурсів в українському Причорномор'ї. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/alternativni-dzherela-energoresursiv-v-ukrainskomu-prichornomori> (дата звернення: 27.10.2022)

Тушко Д. А. викладач

**Національна академія Державної прикордонної служби України імені
Богдана Хмельницького, Україна**

Інновації управлінської діяльності у прикордонній службі України

Перманентна економіка та управління в сучасній Україні не створювали необхідних та достатніх умов для розвитку проектного управління не лише у державних інституціях, але у підприємницькій діяльності. Війна таку ситуацію поглибила, ускладнивши її. Інститути українського суспільства потребують інновацій та сучасної методології управлінської діяльності. Проектний менеджмент належить до таких інновацій [1]. Правоохоронні структури України також потребують ефективних та універсальних управлінських інструментів. Тому ми вирішили здійснити спробу розробки модель проектного управління в ДПСУ. Загалом такий менеджмент дає змогу інституції адаптуватись до

швидкозмінних змінних соціально-політичних умов. Для прикордонного відомства, у якому процеси взаємодії є надзвичайно глибокими та яскраво вираженими. Сучасна ДПСУ може використовувати проектне управління для проактивного розвитку, оскільки проектні дії – це активні дії в умовах нестабільності. Для сучасної України, умови нестабільності – це війна, руйнація економіки, інфраструктури тощо [2].

Основними проблемами проектного управління в ДПСУ є відсутність відповідних фахівців, досвіду та певної мотивації. Ефективність результатів у реалізації функцій та завдань ДПСУ залежить від стану підготовки її персоналу, а отже від здатності задовольнити потреби щодо реформування сучасного українського суспільства. Прикордонне відомство потребує фахівців-проектних управлінців, котрі зможуть здійснити трансформації з метою його розвитку.

Соціум вимагає від українських громадян спроможності створити ідею, і взагалі продемонструвати нове мислення – відмінне від стандартного [3]. У ДПСУ важливим фактором впровадження проектного управління є розуміння його цілей у згаданому правоохоронному відомстві, а також уміння працювати в команді. Зважаючи на ці пріоритетні вимоги ми звернулись до методу моделювання, що дає змогу замінити оригінальні об'єкти та процеси аналогічними. Моделювання може бути різним.

Список використаних джерел:

1. Петренко А. Г. Щодо впровадження оборонного менеджменту та управління змінами в Міністерстві оборони України. Наука і оборона: зб. наук. праць. – К.: НУОУ, 2019. – № 2. – С. 3 – 84
2. Тяг Р. та ін. Управління проектами: Підручник. ЦНЛ, 2004. – 320 с.;
3. Управління проектами: Навч. Посібник / Л. О. Збаразська та ін. ЦУЛ, 2008.

**Тушко К. Ю., д-р пед. наук, професор,
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького, Україна**

Проектний менеджмент у прикордонній службі України

Війна в Україні вплинула на стратегію національної безпеки, та оборонний менеджмент, стратегічне планування та управлінські процеси. Військова реформа для України є ключовим завданням навіть у умовах ведення війни. У контексті військової реформи, що спрямована на розвиток потенціалу та обороноздатності військових та правоохоронних структур, особливу увагу необхідно зосередити на питаннях управлінського характеру. Пропонуємо врахувати такий актуальний інструмент управління для оперативних та стратегічних завдань як проектне управління. Управління проектами у сучасних військових та правоохоронних формуваннях слід сприймати як мету оборонної реформи, основу національної безпеки. Державна прикордонна служба України (далі – ДПСУ) виконує завдання щодо охорони та захисту державного кордону,

тобто реалізують прикордонну безпеку. Прикордонна безпека виступає елементом національної безпеки України. В українському суспільстві проектний інструмент є новацією, а тому не має широкого розповсюдження у державних та приватних інституціях.

Для якісного узагальнення інформації щодо проектного управління у прикордонній службі України ми звернулись до наукових теоретико-методологічних джерел. Перш за все, проаналізовано фундаментальні дослідження, присвячені сутності та змісту сучасного проектного менеджменту [2]. Нами виокремлено праці таких науковців: Л. Збаразська – створення посібників з проектного менеджменту [10]; Л. Кобиляцький – проектне управління для галузей [3]; В. Кучеренко – бізнес проектування (розроблення ділових проектів) [5]; Р. Тянь – управління проектами (основні теоретичні положення) [9]; Є. Матвіїшин – аналіз питань щодо процедур планування у проектному управлінні [6]; А. Петренко – проблематика сучасного оборонного управління в Україні [8]. Усі дослідники належать до української проектно-управлінської наукової школи. Водночас ми звернулись до вузькоспеціалізованих напрацювань, зокрема до наукових досліджень у прикордонному відомстві. Авторами напрацювань у ДПСУ виступають В. Кириленко, О. Мейко, В. Торічний, К. Тушко, які розробили посібник щодо впровадження проектного управління у прикордонній службі [7].

Загалом, слід наголосити на важливому факті: українська проектно-управлінська наукова школа розвивається у контексті західної, оскільки проектний менеджмент сформувався у США. Зважаючи на це, першочергово нами досліджено праці американських та європейських науковців: Д. Кендалл [1], К. Когон (керування проектами для неофіційних проект-менеджерів) та багато інших [4].

Впровадження в систему управління ДПСУ програмно-проектного підходу ґрунтується на цілісній моделі управління проектами розвитку спроможностей; передбачає інтегрованість із процесами планування, процесами планування утримання та розвитку, та націлений на підвищення ефективності управління ресурсами; враховує сучасні технології ефективного та гнучкого управління проектами в умовах високої динаміки змін в зовнішньому економічному та політичному середовищі; базується на міжнародних стандартах з управління проектами та менеджменту; враховує поточний стан, можливості та обмеження системи менеджменту ДПСУ з одного боку та сучасні вимоги щодо підвищення ефективності діяльності, спрямованої на розвиток спроможностей та впровадження змін з іншого; містить методичні та регламентуючі документи щодо процесів управління та організації співпраці ООДК ДПСУ; передбачає передачу знань та отримання навичок у ході підготовки майбутніх керівників проектів та учасників проектною діяльності.

Список використаних джерел:

1. Кендалл Д. И. Сучасні методи управління портфелями проектів та офіс управління проектами. / пер.з англ. / Д. І. Кендалл, С.К. Роллінз. – М.: ПМ Софт, 2004. – 576 с.; 2. Керівництво з основ Проектного Менеджменту/Пер. з англ.

УАУП, 1999. – 180 с.; 3. Кобиляцький Л. Управління проектами: Навч. посібник. МАУП, 2002. – 165 с.; 4. Когон К. Керування проектами для «неофіційних» проект-менеджерів / Корі Когон, Сьюзетт Блейкмор, Джеймс Вуд / Пер. з англ. М. Євсеєнко, О. Кожушко. – Харків: Вид-во Ранок» :Фабула, 2019. – 240 с.; 5. Кучеренко В., Маркітан О. Управління діловими проектами: Навч. Посібник. ЦНЛ, 2005. – 460 с.; 6. Матвіїшин Є. Планування проектних дій: Навч. посібник ЛРІДУ НАДУ, 2007. – 120 с.; 7. Мейко О. В., Кириленко В. А., Дияк В. В., Торічний В. О. Проектне управління у Державній прикордонній службі України. Навчальний посібник. Хмельницький: Видавництво Манускрипт, 2021. – 124 с.; 8. Петренко А. Г. Щодо впровадження оборонного менеджменту та управління змінами в Міністерстві оборони України. Наука і оборона: зб. наук. праць. – К.: НУОУ, 2019. – № 2. – С. 3 – 8; 9. Тянь Р. та ін. Управління проектами: Підручник. ЦНЛ, 2004. – 320 с.; 10. Управління проектами: Навч. Посібник / Л. О. Збарзська та ін. ЦУЛ, 2008.

Ханова О.В., канд. геогр .наук, доцент
Болдирєва О.С., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна

Інноваційна складова глобальної конкурентоспроможності країн ЄС

Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) – глобальне дослідження, що ранжує країни світу у вигляді рейтингу за показником економічної конкурентоспроможності. Розрахований за методикою Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum), заснованої на поєднанні загальнодоступних статистичних даних та результатів глобального опитування керівників компаній. Дослідження проводиться з 2004 р. і на даний момент представляє найбільш поширений, затребуваний та повний комплекс показників конкурентоспроможності по різних країнах світу.

Проаналізуємо країни ЄС щодо їх місця у глобальному рейтингу конкурентоспроможності, рис.

Як видно з рис. середній бал конкурентоспроможності країна ЄС дорівнює 59,37. Більшість країн (11) мають найнижчий загальний бал конкурентоспроможності в межах від 61,938 до 69,438 одиниць (Хорватія, Греція, Румунія, Болгарія, Угорщина, Кіпр, Словаччина, Латвія, Литва, Мальта, Польща). 9 країн ЄС мають середній загальний бал конкурентоспроможності в межах від 69,438 до 76,938 одиниць (Словенія, Португалія, Чехія, Естонія, Італія, Ірландія, Іспанія, Бельгія, Австрія) та 8 країн ЄС мають найвищий загальний бал конкурентоспроможності в межах від 76,938 до 84,438 одиниць (Люксембург, Франція, Фінляндія, Данія, Великобританія, Швеція, Німеччина, Нідерланди).

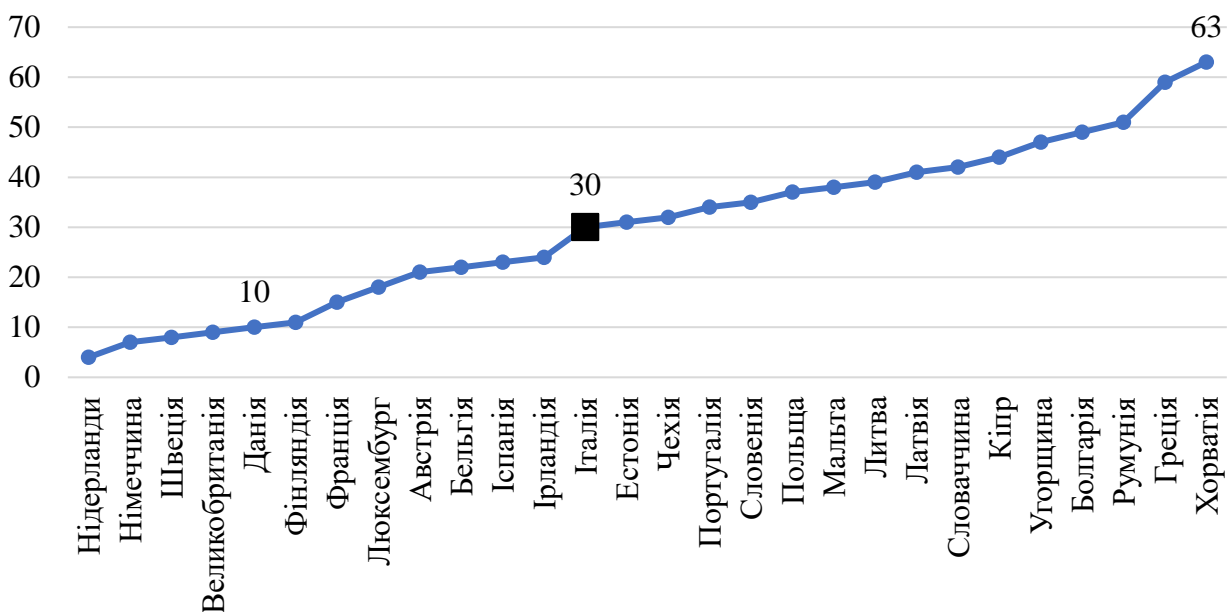


Рис. Рейтинг країн ЄС за глобальною конкурентоспроможністю

Складено за [1]

Проаналізуємо залежність загального балу глобальної конкурентоспроможності по країнах ЄС від кожної з її 12 змінних.

Таблиця

Результати кореляційного аналізу впливу змінних на загальний бал глобальної конкурентоспроможності

Змінні індексу глобальної кореляції	Коефіцієнт кореляції
Якість інститутів	0,928989
Інфраструктура	0,827368
Прийняття ІСТ	0,609637
Макроекономічна стабільність	0,640078
Здоров'я і початкова освіта	0,665087
Вища освіта і професійна підготовка	0,825855
Ефективність ринку товарів і послуг	0,879435
Ефективність ринку праці	0,703549
Розвиненість фінансового ринку	0,939583
Розмір внутрішнього ринку	0,472858
Динамічність бізнесу	0,911843
Інноваційні можливості	0,899042

Розраховано за [1]

Як видно з результатів проведеного аналізу найменший вплив на конкурентоспроможності країн ЄС має змінна «Розмір внутрішнього ринку». Багато країн ЄС мають незначні розміри території, але це не впливає на їх економічних розвиток. Також, слід зазначити, що країни ЄС мають спільний ринок ЄС, тому результати розрахунків є логічними.

Лідерами впливу є такі змінні як: «Якість інститутів» ($R^2 = 0,928989$), «Розвиненість фінансового ринку» ($R^2 = 0,939583$), «Динамічність бізнесу» ($R^2 = 0,911843$) та «Інноваційні можливості» ($R^2 = 0,899042$).

Отже, інноваційна складова має один з найбільш вагомих впливів на глобальну конкурентоспроможність країн ЄС.

Список використаних джерел:

1. Global Competitiveness Report 2019. URL:
<https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>

**Чабанюк О. М. канд. екон. наук, доцент,
Львівський торговельно-економічний університет, судовий експерт,
Львівський науково-дослідний інститут судових експертиз, Україна**

Сучасні вимоги та підбір кадрів бухгалтерії

В умовах науково-технічного прогресу постійно підвищуються вимоги до кадрів. Некваліфіковані кадри не в змозі використовувати не тільки досягнення науково-технічної революції, а й використати переваги ринкової економіки.

Кадри повинні мати певні знання, навички та вміння. Знання залежать від загальної та спеціальної освіти, навички та вміння від стажу роботи і віку. Вміння – це здатність виконувати необхідні операції в умовах, що змінюються. Необхідність певної кількості знань, навичок та вмінь впливає з закону відповідності кваліфікації робочої сили рівню використовуваних в процесі виробництва засобів виробництва і, в першу чергу, засобів праці. Тому кваліфікація працівника – це здатність виконувати певну конкретну роботу.

На практиці кваліфікація працівника не завжди точно відповідає складності та кваліфікації праці. Якщо кваліфікація працівника нижча за кваліфікацію роботи, яку він повинен виконати, то виробляється неякісний продукт, гальмується удосконалення техніки і технології, організації праці. Якщо ж кваліфікація працівника вище кваліфікації роботи, з'являється можливість удосконалення техніки, технології і організації праці, поліпшується якість виробленого продукту.

Суттєвою мірою ефективна робота бухгалтерії залежить від належного підбору та розстановки кадрів. В основу підбору кадрів повинні покладатись: їх ділова активність; професійна компетентність; відношення до дорученої справи; вміння працювати командою. Професіоналізм, швидкість і якість роботи (прийняття рішень) являють собою основну проблему ефективної роботи бухгалтерської служби підприємства.

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» компетентність – динамічна комбінація знань, вмінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої

освіти. Кваліфікація – офіційний результат оцінювання і визнання, який отримано, коли уповноважена установа встановила, що особа досягла компетентностей (результатів навчання) відповідно до стандартів вищої освіти, що засвідчується відповідним документом про вищу освіту.

Фахівці з обліку та оподаткування повинні мати спеціальні (фахові) компетенції. Організаційні здатності. Компетентності з організації бухгалтерського обліку, аналізу, зовнішнього і внутрішнього аудиту, контролю економічних, технічних, технологічних, бухгалтерських і ревізійно-аудиторських служб підприємства, організацій, установ.

Аналітичні фахові здатності з інформаційного забезпечення аналізу, оцінки діяльності суб'єктів господарювання, методики і техніки аналізу і обґрунтування управлінських рішень. Компетентності системного фінансового, стратегічного та економетричного аналізу, співставлення результатів, діагностування тенденцій та вміння формування висновків про характер розвитку економічних процесів; об'єктивного визначення рівня впливу середовища на діяльність суб'єкта економіки та розроблення стратегічних програм підвищення конкурентоспроможності, адаптації і розвитку.

Здатності планувати, прогнозувати, моделювати, здійснювати облік, формувати та інтерпретувати інформацію звітності. Компетентності стратегічного моделювання трансформаційних перетворень, наведення дієвих і обґрунтованих прогнозних припущень, модифікацій та достовірного виявлення майбутніх потреб у системі економічних відносин. Здатність проводити самостійні дослідження на основі використаних методів економіко-математичного моделювання. Здатність вести облік і формувати та інтерпретувати звітність, моделювати облікові системи в управління, при здійсненні обліку зовнішньоекономічної діяльності, здатності використовувати основні принципи обліку і звітності за міжнародними стандартами, Здатність використовувати моделювання при вирішенні обліково-аналітичних та контрольних завдань.

Здатності контролювати. Компетентності управлінського контролю та аудиту, забезпечення досягнення цілей, співвіднесення їх з очікуваними результатами, спостереження за керованими об'єктами, розроблення заходів із удосконалення економічних процесів та забезпечення економічної безпеки. Здатність ухвалювати і контролювати управлінські рішення, готовність нести за них відповідальність.

Менеджерські здатності. Компетентності ефективного проектування, впровадження та реалізації заходів реформування системи економічних відносин; розроблення та реалізації програм активізації облікової, аналітичної та контрольної діяльності суб'єктів господарювання; обґрунтування управлінських рішень щодо розвитку підприємства та його потенціалу. Здатність керувати бухгалтерськими, аналітичними, контрольними та аудиторськими службами і підрозділами на підприємствах.

Отже, серед компетенції, вмінь та навичок фахівців з обліку та оподаткування слід визначити спеціальні (фахові) компетенції: організаційні здатності; аналітичні фахові здатності з інформаційного забезпечення аналізу,

оцінки діяльності суб'єктів господарювання, методики і техніки аналізу і обґрунтування управлінських рішень; здатності планувати, прогнозувати, моделювати, здійснювати облік, формувати та інтерпретувати інформацію звітності; здатності контролювати; менеджерські здатності.

Список використаних джерел:

1. Про вищу освіту : закон України [Електронний ресурс]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>; 2. Вступ до спеціальності : навч. посіб. / Бачинський В. І., Полянська О. А., Чабанюк О. М. – К. : Алерта, 2017. – 156 с.

**Шаповал О.А., канд. пед. наук, доцент,
Національна академія Національної гвардії України, Україна**

Кадрове забезпечення як ефективна складова організації діяльності підприємства

Ринковий шлях господарювання в сучасних економічних умовах вимагає від підприємств швидкої адаптації до мінливого середовища, а це, в свою чергу, потребує кваліфікованого та професійного кадрового забезпечення. Саме від якості персоналу залежить здатність підприємства підтримувати конкурентоздатність та ефективність функціонування. [1]

Взагалі кадрове забезпечення – це комплекс дій, які спрямовані на забезпечення підприємств та організацій необхідною кількістю працівників, які відповідають певним вимогам, інформацією про них, а також впровадження науково-обґрунтованих методів добору, розстановки, професійного навчання, підготовки та перепідготовки кадрів, стимулювання їхньої роботи, правового регулювання трудової діяльності та надання правового захисту працевлаштованим. Отже, основні завдання, що виконує кадрове забезпечення на підприємстві – це: по-перше, комплектування кваліфікованим персоналом; по-друге, навчання, перепідготовка, підвищення кваліфікації робітників; по-третє, впровадження сучасних форм та методів роботи з кадровим складом; по-четверте, моніторинг ринку праці та дотримання кадрового законодавства; по-п'яте, створення кадрового резерву на підприємстві; по-шосте, допомога працівникам у вирішенні соціальних питань; по-сьоме, сприяння кар'єрному зростанню персоналу. [2]

Контроль місцевих бюджетів в органах місцевого самоврядування виконує декілька завдань: по-перше, це виявлення відхилень від запланованих управлінських рішень; по-друге, це аналіз стану справ та перспективне запобігання негативних впливів на бюджетний процес на місцевому рівні; по-третє, це виявлення резервів збільшення дохідної бази бюджету; по-четверте, моніторинг механізму міжбюджетних відносин.

Тобто проблема налагодження ефективної системи кадрового забезпечення підприємств є актуальною та має багато способів вирішення. Перед усім це залежить від забезпечення прийняття правильних управлінських рішень та їх виконання. Отже, основними складовими кадрового забезпечення є такі, як

інтелектуальна, кваліфікаційна, професійна, кадрова, технологічна та організаційна.

До складу організаційної частини кадрового забезпечення підприємства відносять високий рівень організації та культури праці, а саме чіткість, ритмічність, погодженість трудових зусиль та високого ступеня задоволеності робітників своєю працею. Організаційна складова кадрового забезпечення в багатьох факторах визначає ефективність функціонування трудового колективу як системи загалом та кожного працівника зокрема, що пов'язано з ефективним використанням кадрового потенціалу та здатністю підприємства витримувати виклики сучасних умов ведення бізнес-процесів. [3]

Список використаних джерел:

1. Бардадим О. Концепція стимулювання креативності персоналу підприємства на основі аналізу його компетенцій. *Економіка та держава*. 2010. Вип. 9. С. 70–73; 2. Шаповал О. А., Котенок С.Б. Теоретико-методичні засади управління кадровим забезпеченням підприємства. *"Держава та регіони. Науково-виробничий журнал. Серія: Економіка та підприємництво"*, 2019. № 4 (109). С.134-137; 3. Шаповал, О. А. Концепція управління персоналом підприємства в системі кадрового менеджменту. *"Науковий вісник Ужгородського Національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство"*, 2020. Вип.31. С.141-145.

Шелудько Л.В. канд. екон. наук, доцент
Крайня Л.О. здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Економічні та соціальні наслідки безробіття

Соціально-економічні наслідки безробіття, поряд з бідністю та соціальною нестабільністю, вважаються однією з найсерйозніших глобальних і національних проблем.

У Законі України «Про зайнятість населення» поняття безробіття сформульовано як соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування [1].

Дійсно, під час перехідного періоду єдиний спосіб заохотити працевлаштування більшої кількості людей з метою більш раціональної структури зайнятості – це вивести їх із неефективних галузей. У той же час запровадження драконівських заходів, схоже, призведе до масових корпоративних банкрутств і хвилі безробіття, що неодмінно спровокує соціальний вибух.

Дуже часто оцінюється лише економічний вплив безробіття у вигляді кількості звільнених працівників і розміру виплачених допомог без фактичної оцінки нерозрізнених і сукупних соціальних наслідків. Проте ступінь негативного впливу безробіття на національну ситуацію залежить від

конкретних параметрів соціальної ситуації. Хочу підкреслити, що існує не тільки можливість оцінити соціальні збитки чи непрямі втрати в економіці (через скорочення тривалості робочого часу, інтенсивності праці та продуктивності), а й прямі витрати, пов'язані зі збільшенням державних витрат на подолання негативних соціальних процесів.

Ці дослідження, безперечно, представляють інтерес для України, оскільки дозволяють чіткіше окреслити межі проблеми та, відповідно до особливостей сучасного соціально-економічного та політичного розвитку країни, шляхи виходу з кризової ситуації. Оскільки певні особливості ситуації в українській економічній та соціальній сфері унеможливають механічне перенесення та відтворення методик, що використовуються за кордоном, необхідне певне логічне переосмислення запропонованої методики дослідження, а також використання скоригованої методики дослідження.

Небезпеку для суспільства становить не безробіття як таке, а відсутність механізмів регулювання та надійного захисту безробітних.

Загроза безробіття в Україні пов'язана не з кризою виробництва, ємності ринку в західному світі, а з кризою сучасного недовиробництва, неузгодженості процесу емансипації, перерозподілу та зайнятості, тобто глибокі деформації, які відбулися в попередній економічній системі та в наступній економічній політиці.

Західні економічні школи притримуються різних поглядів на причини і сутність безробіття. Таким чином, класичний аналіз не розглядає безробіття як серйозну економічну проблему, оскільки вважає за причину зависокі заробітні плати, а в умовах вільного ринку такий стан не може зберігатися довго. Ефективним заходом щодо боротьби з безробіттям вважається саме зниження заробітної плати до рівня економічної рівноваги.

Безробіття характеризується двома основними показниками: рівнем і тривалістю. Передусім негативні наслідки безробіття в країнах перехідної ринкової економіки. Пояснюється це тим, що система матеріального забезпечення тут знаходиться в стані становлення, а тому недостатньо ефективна; відсутність фінансових ресурсів не дає змоги підтримувати допомогу по безробіттю на більш-менш прийнятному рівні.

Загалом безробіття, як економічне та соціальне явище ринкової економіки, є проявом відносного перенаселення, появи відносно зайвих людей. Однак це не абсолютне перенаселення, а лише відносна потреба в робочій силі для рентабельного ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зайнятість населення» від 01.01. 2018 р., підстава 2148-19. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.



СЕКЦІЯ 9

СОЦІАЛЬНІ, ЕКОЛОГІЧНІ ТА ЗЕМЕЛЬНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ЗАГРОЗИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ

Антощенко В.В. д-р екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна
Глянь Т.І. заступник генерального директора ПСП імені Фрунзе

Збалансований стійкий розвиток України в глобальному аспекті

Тривалий глобальний розвиток економіки, орієнтований лише на максимізацію прибутку і мінімізацію витрат і не має інших фундаментальних основ, призвело до серйозної деградації природного, соціального і навіть духовного середовища. Екологічні проблеми, глобальна зміна клімату, соціальна та гендерна нерівність – лише частина системних криз та глобальних викликів, із загостренням яких зіткнулися країни, корпорації та люди наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття. Це зіткнення призвело до перегляду глобального погляду світ і усвідомлення важливості стійкого розвитку. Цілі у сфері збалансованого стійкого розвитку є своєрідним заклик до дії у всіх країнах, незважаючи на рівень розвитку. Він націлений на покращення добробуту та захист нашої планети. Держави визнають, що заходи щодо ліквідації бідності повинні вживатися одночасно з зусиллями щодо нарощування економічного зростання та вирішення цілої низки питань у галузі освіти, охорони здоров'я, соціального захисту та працевлаштування, а також боротьби зі зміною клімату та захисту навколишнього середовища.

Думки про обмеженість природних ресурсів та необхідність стримувати безконтрольне зростання споживання вперше були висловлені ще давньогрецькими філософами. Але зазвичай поняття збалансованого розвитку пов'язують із англійським священиком та економістом Томасом Робертом Мальтусом. На початку ХVІІІ століття Мальтус висловив гіпотезу про те, що зростання населення відбувається в геометричній прогресії, а зростання виробництва продуктів харчування та ресурсів — в арифметичній і це в довгостроковому періоді призводить до лих: голоду, війн і навіть революцій. Особливо бурхливий сплеск ідей про обмеженість природних ресурсів та важливість усвідомленого виробництва та споживання стався через 170 років після публікації перших робіт Мальтуса. У 1972 році міжнародна громадська організація «Римський клуб» випустила першу доповідь – знамениті «Межі зростання» (The Limits to Growth) – результати математичного моделювання вичерпання природних ресурсів внаслідок зростання населення. Модель містила 12 сценаріїв, п'ять з яких описували катастрофічне зниження населення до 1-3 млрд осіб через надмірне зростання споживання, а сім сценаріїв були сприятливішими і спиралися на підвищення екологічної, демографічної та соціальної усвідомленості людства [1].

Поточне розуміння «сталого», «стійкого» розвитку затвердили в 1983 році, коли ООН скликала Всесвітню комісію з навколишнього середовища та розвитку, названу пізніше комісією Брундтланда (за прізвищем головуючого). Затверджений комісією термін «стійкий розвиток» (sustainable development) та його пояснення через зв'язок поколінь широко використовується до сьогодні, хоча, до речі, досить суперечливе у перекладі українською мовою. Проблеми з

відображенням в українській мові назви однієї з основних концепцій ООН визначають проблеми з її розумінням, часто перетворюючи не тільки назви, а і тексти, присвячені цій темі, на абсурдну мішанину зі слів, що суперечать одне одному. Щоб переконатися, що вираз «сталий розвиток» не має до «sustainable development» ніякого стосунку, варто просто зробити його зворотній переклад на англійську. Отримуємо «stable development», де «stable» означає «міцний, незмінний, стійкий». Виходить, що українською ми говоримо про «міцний, незмінний, стійкий розвиток». Стійкість – здатність довго зберігати і виявляти свої властивості, не піддаватися руйнуванню, псуванню, витримувати зовнішній вплив, протидіяти чомусь. А слово «сталий» означає той, що не змінюється, зберігає той самий склад, розмір, однакову форму, величину і т. ін.; незмінний, постійний. Абсурдність виразу показує коріння прикметника «stable» – стабільний. Якщо ж звернутися до латинського «stabilis» – нерухомий, стоячий, то виходить «стоячий розвиток».

«Сталий розвиток» – не єдиний варіант перекладу «sustainable development» на українську [2]. Існує ще «збалансований розвиток». Це словосполучення використане в «Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку» [3, с.20]. Стійкий розвиток (англ. sustainable development), також гармонійний розвиток, збалансований розвиток – процес економічних і соціальних змін, при якому природні ресурси, напрям інвестицій, орієнтація науково-технічного розвитку, розвиток особистості та інституційні зміни узгоджені один з одним і зміцнюють нинішній та майбутній потенціал для задоволення людських потреб та устремлінь. Що стосується слова «баланс», то воно означає «рівновага, урівноваження» та походить від французького «balance – ваги». В свою чергу «balance» походить від латинського «bilanx» — такий, що має дві вагові чаші. Тож, що мається на увазі під «урівноваженим розвитком», яким чином він взагалі можливий, та який має стосунок до «сталого розвитку», залишається тільки здогадуватись. Стійкий розвиток – комплекс заходів, націлених на задоволення поточних потреб людини за збереження довкілля та ресурсів, тобто без шкоди можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Стійкий розвиток можливий при рівновазі трьох основних складових: економічне зростання, соціальна відповідальність та екологічний баланс. Згідно з програмним документом ООН «Порядок денний у галузі сталого розвитку» від 2015 року, виділяється 17 цілей сталого розвитку. Не всі їх однаково актуальні для різних частин світу, проте їх досягнення в цілому дозволить підвищити якість життя нинішніх і майбутніх поколінь [1].

Різні автори вже не раз наголошували на неточності українського перекладу зарубіжного виразу (англ. sustainable development, фр. développement durable, нім. nachhaltige Entwicklung). У європейських мовах переклад таких слів дається так: англ. sustainable – стійкий, життєздатний; екологічно раціональний, що забезпечує облік майбутніх потреб; development – розвиток, зростання, вдосконалення, еволюція, виклад, розкриття, результат, підприємство, оброблена ділянка землі, розробка, виробництво; фр. développement – розвиток; durable – міцний, довготривалий, тривалий, тривалого користування, довговічний, надійний. В трактуванні з німецької «nachhaltige» – стійкий;

«entwicklung» – розвиток, прояв, розробка, створення, конструкція, розгортання, зміна, конструювання, модернізація, проект, проектування. У цьому контексті цей переклад повинен мати вужчий зміст. Це – розвиток, що «триває» («самодостатній»), але й такий, що не суперечить подальшому існуванню людства та розвитку його в колишньому напрямку.

На думку багатьох експертів, є деяка суперечливість, алогічність україномовного варіанту перекладу терміна sustainable development. «Сталий» передбачає рівновагу, а «розвиток» можливий лише за умови постійного виходу системи з рівноважного стану. Стійкий розвиток моделі використання ресурсів, яка спрямована на задоволення потреб людини при збереженні навколишнього середовища, з тим, що ці потреби можуть бути задоволені не тільки для сьогодення, але й для майбутніх поколінь [3, с.78; 4, с.95].

Незважаючи на різні підходи і розуміння «сталого» та «стійкого» розвитку, варто зауважити, що цілі розвитку безпосередньо пов'язані з миром і стабільністю. Взаємозв'язок між миром, з одного боку, та продовольчою безпекою, з іншого є одним із факторів, що зумовлюють на сучасному етапі абсолютну необхідність збалансованого стійкого розвитку у глобальному масштабі. Стійкий збалансований розвиток – такий розвиток суспільства, у якому поліпшуються умови життя, а вплив на довкілля залишається у межах господарської ємності біосфери, отже не руйнується природна основа функціонування людства. При стійкому збалансованому розвитку задоволення потреб здійснюється без шкоди майбутніх поколінь, а концепція розвитку сприймається як передумова довгострокового прогресу людства, супроводжуваного примноженням капіталу та поліпшенням екологічних умов. Варто зауважити, що для України збалансований розвиток має обов'язково супроводжуватися відходом від «боргозалежної економічної моделі», орієнтованої на споживання.

Список використаних джерел:

1. Sustainable Development Goals Report. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/progress-report/> (дата звернення: 21.09.2022);
2. Указ Президента України від 30.09.2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>. (дата звернення: 25.09.2022);
3. УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. — Львів: Кальварія, 2017. 164 с.;
4. Батюк Л.А., Антощенкова В.В. Інноваційно-технологічні чинники глобального економічного розвитку. Науковий економічний журнал «Інтелект XXI», №1, Національний університет харчових технологій, ГО «Інститут проблем конкуренції», Видавничий дім «Гельветика», Київ, 2019. С.76-80.;
5. Антощенкова В.В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ, 2019. Вип. 200. С. 84-95с.

Бабан Т.О. канд. екон. наук, доцент
Бондарєв Р.Р. здобувач вищої освіти ступеня магістр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Ризики для забезпечення життєстійкості сільськогосподарських товаровиробників

Світове сільськогосподарське виробництво надзвичайно зросло за останні десятиліття, потроївшись між 1970 і 2016 роками. Хоча наразі воно становить лише близько 3,9% світового ВВП, сільське господарство є основою економіки багатьох країн, що розвиваються. У країнах з низьким рівнем доходу галузь становить близько 25% ВВП порівняно з лише 1% ВВП у ЄС. У країнах з низьким рівнем доходу зайнятість у сільському господарстві складає від 17% у середньому на Близькому Сході та в Північній Африці до 55% у середньому в Африці на південь від Сахари [2]. В Україні цей показник складає 17% [3].

Очікується, що протягом наступного десятиліття глобальне аграрне виробництво зросте на 20% завдяки більш ефективним методам ведення діяльності. Для підвищення ефективності товаровиробників потрібні не лише управлінські дії з їхнього боку, але і з боку урядів країн. Одним із способів для політиків підтримати фермерів у їхній бізнес-діяльності є прийняття нормативних актів, які сприятимуть ефективному доступу до ресурсів (насіння, добрива, корми для тварин, ветеринарні лікарські засоби, вода). Використання неякісних ресурсів, недостатнє фінансове забезпечення несуть в собі значні ризики для підтримки життєстійкості сільськогосподарських товаровиробників, особливо середніх та малих.

Якісне насіння є важливою сировиною для фермерів. Несертифіковане насіння становить порівняно велику частку насіння, яке використовується фермерами в усьому світі, і часто надходить через неофіційні канали. У той час як фермерські неформальні системи насіння є життєво важливими для підтримки біорізноманіття та стійкості до кліматичних потрясінь, несертифіковане насіння може мати різну якість. Для тих фермерів, які вирішили продавати продукцію на місцевому, регіональному чи міжнародному ринках наявність зареєстрованих сортів і якість сертифікованого насіння мають першочергове значення, адже впливають на формування ціни на продукцію.

Для підвищення врожайності сільськогосподарські товаровиробники використовують добрива. Правильне використання добрив може принести вищі врожаї, але використання фальсифікованих добрив, які поширені в багатьох країнах світу, шкодить урожайності та, відповідно, ефективності виробників. Крім того, деякі добрива можуть бути погано адаптовані до місцевих культур. Подібно до насіння, наслідки використання неякісних добрив можуть не стати повністю очевидними, доки фермерам не вдасться вжити заходів протягом вегетаційного періоду. Випробування добрив, реєстрація та вимоги до маркування гарантують, що добрива високої якості будуть доступні для фермерів. Однак без добре керованої системи реєстрації добрив зареєстровані добрива можуть бути недоступними для фермерів.

Фермерам також потрібен доступ до води, і на це впливає місцеве регулювання. Коли фермери відчувають високі ризики через недостатню кількість води, вони повинні приймати стратегічні рішення. Варіантами можуть бути вирощування сільськогосподарських культур або тварин, які потребують менше води, інвестування в зберігання дощової води на фермах, щоб мати можливість пережити посушливі періоди, або відкачування ґрунтових вод чи черпання води з сусідніх водойм. Кожен із цих варіантів несе в собі свої ризики. Розвиток іригації під керівництвом фермерів, якщо масштаб є достатньо великим, може вимагати дотримання правил дозволу на водокористування. Якщо фермер інвестує в іригацію, а місцеве джерело води стає забрудненим або виснаженим, варіантів може бути небагато. Занадто мало води означає зниження урожаю, зниження росту сільськогосподарських тварин і зниження доходів.

Для розширення посівних площ фермерам окрім землі може знадобитись додаткова техніка для посадки, догляду та збирання врожаю. Але реєстрація сільськогосподарських машин може бути складною. Більшість країн вимагають офіційної реєстрації сільськогосподарських тракторів перед їх використанням. Хоча реєстрація є важливою метою для забезпечення базового рівня безпеки, дорогі або трудомісткі процеси реєстрації роблять фермерів менш рентабельними для інвестування в сільськогосподарську техніку.

При вирощуванні худоби здоров'я кожної тварини має величезне значення та вимагає багатьох вкладень. В годівлі фермери покладаються на фуражування та випас. Якщо цих ресурсів недостатньо для підтримки та вирощування худоби, особливо в посушливі періоди, вони звертаються до промислових кормів для тварин, щоб гарантувати їм якісне харчування. Окрім неякісного годування тварин, за оцінками фахівців, хвороби скорочують виробництво худоби на 20% у всьому світі та коштують фермерам близько 300 мільярдів доларів США щороку [2]. Регулювання виробництва та обігу кормів для тварин і ветеринарних лікарських засобів відіграє важливу роль у забезпеченні безпечних високоякісних сировинних ресурсів для галузі тваринництва.

Шкідники та хвороби становлять велику небезпеку для врожаю. Спалахи хвороб можуть швидко поширюватися та призводити до значних втрат врожаю. Це ставить під загрозу здатність отримувати якісні врожаї, виконувати контракти на виробництво або відповідати ринковим стандартам. За даними досліджень, хвороби знищують близько 10% світового врожаю. Фермери повинні покладатися на суворе фітосанітарне законодавство, яке дозволяє швидко ідентифікувати шкідників, повідомляти про них і вводити карантин.

Дрібні агровиробники мають обмежений доступ до значної частини фінансових ресурсів, у тому числі й традиційного банківського кредитування. Висока вартість кредитних ресурсів, відсутність застави є основною перешкодою для фермерів отримати доступ до кредитів для інвестування у виробництво. У країнах, що розвиваються, земля є найпоширенішою формою застави, яка використовується для забезпечення фінансування.

Аналіз позицій України у рейтингу *Enabling the business of agriculture* (Можливості ведення агробізнесу), який відображає порівняльні умови ведення бізнесу в аграрній сфері, показав покращення ситуації щодо умов технічного

забезпечення товаровиробників, фінансових питань, регулювання ринку сільськогосподарської продукції, забезпечення водою у 2019 році порівняно з 2017 роком, але водночас дещо погіршилась ситуація з доступом до якісних добрив та насіння (рис. 1, 2) [1, 2].

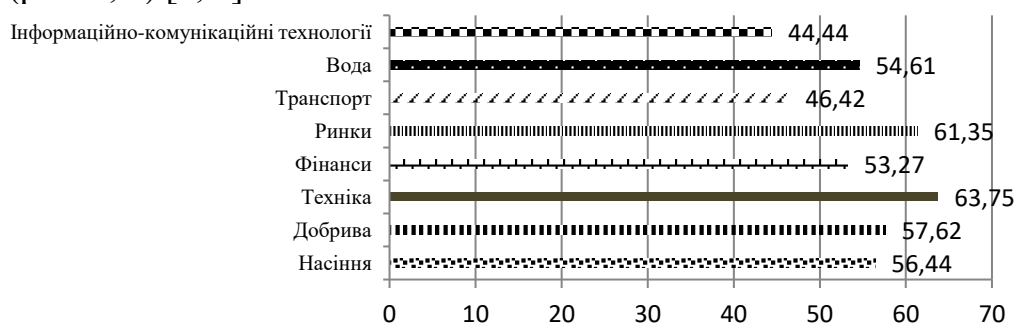


Рис. 1. Позиції України у рейтингу «Enabling the business of agriculture» у 2017 р.

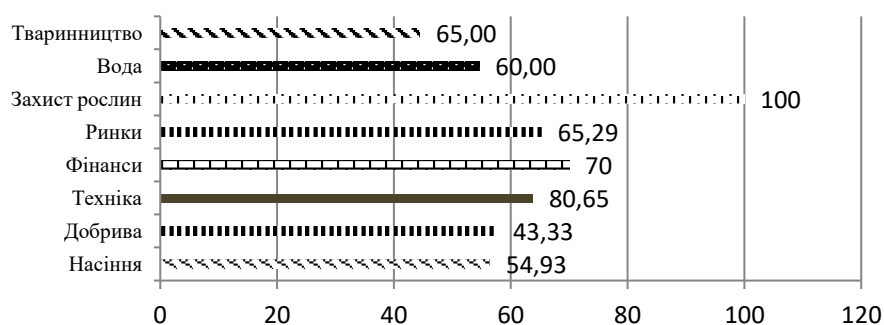


Рис. 2. Позиції України у рейтингу «Enabling the business of agriculture» у 2019р.

Одним з варіантів зниження зазначених ризиків, підвищення життєстійкості малих та середніх товаровиробників є створення та укріплення об'єднань виробників та кооперативів. Це дозволить їм покращити свої засоби до існування за рахунок об'єднання ресурсів та нарощування масштабів виробництва, забезпечення доступу до виробничих та фінансових ресурсів, посилити позиції на ринку. Купуючи необхідні ресурси та продаючи продукцію як єдина група, малі товаровиробники захищають себе від можливих ринкових коливань та отримують більш якісні ресурси та більш високі ціни на продукцію.

Список використаних джерел:

1. Enabling the business of agriculture 2017. URL.: <http://www.worldbank.org>;
2. Enabling the business of agriculture 2019. URL.: <http://www.worldbank.org>;
3. Сільське господарство України 2020. Статистичний збірник. URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua>;
4. ФАО. 2021. Положение дел в области продовольствия и сельского хозяйства – 2021. Повышение жизнестойкости агропродовольственных систем в условиях потрясений и стрессов. Рим, ФАО. URL.: <https://doi.org/10.4060/cb4476ru>

Барвінок Н. В. викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Україна

**Тенденції розвитку туристичної індустрії під впливом глобальних
безпекових факторів**

Під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів туризм набув швидких темпів зростання і став одним із важливих чинників, що сприяє зростанню конкурентоспроможності країн на світових ринках. Проте, на фоні збільшення туристичних потоків у світі, збільшується і кількість внутрішніх та зовнішніх загроз безпеці туристів, які стають все більш руйнівними і менш передбачуваними. Небезпеки природного та техногенного характеру, включаючи надзвичайні екологічні ситуації, епідемії та пандемії, а також небезпеки пов'язані з геополітичною нестабільністю, безперервно супроводжують туристів під час їх подорожей.

Динаміка розвитку туризму прямо та опосередковано залежить від глобальних факторів впливу, а обсяг туристичних потоків пов'язаний із рядом глобальних безпекових факторів, що можуть загрожувати туристичній діяльності та розвитку туристичної індустрії в країні. До основних глобальних безпекових факторів впливу, які можуть негативно позначитись на розвитку туристичної індустрії варто віднести:

- геополітичну нестабільність у країнах (політичні перевороти, терористичні атаки, воєнні конфлікти);
- виникнення епідемій та пандемій у країнах;
- негативні природно-екологічні ситуації в країнах;
- негативний загальноекономічний стан у країнах.

Глобальні безпекові фактори можуть нести загрозу як самим туристам під час подорожей, що в подальшому буде впливати на зменшення туристичних потоків у такі країни, так і туристичним підприємствам, які будуть страждати, по-перше, від загрози небезпеки, по-друге, від зменшення кількості туристів.

Однією з важливих категорій геополітики є національна безпека держави, як системна якість сукупності властивостей системи «особистість-суспільство-держава-природа», яка характеризує здатність цієї системи до самозбереження та стійкого розвитку. Історично національна безпека ототожнюється з воєнною безпекою, захищеністю від збройного нападу ззовні. Військовий компонент зберігає свою значущість і нині. Разом з тим загострення глобальних проблем сучасності додає поняттю «національна безпека» принципово нові виміри – інформаційний, екологічний, демографічний, енергетичний, продовольчий та ін [5].

Тому вплив геополітичної нестабільності, як безпекового фактора, на туристичну індустрію в першу чергу проявляються через національну безпеку, тобто через вплив політичної нестабільності в середині країн, вплив частоти

терористичних атак на території країни, вплив політичних відносин між країнами та воєнної агресії з боку інших держав.

Динаміка розвитку туризму справедливо пов'язується з глобальною геополітичною нестабільністю та тенденціями розвитку світового геопростору, які надзвичайно потужно впливають на туризм [Webster C., Ivanov S. Tourism as a force for political stability. *International Handbook on Tourism*. Austria, 2014. P. 167-180]. Нинішній глобальний геополітичний клімат підвищує ризики для усіх учасників туристичного ринку. Серед основних геополітичних чинників, що безпосередньо впливають на динаміку і розподіл туристичних потоків варто назвати наступні: політичні перевороти, терористичні атаки та воєнні конфлікти.

Ще одним важливим глобальним безпековим фактором, що впливає на розвиток туристичної індустрії є виникнення епідемій та пандемій у країнах проживання та відпочинку туристів. Так як сфера туризму, на відміну від інших видів економічної діяльності із соціальним впливом, базується на взаємодії між людьми, то поширення епідемій та пандемій між людьми несе надзвичайний ризик для цієї сфери. Яскравим прикладом цьому став спалах COVID-19, що вплинув на економічну ситуацію на ринку.

Так, за даними UNWTO сфера туризму зазнала збитків глобального масштабу внаслідок запровадження заходів щодо подолання пандемії коронавірусу та невизначеності подальшого розвитку ситуації: 96 % туристичних дестинацій у всьому світі зазнали обмежень [1]. Круїзні компанії по всьому світу почали скасовувати рейси на 2021 рік через пандемію коронавірусу. Найбільший лоукостер Європи Ryanair з вересня 2020 року скоротив кількість рейсів на 20% через падіння попиту [4].

Негативні природно-екологічні ситуації в країнах відпочинку туристів також впливають на розвиток туристичної індустрії. До природно-екологічної ситуації включаються природні катастрофи та екологічна ситуація в країнах відпочинку туристів, від рівня яких великою мірою залежить кількість туристів, які відвідують країну.

Природні катастрофи (землетруси, виверження вулканів, повені, іноді снігові замети, посухи, селеві потоки, зсуви, лавини, пожежі, особливо масові лісові і торф'яні) й інші стихійні лиха, які стаються найчастіше зненацька, становлять реальну загрозу для життя, здоров'я і майна туристів. Нерідко державні органи попереджають своїх громадян і турфірми про настання природних катастроф і небезпеку відвідування деяких районів чи країн. У разі виникнення надзвичайних ситуацій спеціальні національні й міжнародні служби швидкого реагування вживають екстрених заходів з вивезення туристів із небезпечних районів і районів катастроф [3].

Загальноекономічний стан країни є ще одним глобальним безпековим фактором розвитку туризму, адже економічний розвиток країни прямо впливає на розвиток абсолютно всіх галузей країни, в тому числі і туристичної галузі.

Враховуючи залежність від загальноекономічного стану країни різних видів безпеки туризму, таких як соціальна безпека туризму (культурна, демографічна, кримінальна), фінансова безпека туризму (ринкова, валютна), інформаційна безпека туризму (безпека персональних даних, інформаційного

середовища), медична безпека туризму (безпека здоров'я туристів та безпека медичних послуг), безпека туристичного обслуговування (транспортних послуг, послуг харчування, послуг проживання та рекреаційних занять), безпека туристичних споруд та обладнання (технологічна та інженерна), а також види безпеки, що належать до інших глобальних безпекових факторів – геополітична безпека та екологічна безпека [2].

Зазвичай в країнах з низьким рівнем розвитку економіки є підвищена криміногенна ситуація і злочинність, поширення наркотиків, вандалізм та інші форми насильства, що підвищує небезпеку під час відвідування туристами таких країн, адже найчастіше саме туристи стають жертвами шахраїв, грабіжників, хуліганів, терористів.

Звичайно, не завжди можливо передбачити, який з популярних туристичних центрів раптово може стати небезпечним для туризму (геополітична нестабільність, екологічні та природні катастрофи, епідемії та пандемії тощо), проте, завданням туристичних фірм є надання максимум зусиль для забезпечення збереження життя, здоров'я та майна їх клієнтів (туристів).

Безпека туристичних подорожей завжди була однією з найважливіших умов їх організації та здійснення. У періоди підвищеної небезпеки інтенсивність поїздок має тенденцію до різкого зниження, і навпаки, - безпечні умови для мандрівок стимулюють їх розвиток. І нині питання безпеки подорожей знаходяться в центрі уваги учасників міжнародного туристичного співробітництва.

Список використаних джерел:

1. UNWTO: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 28.10.2022);
2. Голод А. П. Безпека туризму як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Інноваційна економіка*. 2014. №53. С. 190-194;
3. Голод А. П. Екологічна безпека туризму в регіоні: суть та шляхи забезпечення. *Науковий вісник НЛТУ України*. Львів: РВВ НЛТУ України, 2012. Вип.22.3. С.84-88;
4. Двудіт З. П., Омелянчук А. Б. Економічні наслідки впливу епідемії Covid-19 на сферу туризму. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8393> (дата звернення: 28.10.2022);
5. Кудряченко А. І. Геополітика: Підручник. Київ: МАУП, 2004. 296 с.

Богданович О.А., канд. екон. наук

**Бондаренко О.О., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Соціальний аспект глобалізації

Соціальний вимір глобалізації – це такий вимір, який люди відчують у своєму повсякденному житті і діяльності, це сфери здоров'я, освіти, матеріального благополуччя, свободи пересування людей, стан навколишнього середовища.

Всесвітня комісія МОП з соціального виміру глобалізації у 2004 році оприлюднила доповідь «Справедлива глобалізація: створення можливостей для всіх», в якій заявила про необхідність поваги до прав людини в процесі глобалізації. Комісія визначила головні заходи, яких необхідно дотримуватися для досягнення цієї мети: людський фактор – головний акцент на людях, повага їх прав, гідна робота, гендерна рівність; демократична і ефективна держава – забезпечення соціальних та економічних можливостей, інтеграція у світову економіку; сталий розвиток – гармонійний розвиток (економіки, соціології та екології) на всіх рівнях: місцевому, національному, регіональному, глобальному; продуктивні і з досконалою конкуренцією ринки – нормальні, справедливі умови для розвитку підприємництва; чесні правила – рівні можливості для всіх країн; глобалізація із солідарністю – подолання нерівності всередині країни і між країнами, ліквідація бідності; підзвітність перед людьми – всі суб'єкти, державні і приватні, несуть відповідальність за свої дії; партнерські відносини – міжнародні організації, уряди, парламенти, профспілки; ефективна Організація Об'єднаних Націй – ефективна демократична, законна система глобалізації [1].

Соціальний аспект було визначено як одна із складових сталого розвитку, адже соціальна справедливість є його основою. Розроблено систему показників, які дають змогу зробити порівняльний аналіз рівня життя країн і регіонів. Інтегральний показник індексу розвитку людського потенціалу використовують на глобальному рівні для оцінки якості життя населення – це всезагально прийнятий показник в міжнародній практиці, він розраховується щорічно. В світовому вимірі прийняті три основні показники, за якими відбувається оцінка індексу розвитку людського потенціалу: валовий внутрішній продукт на душу населення, рівень грамотності і тривалість життя. На національному рівні ці показники мають розширену форму: ВВП на душу населення; загальний рівень безробіття; рівень бідності; забезпечення житлом; рівень доходів, освіти; здоров'я населення; стан екології; середня тривалість життя, розміри державних соціальних допомог, рівень середньомісячної заробітної плати [2].

В глобальних масштабах даний показник дає змогу порівняти позиції всіх країн для того, щоб спільно вирішувати такі питання глобалізації як: покращення добробуту населення, гендерної рівності, демократії, екології, торгівлі, свободи. У 2021 році Україна посіла 74 місце (за рік піднялася на 14 позицій) у рейтингу з 189 країн за Індексом людського розвитку.

Список використаних джерел:

1. Глобалізація – The Council of Europe. 2022. URL : <https://www.coe.int/uk/web/compass/globalisation> (дата звернення 20.10.2022);
2. Герман Л.Т. Україна у соціальних вимірах глобального економічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. С. 70-75. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4271> (дата звернення 25.10.2022).

**Боровик П.М., к-т. екон. наук, доцент,
Кисельов Ю.О., д-р. географ. наук, професор,
Уманський національний університет садівництва, Україна**

Геоінформаційні системи і технології – інструменти сучасного ленд-менеджменту

З метою забезпечення виконання завдань сучасного менеджменту в сфері земельних відносин (ленд-менеджменту) в Україні потрібно активізувати застосування цифрових технологій та Інтернет-інструментарію, що спрощують сам процес управління земельними ресурсами.

Згідно з вимогами статті 36 Закону України «Про державний земельний кадастр», держава забезпечує доступ громадянам та юридичним особам до просторової та атрибутивної інформації, зібраної територіальними підрозділами Держгеокадастру України в процесі виконання робіт з державного земельного кадастру [1]. З метою виконання цього завдання держава надала всім користувачам земельнокадастрової інформації вільний доступ до публічної кадастрової карти України. Цей Інтернет-ресурс дозволяє отримати інформацію стосовно кадастрових номерів земельних ділянок, їх меж, площ, форми власності на зазначені природні ресурси, цільове призначення земельних угідь, обмеження та обтяження у використанні земель [2].

Не зважаючи на позитивні аспекти запровадження публічної кадастрової карти України, слід зазначити, що нині в нашій державі спостерігається зростання попиту на іншу геопросторову інформацію, недоступну на цій карті. Зріст потреби в інформації про земельні ресурси та їх використання зумовило формування в Україні так-званих геопорталів. Геопортали – це новітні інструменти, що забезпечують доступ до геопросторових даних та дозволяють в онлайн-режимі вирішувати поточні проблеми використання земельних ресурсів різних видів [3; 4].

До війни в Україні була створена значна кількість геопорталів. Насамперед, це портали окремих населених пунктів, територіальних громад та районів. Крім того, в цей час в нашій країні запрацювали також загальнодержавні геопортали «Ліси України» [5] та «Водні ресурси України» [6], на яких доступна широкому загалу інформація про земельні угіддя під зазначеними природними ресурсами, їх площі, та території сусідніх з ними землеволодінь і землекористувань.

Геопортали надають їх користувачам вільний доступ до містобудівної та землевпорядною документації та, завдяки цьому, дають можливість перспективним інвесторам вирішувати питання стосовно інвестування ресурсів у конкретні території, їх галузі та підприємства. Поряд з цим, розробка і запровадження геопорталів потребує капіталовкладень, які розробники зазначених інформаційних ресурсів пропонують здійснювати за рахунок потенційних користувачів таких порталів. Крім того, використання геопорталів у ленд-менеджменті потребує від їх користувачів спеціальних знань і навичок, які відсутні в переважній більшості сучасних менеджерів, що займаються

управлінням земельними ресурсами на місцях. Поряд з цим, зарубіжна практика використання геопорталів демонструє високу ефективність їх практичного застосування для вирішення проблем використання земельних ресурсів [3].

Зважаючи на викладене, вважаємо, що в Україні назріла потреба розробки загальнодержавного геоінформаційного ресурсу «Земельні ресурси України», який потрібно максимально наповнити просторовою і атрибутивною інформацією про земельні ресурси України, їх використання, сучасний стан та якісні характеристики. Варто зазначити, що такий геопортал дає вільний доступ державним органам та установам до максимального об'єму інформації про земельні ресурси і суттєво поліпшує сам процес сучасного ленд-менеджменту. Саме тому, фінансуватись його розробка та запровадження, а також процес внесення до цієї загальнодоступної геоінформаційної системи інформації щодо змін площі, права власності, якісних характеристик і властивостей земельних ресурсів повинні виключно за рахунок держави.

Крім того, для активізації впливу геоінформаційних технологій на процес прийняття рішень в сфері управління земельними ресурсами, на нашу думку, державі варто приділити більше уваги підготовці фахівців з геодезії, землекористування та геоінформатики.

Список використаних джерел:

1. Про державний земельний кадастр: Закон України від 7 липня 2011 року № 3613-VI. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3613-17#Text>. (дата звернення: 10.09.2022);
2. Публічна кадастрова карта України. Держгеокадастр України. URL: <https://zemlevporiyadnik.com.ua/publiczna-kadastrova-karta.html>. (дата звернення: 10.09.2022);
3. Кисельов Ю.О. Майбутнє за геоінформатикою! Кафедра геодезії, картографії і кадастру Уманського НУС. URL: <https://geodesy.udau.edu.ua/ua/novini/majbutne-za-geoinformatikoyu.html>. (дата звернення: 10.09.2022);
4. Непочатенко О.О., Колотуха С. М., Боровик П.М., Гузар Б.С. Земельні відносини та фінансові аспекти їх розвитку. Економіка АПК. 2017. № 6. С. 42-52;
5. Геопортал «Ліси України». Державне агентство лісових ресурсів України. URL: <https://forestry.org.ua>. (дата звернення: 10.09.2022);
6. Геопортал «Водні ресурси України». Державне агентство водних ресурсів України. URL: <https://www.davr.gov.ua/news/geoportals-vodni-resursi-ukraini->. (дата звернення: 10.09.2022).

**Горгуль О. В., депутат Вільхівської сільської ради,
здобувач вищої освіти ступеня магістр
Гуторова О. О., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Формування системи державного адміністрування ефективного використання сільськогосподарських земель України

Формування ефективного використання та охорони сільськогосподарських земель як нагально важлива природничо-наукова, соціально-економічна та екологічна проблема здійснюється на основі балансу між необхідним економічним зростанням та збереженням земельних ресурсів. Більшість сучасних проблем землекористування, використання земельно-ресурсного потенціалу, екологічної напруги тощо є наслідком недосконалого управління використанням та охороною земель. Тому проблема ефективного землекористування є актуальною і потребує свого вирішення [1].

У межах системи «суспільство–природа» доцільно виділити ті аспекти розгляду сутності ефективного використання землі, які тісно пов'язані між собою та утворюють діалектичну єдність під час його формування. Запропонована логічно-смілова модель сутності ефективного використання сільськогосподарських земель містить такі аспекти організації використання сільськогосподарських земель: природно-біологічний (пов'язаний з вивченням функціонування землі як компоненту природного комплексу), соціально-економічний (що відображає вплив соціальних процесів і політики держави, земельних відносин на використання землі як ресурсу), технологічний (пов'язаний з вивченням технічної дії на землю, технологій її використання, зв'язку ефективного використання з інноваціями в землекористуванні), земельпорядно-правовий (пов'язаний з визначенням ролі землеустрою та права в організації і здійсненні раціонального використання й охорони землі).

Під ефективним використанням сільськогосподарських земель слід розуміти складне соціально-економічне явище, пов'язане з її господарським використанням в найбільш ефективний для конкретних умов простору і часу спосіб, отриманням суспільством від землі потрібного економічного результату, із забезпеченням збалансованого економічного, екологічного, соціального ефектів. Відповідно, під сутністю формування ефективного використання сільськогосподарських земель розуміється регулювання всієї сукупності системи земельних відносин і землекористування шляхом цілеспрямованого впливу на них на основі свідомого використання діючих в ринкових умовах законів природи і суспільства. У зв'язку з цим запропоновано логічно-сміслову модель дерева цілей формування ефективного використання сільськогосподарських земель. Побудова дерева цілей за цільовим принципом, у тому числі і з детальнішою структуризацією проблеми ефективного використання сільськогосподарських земель дає змогу сформувати комплексну методичку формування та управління таким процесом.

Аналіз підходів до визначення ефективності використання землі дозволяє

виділити такі основні види ефективності: економічна, технологічна, соціальна та екологічна. Виділення останнього елементу є важливим тому, що ефективним з позицій екології можна вважати лише таке виробництво, за якого еколого-економічний ефект є позитивним. З огляду на вище викладене «економічна ефективність використання земель» – це складне соціально-економічне явище, пов'язане з отриманням суспільством від землі економічного результату у процесі її господарського використання під час забезпечення сталого розвитку сільських територій та відновлення родючості ґрунтів. Критеріями раціональності формування ефективного землекористування є висока економічна, технологічна, екологічна, еколого-економічна, соціально-економічна та соціально-екологічна його ефективність і, як наслідок, збереження довкілля і здоров'я людей, що проживають на відповідній території [2].

Трансформація земельних відносин та системи землекористування в Україні обумовлює необхідність чіткого та досконалого визначення рівня раціонального використання землі. Під раціональним використанням сільськогосподарських земель необхідно розуміти найкращий результат економічного, соціального та екологічного ефекту, отриманий від використання землі в господарській діяльності людини зі збереженням її природних властивостей, задоволенням потреб суспільства, територіальних громад та землекористувачів, тобто науково обґрунтований варіант їх цільового і функціонального використання, організований найбільш ефективним для конкретних умов простору і часу способом з урахуванням об'єктивно існуючих принципів зрівноваженої взаємодії суспільства і природи.

Логічно-сміслова модель формування раціонального використання сільськогосподарських земель містить такі складові: наукове обґрунтування господарсько-політичного вирішення проблеми раціонального використання сільськогосподарських земель на різних ієрархічних рівнях; визначення напрямів використання сільськогосподарських земель залежно від їх придатності та суспільних функцій; визначення відповідних напрямів видів організаційної діяльності; визначення функціональності використання земель; формування режиму землекористування використання земель; визначення складових ефективності використання сільськогосподарських земель.

Формування раціонального використання сільськогосподарських земель ґрунтується на таких положеннях. По-перше, механізм формування землеволодіння та землекористування, який був запроваджений за останні два десятиліття, не призвів до комплексного вирішення проблем як раціонального використання земель, так і розвитку сільських територій. По-друге, формування землекористування сільськогосподарських підприємств, необхідно закріпити на законодавчому рівні. В цьому випадку регуляторний процес повинен мати, в першу чергу, економічний характер.

Основними складовими, які формують ефективність використання сільськогосподарських земель в ринкових умовах господарювання є: якісні характеристики ґрунтів, система удобрення, структура посівів та сівозмін, основні засоби, державні дотації, хімічна меліорація земель, природно-кліматичні умови, рівень дії закону спадної віддачі.

Серед складових еколого-економічного механізму ефективного використання сільськогосподарських земель України в частині застосування засобів біологізації землеробства та штрафних санкцій за погіршення якісних характеристик ґрунтів особливе місце посідають відносини між власниками земельних паїв і орендарями, оскільки у сільськогосподарських підприємствах із загальної кількості використаних земель переважна більшість припадає на орендовані. Особливо важлива проблема пов'язана з обґрунтуванням розмірів орендної плати, а також її ролі у формуванні витрат на виробництво продукції і вирішенні соціальних проблем сільської місцевості [3]. Сьогоднішні реалії сільського господарства свідчать про те, що товаровиробники допускають системні порушення екологічних норм землекористування, оптимального співвідношення культур у сівозмінах. Викликає занепокоєння посилення деградаційних процесів у ґрунтах, зокрема: зниження вмісту гумусу в ґрунтах; переуцілювання ґрунтів; підвищення інтенсивності ерозійних процесів [4].

Одним із завдань державного адміністрування є створення умов для підтримки природної родючості головного національного багатства – землі. Отже, має діяти економічний механізм, який об'єднував би у собі ринковий принцип вільного вибору суб'єктами господарювання видів продукції для виробництва та принципів державного регулювання саме через економічні важелі впливу. Пропонуємо визначити коефіцієнт відновлення поживних речовин як відношення їх фактичного вартісного виразу до нормативного. Такий коефіцієнт доцільно використовувати при встановленні державою штрафних санкцій за цими культурами як плату за втрату поживних речовин.

Підсумовуючи результати досліджень, пропонуємо визначити еколого-економічний механізм державного адміністрування ефективного використання сільськогосподарських земель із застосуванням засобів біологізації землеробства як сукупність методів, прийомів і важелів економічного та екологічного впливу на підвищення економічної ефективності використання землі в умовах сталого розвитку сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Гуторов О.І. Проблеми сталого землекористування у сільському господарстві: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: «Едена», 2010. 405 с. 2. Гуторов О.І., Шарко І.О. Оцінка земель і ресурсного потенціалу в сільському господарстві: теоретичні та практичні підходи: монографія. Харків: ХНАУ; Вид-во «Точка», 2012. 256 с. 3. Гуторов А.О., Гуторов О.І., Грошев С.В. Управління ефективністю використання земельних ресурсів фермерських господарств: теорія та практика сталого землекористування: монографія. Харків: Друкарня Мадрид, 2020. 224 с. 4. Гуторов О.І. Вплив якісного стану земель на ефективність господарської діяльності аграрних підприємств. *Перспективні форми організації господарської діяльності на селі*: матеріали Сімнадцятого Конгресу вчених економістів-аграрників, 30 травня 2019 р. К.: ННЦ ІАЕ, 2019. С. 32–36.

Дейнега М.В., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна

Генезис дослідження соціальної відповідальності бізнесу

У сучасному світі формування та розвиток соціальної відповідальності бізнесу стає все більш актуальною та затребуваною темою. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні став помітним в умовах інституціоналізації ринкових відносин та посилення конкуренції. Соціальна відповідальність бізнесу поступово набуває нових форм, пристосовуючись до макроекономічних і соціальних умов, що змінюються. Проблеми, пов'язані з формуванням соціальної відповідальності сьогодні є важливими у становленні та процвітанні бізнесу особливо в регіонах та територіальних громадах.

Величезну роль у формуванні соціальної відповідальності агропромислових підприємств відіграє державна соціально-економічна політика. В останні роки регіональні та територіальні органи влади беруть активну участь у вирішенні проблеми притягнення місцевого бізнесу до соціальної відповідальності. Проте органам влади поки що не вдалося масово залучити бізнес до політики соціальної відповідальності, а також охопити тих, хто реально є соціально відповідальним роботодавцем. Водночас участь агропромислового бізнесу у соціальній політиці залишається нерівномірною. Це пов'язане з відсутністю єдиних принципів соціальної відповідальності, тобто кожне підприємство самостійно визначає напрями своєї соціальної діяльності, з власного розуміння. У зв'язку з цим для ефективного розвитку соціальної відповідальності агропромислового бізнесу необхідно чітко розуміти, які фактори її формують. Під час обговорення ролі бізнесу в житті суспільства все частіше йдеться про соціальну відповідальність бізнесу [1, с.175]. Це питання виникло в середині ХХ століття, як реакція на зростаючі вимоги, які ставляться до бізнесу суспільством. Однак і до сьогодні єдиного розуміння змісту та цілей соціальної відповідальності бізнесу не сформувався.

Інтерес вітчизняних дослідників до проблеми соціальної відповідальності надзвичайно великий. Так, деякі автори обґрунтували актуальність соціальної відповідальності бізнесу у національних умовах та її роль у розвитку сучасної економіки та суспільства, адаптували міжнародні концепції корпоративної соціальної відповідальності, розробили практичні рекомендації тощо. Серед дослідників та експертів, які зробили суттєвий внесок, важливо відзначити О.А. Грішнову, О. Є. Кузьміна, Н. С. Станасюк, О. З. Уголькову, Л.С. Селіверстову, Н. В. Лосовську, О. Ф. Новікову, М. Є. Дейч, О. В. Панькову та низка інших експертів.

Питання соціальної відповідальності агропромислового бізнесу висвітлено у працях вітчизняних учених. До авторів таких робіт належать: Т. І. Лункіна, П.М. Макаренко, А. А. Гребеннікова, Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова та інші. У їхніх роботах відбито основні напрями соціально-орієнтованої діяльності

* Науковий керівник: Антощенкова В.В., д.е.н., доц.

сільського бізнесу, розкрито його особливості та фактори формування соціальної відповідальності.

В табл.1 проаналізовано підходи до визначення поняття соціальної відповідальності.

1. Підходи до визначення поняття соціальної відповідальності

Автор (колектив авторів)	Соціальна відповідальність –
Л. С. Селіверстова Н. В. Лосовська [2, с.14]	добровільною, а не обов'язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання із добродійним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки
А. А. Гребеннікова [3]	політика підприємства, згідно з якою воно має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій та рішень на навколишнє середовище, споживачів, менеджерів, працівників, постачальників, партнерів та інших учасників бізнесу.
П.М. Макаренко [4, с.4]	це концепція, згідно з якою аграрне або будь-яке інше підприємство має враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив рішень і діяльності на нього та навколишнє середовище, споживачів, працівників, партнерів, постачальників, менеджерів та інших стейкхолдерів.
Е.В. Пахуча, М.С. Пономарьова [5, с.361]	є добровільне та свідоме виконання і дотримання соціальних норм, задоволення соціальних потреб працівників та партнерів підприємства, й інших учасників суспільства, а у випадку порушення цих норм, передбачає застосування заходів впливу, передбаченими цими нормами.

24 січня 2020 Уряд прийняв рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Відповідно до Концепції в Україні заохочуватимуть компанії під час своєї діяльності дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу. Ведення соціально відповідального бізнесу сприятиме підвищенню стандартів життя українців, зокрема, забезпеченню гідних умов та оплати праці, підвищенню рівня медичного обслуговування, зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Крім того, реалізація Концепції дозволить компаніям, які впроваджуватимуть політику соціально відповідального ведення бізнесу, отримати конкурентні переваги на міжнародному ринку та можливості залучення додаткових інвестицій [6].

Соціальна відповідальність підприємств стає обов'язковою для бізнесу, адже сучасні тенденції розвитку свідомості населення потребують відповідних змін у стратегії компаній. Споживачі все більше усвідомлюють такі питання, як

зміна клімату, нерівність доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, несправедлива практика праці та гендерна нерівність [7, с.60].

Перешкодами для розвитку та популяризації соціальної відповідальності на рівні сільськогосподарських підприємств є нестача коштів, велике податкове навантаження, незацікавленість у веденні соціальної відповідальності тощо. Тому, на нашу думку, для поширення соціальної відповідальності необхідно на законодавчому рівні затвердити відповідні документи (закони, стратегії, концепції), які б спонукали підприємства (організації) до активної діяльності у сфері соціальної відповідальності.

В результаті появи численних теорій, присвячених соціальній відповідальності бізнесу, нині сформувався три концепції, на які опираються автори під час розкриття поняття «соціальна відповідальність бізнесу». До них належать: концепція «корпоративного егоїзму»; концепція «корпоративного альтруїзму»; концепція «розумного егоїзму». Під соціальною відповідальністю бізнесу ми розуміємо взаємозв'язок влади, суспільства та бізнесу, де метою компанії є не лише підвищення прибутку, а також соціальні, громадянські та моральні зобов'язання, спрямовані на зростання загального добробуту.

Список використаних джерел:

1. Кравченко Ю.М., Антощенкова В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2019. – Вип. 200. С. 174-183; 2. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. (2019). Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. № 7. 2019. С. 13–16. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13; 3. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. Електронне фахове видання з економіки «Ефективна економіка». 2017. №12. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001>; 4. Макаренко П.М. Соціальна відповідальність аграрних підприємств як чинник їх ефективності та конкурентоспроможності: сутність, складники, проблеми і тенденції здійснення. Наукові праці полтавської державної аграрної академії. 2015. Вип. 2 (11). С. 3-8; 5. Пахуча Е.В., Пономарьова М.С. Соціальна відповідальність аграрних підприємств: сучасний стан, проблеми і тенденції розвитку // Вісн. ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2018. № С. 350 – 361. DOI: 10.31359/2312-3427-2018-4-350; 6. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» від 24.01.2020 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>; 7. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З.. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». Випуск 3, Номер 2. 2021. С. 56 – 64.

**Должикова І.С., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Ефективність використання земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств в умовах війни та глобальних викликів

В умовах сьогодення процес ефективності використання земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств має першочергове значення. Земля є одним із головних факторів виробництва, ефективність використання якого тісно пов'язана з використанням живої праці і матеріальних ресурсів. Структурні зміни на селі, які відбулися протягом останніх 25 років, потребують поглибленого дослідження питань власності на землю та її грошової оцінки, формування цивілізованого ринку земель, розвитку іпотечного кредитування, удосконалення системи земельних платежів, розв'язання гострих соціальних і еколого-економічних проблем землекористування та визначають актуальність дослідження. Ринок земель сільськогосподарського призначення в Україні знаходиться ще на початковій стадії свого формування. Прийнято велику кількість нормативно-правових актів, законодавчих документів і різного роду погоджувальних ініціатив, але базою для його існування залишається Земельний кодекс України.

Ефективність діяльності підприємства є найважливішою узагальнюючою характеристикою результативності діяльності, яка розраховується як відношення величини створених товарів і наданих послуг до сукупних затрат підприємства [1].

Як основні суб'єкти економічних відносин виступають підприємці, їм відводять важливу роль у стабілізації становища в сільському господарстві та подоланні кризової ситуації в аграрному секторі національної економіки [2].

Відповідно основоположними принципами вільного розвитку аграрного підприємництва використання різноманітних форм власності, господарювання і розмірів підприємств; переважний розвиток малого підприємництва; збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства [3].

У сільському господарстві особливості землі набувають винятково важливого значення, оскільки існує необхідність оцінювати земельні ресурси як просторовий базис та інтегральний природний ресурс, засіб виробництва і джерело продовольства, носія соціальних інтересів (земельних відносин) та екологічних умов життя населення. Земля не лише матеріальна основа сільгоспвиробництва, а також його активний чинник [4].

У процесі виробничої діяльності людина, діючи на землю за допомогою системи агротехнічних, агрохімічних, меліоративних та інших заходів підвищує її економічну родючість.

Земельна реформа, яка означає процес зміни, або іншими словами – перетворення земельних відносин [5,6], включаючи володіння, користування і

* Науковий керівник – Л.О. Ломовських, д-р. екон. наук, професор

розпорядження земельними ділянками з метою підвищення економічної ефективності й екологічної безпеки використання суспільством земельних ресурсів, з одного боку, і забезпечення регульованого земельного обігу в державі, захисту прав будь-якого землевласника й землекористувача – з другого, справедливо вважається невід’ємною складовою частиною аграрної реформи. у формуванні та вдосконаленні законодавств про земельну реформу слід також вважати закони України „Про селянське (фермерське) господарство”, „Про колективне сільськогосподарське 37 підприємство”, „Про форми власності на землю”, Земельний кодекс нової редакції (березень 1992 р.). Важливі аспекти земельної реформи знайшли відображення і в інших законодавчих актах, зокрема в „Концепції роздержавлення та приватизації підприємств, землі, та житлового фонду” (листопад 1991 р.) та ін. Використання землі, яке відповідає її цільовому призначенню, забезпечує високу ефективність землекористування і її охорону, спрямовану на запобігання необґрунтованому вилученню земель сільськогосподарського призначення, захист від антропогенного впливу, відтворення і підвищення родючості ґрунтів, підвищення продуктивності земель природоохоронного, оздоровчого, рекреаційного та історико-культурного призначення.

Список використаних джерел:

1. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія —Економічні науки». - 2012. - № 5. С. 123 – 129; 2. Пономарьова М.С. Шовкун Л.В., Савельєва О.М. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2015. № 1. С. 227– 236; 3. Чернега І.І. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / І.І. Чернега, М.С. Пономарьова, Ю.В.Загорська // Бізнеснавігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6–12. 218 с.; 4. Гуторов О.І. Проблеми сталого землекористування у сільському господарстві: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: «Едена», 2010. 405 с.; 5. Пономарьова М.С., Вовк Н.В., Должикова І.С. Екологічні та соціально-економічні засади використання земель та перспективи управління земельними ресурсами. Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». - 2015. - № 3. С. 369-375. - 450 с.; 6. Зось-Кіор, М. В. Удосконалення системи управління земельними ресурсами аграрних підприємств в умовах глобалізації : монографія / М.В. Зось-Кіор. – Полтава : ПолтНТУ, 2015. – 334 с.

Ільїна М. В., д-р екон. наук, старший науковий співробітник
Шпильова Ю. Б., д-р екон. наук, старший науковий співробітник
**Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого
розвитку НАН України», Україна**

Адаптація стратегії соціально-екологічного розвитку України до вимог ЄС

Повоєнне відновлення довкілля в Україні важливо здійснювати одночасно зі зміною стратегії соціального розвитку суспільства, екологічною модернізацією виробництва, впровадженням новітніх підходів до соціального забезпечення населення та наближенням вітчизняного соціального й екологічного законодавства до європейського. Важливою умовою для соціального розвитку є удосконалення системи планування територій [1]. Керівним принципом розробки післявоєнних планів розвитку громад має бути їхня чітка диференціація залежно від масштабів та обсягів втрат людського потенціалу, інфраструктури, економіки, завданих воєнними діями. У цьому контексті доцільно виокремити громади, що зазнали повного руйнування внаслідок їх перебування в оточенні, окупації або блокуванні, частково зруйновані громади (прифронтові) та відносно безпечні. Останні мають перспективи найбільш ефективного й випереджального розвитку завдяки зміцненню людського потенціалу, створенню нових підприємств та активізації економічної діяльності. Для постраждалих громад першочерговими завданнями стануть відновлення інфраструктури і підприємств, будівництво житла, залучення коштів, розв'язання демографічних проблем, а для Уряду – заходи вирівнювання економічних та соціальних диспропорцій.

В частині екологічної політики також може виявитися доцільним заліснення вражених війною сільськогосподарських земель або навпаки – вилучення земель зруйнованих лісів для сільськогосподарського виробництва. Водночас слід зберегти особливо цінні в екологічному відношенні категорії земель, аби не допустити забудову прибережних зон та розорення заплав; в окремих випадках доцільною буде консервація земель з метою їх подальшого заповідання. Оскільки повоєнне відновлення економіки потребуватиме вилучення з навколишнього середовища значних обсягів природних ресурсів, важливою стане координація господарської та природоохоронної діяльності з метою узгодження економічних потреб з екологічними цілями. Фінансове забезпечення заходів відновлення довкілля потребуватиме перетворення фонду охорони навколишнього природного середовища на фонд відновлення довкілля, надходження до якого, зокрема, формуватимуть кошти, отримані від країни-агресора у вигляді відшкодувань за завдані довкіллю збитки.

Список використаних джерел:

1. Ільїна М.В., Шпильова Ю.В. Comprehensive spatial differentiation of territorial communities: case of Zhytomyr region. *Visnyk of V.N. Karazin Kharkiv National University, series 'Geology. Geography. Ecology'*, 2021. No. 55, 174-186. DOI: <https://doi.org/10.26565/2410-7360-2021-55-13>.

Гльїна М. В. д-р екон. наук, с. н. с.
ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку
НАН України», Україна

Міжнародний досвід впровадження екосистемного підходу в управлінні
природокористуванням

Екосистемний підхід до природокористування – напрям в управлінні, який забезпечує врахування при плануванні і здійсненні будь-яких заходів природокористування складних біологічних відносин всередині екосистеми, природні ресурси якої експлуатуються; усвідомлення цінності цих відносин завдяки їх спроможності позитивно впливати на стан, продуктивність екосистеми та виконання нею важливих екологічних функцій. Екосистемний підхід є загальною методологічною системою принципів для обґрунтування рішень в процесі розробки і реалізації стратегій і планів. Саме на основі цієї методології мають розроблятися більш конкретні підходи до управління екосистемами. Згідно з Конвенцією про біорізноманіття (1992 р.) [1], екосистемний підхід є стратегією комплексного управління земельними, водними та живими ресурсами, що забезпечує їх збереження і стале використання на справедливій основі. Іншими основними для впровадження екосистемного підходу міжнародними актами стали Рамкова конвенція про охорону і сталий розвиток Карпат (2003 р.) та Паризька угода (2015 р.), ухвалена на зміні Кіотському протоколу для реагування на глобальну загрозу зміни клімату в контексті сталого розвитку [2, с. 66, 68, 77]. Таким чином, екосистемний підхід сформувався і набув поширення ще на початковому етапі впровадження концепції сталого розвитку [3, с. 77].

З точки зору управління, екосистемний підхід є методологічною структурою для обґрунтування економічними суб'єктами управлінських рішень у процесі розроблення стратегій розвитку та формування планів, а концепція екосистемних послуг – спробою впорядкувати відносини між людиною і природою на тих самих засадах, на яких базуються повсякденні стосунки з комерційними структурами, державними і громадськими організаціями [4, с. 5]. Застосування екосистемного підходу забезпечує розвиток економіки екосистемних послуг – їх використання, виробництво, обмін, розподіл, споживання, а також формування механізмів та інструментів їх включення у систему економічних відносин [5, с. 245].

Ієрархічну структуру процесу впровадження екосистемного підходу в практику управління природокористуванням відображають керівні принципи Конвенції про біологічне різноманіття, у т.ч. на рівні окремих держав. Застосовані для формування цих принципів наукові методології дають змогу зауважити всю складність біологічної організації екосистем, їх структури, процесів, функцій, а також різноманіття зв'язків між екосистемами. Однак на нашу думку з науково-практичної точки зору більш доцільно розділяти ці принципи на організаційно-економічні та еколого-економічні (табл.).

Таблиця

Принципи та інструменти екосистемного підходу до управління природокористуванням *

Принцип	Інструмент
<i>Організаційно-економічні</i>	
Зумовленість цілей управління земельними, водними і біотичними ресурсами суспільними потребами	<ul style="list-style-type: none"> - переговори та компроміси між органами влади, суб'єктами господарювання та громадами; - підзвітність осіб, що управляють екосистемами, місцевим громадам; - посередництво задля вирішення конфліктів; - оцінка впливу управління екосистемами на життєдіяльність громад
Максимальна децентралізація управління екосистемами	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення балансу інтересів місцевої громади та суспільства; - територіальне наближення органу управління до екосистеми; - координування рішень на різних організаційних рівнях
Врахування реального та потенційного впливу заходів управління екосистемами на інші екосистеми	<ul style="list-style-type: none"> - стратегічна оцінка впливу господарської діяльності на екосистеми; - методи оцінки, що враховують непередбачуваність, нелінійність наслідків управління, їх відтермінування у часі та поширення на інші території; - моніторинг, комунікація з місцевими громадами
Економічний пріоритет заходів управління екосистемами	<ul style="list-style-type: none"> - усунення диспропорцій в управлінні екосистемами, обмеження благ і доходів, отримуваних від використання ресурсів однієї екосистеми; - відмова від субсидій, які призводять до уніфікації систем землекористування, зменшення різноманіття земель; - економічна оцінка вартості екосистемних товарів та послуг
<i>Еколого-економічні</i>	
Збереження структури і функцій екосистем, відтворення їх послуг	<ul style="list-style-type: none"> - мінімізація загроз функціям та структурам екосистем; - врахування складних взаємодій в екосистемах та збереження середовища існування видів
Управління екосистемами винятково в межах їх природного функціонування	<ul style="list-style-type: none"> - визначення гранично допустимого навантаження на екосистеми; - оцінка кумулятивного впливу на екосистеми у часі та просторі; - врахування факторів довкілля, які обмежують продуктивність, функціонування та різноманітність екосистем; - гнучке диференційоване управління екосистемами
Управління екосистемами в чітких просторових і часових межах	<ul style="list-style-type: none"> - відповідність заходів цілям збереження екосистем; - перевищення масштабу реалізації заходів з управління екосистемами їх меж
Довготривалість цілей управління екосистемами	<ul style="list-style-type: none"> - дотримання компромісних рішень між короткостроковою вигодою і довготривалими екологічними цілями; - врахування відтермінованості результатів діяльності від реалізованих заходів
Врахування неминучості змін стану екосистем	<ul style="list-style-type: none"> - врахування та посилення здатності екосистем до самовідновлення
Врівноваження цілей збереження та використання ресурсів і функцій екосистем	<ul style="list-style-type: none"> - поєднання збереження екосистем з їх сталим використанням; - врахування довго- та короткострокових, прямих і непрямих вигод від використання екосистем - узгодження цілей забезпечення населення екосистемними товарами і послугами, збереження біорізноманіття та належного стану довкілля
Повнота інформації про стан екосистем	<ul style="list-style-type: none"> - доступ зацікавлених сторін до науково-технічної інформації; її документування та збереження
Залучення до управління екосистемами всіх зацікавлених сторін	<ul style="list-style-type: none"> - залучення експертів, суб'єктів економічної діяльності та представників органів влади на всіх рівнях; - включення підходу до планування й управління сільським, лісовим господарством, землекористуванням та іншими сферами; - врахування потреб всіх секторів економіки при оцінці вигод та втрат від збереження, використання і відновлення екосистем

* Джерело: розроблено автором за [36].

Для екосистемного підходу важливе принципове визнання динамічності та складності екосистем. Основними складовими практичного впровадження екосистемного підходу є ідентифікація екосистем, оцінка їх цілісності, продуктів та послуг, визначення цілей використання ресурсів екосистем, адаптивне управління ними, моніторинг стану. Принципами екосистемного підходу О. Нечипоренко визначає економічну оцінку ефективності управління екосистемою; першочерговість збереження структури і функцій екосистем; довготривалість цілей управління екосистемами; становлення рівноваги між збереженням та використанням біорізноманіття [6, с. 34–36].

Застосування принципів екосистемного підходу для розробки екологічної політики є лише одним із способів впровадження екосистемного підходу в практику управління природокористуванням. Але саме цей підхід найчастіше застосовують для розробки національних стратегій і планів дій, що стосуються довкілля, а також планів управління у різних сферах природокористування (лісовому, земельному, водному, рибному, сільському господарстві). Зокрема, у деяких країнах відповідні принципи вже впроваджено у регламенти риболовлі та лісокористування. В Україні пропозиції щодо практичного впровадження екосистемного підходу в управління природокористуванням розробляються лише на загальному науково-методичному рівні; при цьому найчастіше вони обмежуються методами оцінювання екосистемних послуг [7].

Список використаних джерел:

1. Convention on Biological Diversity. Decision Adopted by the 7th Conference of The Parties. Ecosystem Approach. UNEP/CBD/COP. URL: [Cop-07-Dec-11-En \(Cbd.Int\)](https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-7/dec-11-en.pdf);
2. Суєтнов Є.П. Міжнародно-правові зобов'язання України щодо збереження і відновлення природних екосистем та впровадження екосистемного підходу. *Проблеми законності : збірник наукових праць*. 2021. Вип. 153. С. 56–80. <http://doi.org/10.21564/2414-990X.153.231605>;
3. Черкашина М.К. Правове регулювання водних відносин в Україні на основі екосистемного підходу. *Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial*. 2020. Vol. 5. P. 76–81. DOI: <http://doi.org/10.36074/24.04.2020.v5.28>;
4. Соловій І.П., Кулешник Т.Я. Трактатування ключових термінів концепції послуг екосистем з огляду на еколого-економічні дослідження ландшафтів. *Наукові праці лісівничої академії наук України*. 2011. Вип. 9. С. 1–7;
5. Мішенін Є.В., Дегтярь Н.В. Економіка екосистемних послуг: теоретико-методологічні основи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 2. С. 243–257;
6. Нечипоренко О.М. Роль екосистемного підходу в управлінні зрошуваним землеробством. *Вісник ОНУ імені І.І.Менченкова. Серія «Економіка»*. 2017. Т. 22. Вип. 8 (61). С. 33–39;
7. Ільїна, М., Шпильова Ю. Алгоритм впровадження методів оцінювання екосистемних послуг. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-3>.

Іпполітова І.Я. канд. екон. наук, доцент
Кулинич І. Е. здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Харківський національний університет імені Семена Кузнеця,
Україна

Корпоративна соціальна відповідальність: глобалізаційні впливи на підприємства України

Глобалізаційні процеси, що відбуваються, спричиняють необхідність адаптації методів ведення бізнесу національних економік. Не виключенням є й Україна, де сучасні реалії вимагають від компаній, пропри виробництво та продаж товарів, дотримання екологічної та соціальної відповідальності перед суспільством. Саме ці ініціативи здатні збільшити вартість як бренду, так і продукції. Крім того, глобалізація слугує засобом залучення прямих іноземних інвестицій, що призводить до збільшення обсягів національного виробництва, кількості робочих місць, податкових надходжень. Шляхом інтеграційних процесів, підприємства національних економік долучаються до новітніх технологій, що дозволяє підвищувати науково-технічний рівень їх розвитку. Також ці країни можуть долучатися до сучасних науково-технічних розробок, якими володіють ТНК та мати доступ до унікальних ресурсів та технологій інших країн.

Підприємницький сектор України на сьогодні вже почав усвідомлювати свою роль та відповідальності у соціальному розвитку держави, і навіть бачить це в полі зору власних стратегічних інтересів. Значна кількість підприємств вже мають стратегії соціальної відповідальності та ототожнюють корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) із дотриманням законодавства та періодичними благодійними проектами. Бо саме стратегія КСВ сприяє формуванню та нарощенню соціального капіталу підприємства, стабілізує ринок зайнятості та підвищує ефективність мотивації працівників, вже здебільшого КСВ для вітчизняних підприємств сприймається вже не як одноразовий захід. Оскільки вже не перше десятиліття підприємства по всьому світу займаються діяльністю, яка раніше була більше притаманною для уряду. Особливо активні у цій сфері транснаціональні компанії, також відомі як ТНК, які займаються громадською охороною здоров'я, освітою, соціальним забезпеченням і захистом прав людини у країнах, де це повною мірою не можуть забезпечити державні установи. Вони борються з такими соціальними проблемами, як СНІД, недоїдання, безпритульність, неписьменність тощо.

Із початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України діяльність таких корпорацій стала ще актуальнішою. У цьогорічному Звіті з глобального онлайн-марафону центру «Розвитку КСВ» згадуються минулорічні слова Генерального секретарю Організації Об'єднаних Націй Антоніо Гутерріш, «ми стикаємося з найбільшим каскадом криз у нашому житті» [1]. І справді, до глобальних проблем, які бентежили нас протягом останніх років, таких, як зміна клімату та світова пандемія, додався військовий

конфлікт у Європі. Як результат, це посприяло погіршенню кризи майже у всіх сферах діяльності людини.

Перспективи подальшого розвитку КСВ в Україні можна розглядати з двох основних напрямів: допомога ТНК та великих українських компаній, які вже задіяні у КСВ та вдавання все більшої кількості українських підприємств до принципів корпоративної соціальної відповідальності. Дослідивши офіційну веб-сторінку команда Центру «Розвиток КСВ», їх Звіті з глобального онлайн-марафону за 2022 рік та додаткові ресурси, можна дійти висновку, що перспективи розвитку і тієї, і тієї сфери позитивні [1, 2]. Події сьогодення обумовили поширення цінностей корпоративної соціальної відповідальності саме на українських підприємствах. Насправді, деякі підприємства в Україні, як-от ПУМБ, корпорація «Arterium», АТ «Фармак» та Філіп Моріс-Україна, які роками дотримуються цих принципів і навіть встигли стати партнерами Центру «Розвиток КСВ» в Україні. На сайті також можна ознайомитись із Рейтингом українських компаній дружніх до родин за 2021 рік, у якому також наведені приклади компаній в нашій країні, які дотримуються КСВ [3].

Поточний рік також став переломним для великої кількості не тільки великих, але й малих підприємств. Все більше підприємців зрозуміли важливість благодійності. Так, трендом стало передавати частину свого прибутку різноманітним благодійним організаціям, які допомагають військовим, тваринам, дітям, хворим, пенсіонерам, переселенцям та іншим. Іншою тенденцією у суспільстві стало надання певних пільг військовим або їх родичам, наприклад, послуги із великою знижкою або взагалі безкоштовно.

Із порозумінням організації ставляться і до тимчасово переміщених осіб, охоче надаючи їм робочі місця. Організації ж у сфері послуг, у перші місяці війни були готові надавати свої послуги абсолютно безкоштовно або ж за фінансування більших підприємств. За даними з офіційного веб-сайту команди Центру «Розвиток КСВ» зазначається, що на даний момент вже 83% компаній впроваджують КСВ в Україні [3], за цією динамікою можна допустити, що цей відсоток буде тільки зростати. Цей процес буде перспективним не тільки для українського суспільства, але і для іміджу України у всьому світі. Отже, подальший розвиток КСВ в Україні має великі перспективи: і якщо раніше він був переважно зумовлений ідеалами та обов'язками компаній, через що і був притаманний великим корпораціям, то зараз навіть невеликі підприємства України зрозуміли свою важливість для соціальних змін у країні, що значно прискорило поширення цінностей КСВ.

Список використаних джерел:

1. Звіт. *Сталий розвиток для України. Глобальний онлайн-марафон на тему творення потрібних нам змін*. 2022. С. 2. URL: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2022/08/S4U-Summary-Report-V7-1.pdf>;
2. Офіційний веб-сайт CSR Ukraine. URL: <http://csr-ukraine.org>;
3. Рейтинг компаній, дружніх до родин. 2021. С. 19. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/10/ranking_results_report_final.pdf

Коваленко Л.М., канд. пед. наук, доцент
Харківський державний біотехнологічний університет, Україна

До питання розвитку світових кадастрових систем

Поняття «кадастр» до середини минулого століття вживалося здебільшого при згадуванні оподаткування землеволодіння (нерухомості) і означало, перш за все, систему інформації про оподаткування нерухомості. Розвиток капіталістичних відносин, що сприяли інтенсивним процесам обігу нерухомості, інвестицій у нерухомість, отриманню кредитів під заставу нерухомості, вивели на перший план проблему зміцнення прав власності, вирішення якої забезпечувало надійність проведених операцій з нерухомістю та зниження ризиків інвестицій. Переосмислення прав власності на землю вимагало відповідної модернізації систем реєстрації прав на землю і кадастрових систем.

Аналізуючи систему земельного кадастру, певною мірою ми маємо справу з такими поняттями як «земельна реєстрація», «земельний кадастр» та «кадастрова система». Тому з метою коректного аналізу кадастрових систем різних країн доцільно розрізнити вищезазначені поняття: *земельний кадастр* – це сучасна земельно-інформаційна система, яка базується на земельних ділянках і містить записи про права на землю та їх характеристику; *земельна реєстрація* – це офіційний запис юридично визнаних прав на землю; *кадастрова система* – це комбінація (об'єднання в одну систему) земельної реєстрації та земельного кадастру.

Земельний кадастр, як правило, включає картографічні матеріали (карти, плани тощо), на яких відображені кадастрові земельні ділянки та їхні ідентифікатори (кадастровий номер, площа, розмір та ін.). Як правило, кадастрова система організована як єдина система, але інколи ми маємо справу з модифікованим варіантом такої системи, коли земельний кадастр і земельна реєстрація можуть бути незалежними системами, які підпорядковуються різним міністерствам.

Нерідко в спеціальній світовій літературі, нерухомість позначається терміном «land», що постійно вводить в ману перекладачів, які звикли перекладати це слово просто як «земля». Поширене вживання терміну «земля» в нашій країні замість терміну «нерухомість» в перекладених з англомовних джерел матеріалах формує уявлення про те, що землю й «іншу нерухомість» можна розглядати як різні види нерухомості. У зв'язку з тим, що більшість інформації про кадастрові системи різних країн світу було запозичено з англомовних джерел, вважаємо за необхідне дати роз'яснення щодо понять «земля», «земельна ділянка» та «нерухомість».

Земля у законодавчих актах зарубіжних країн є елементом, який створює нерухомість. У різних контекстах, головним чином, у побутових або технічних, про будинок або дерево йдеться як про окремі предмети, але в юридичному сенсі вони є частинами земельної ділянки. Наприклад, у Німецькому Цивільному Укладенні навіть відсутнє поняття «нерухомість», замість нього вживається поняття «земельна ділянка». В англійській мові присутній термін

«improvements», тобто «поліпшення» земельної ділянки. Іншими словами. визнається фізична нерозривність земельної ділянки і збудованої на ній будівлі, що, в свою чергу, свідчить і про їх юридичну нерозривність. При цьому визнається першість земельної ділянки серед усіх інших елементів нерухомості.

Західні вчені зосереджують увагу на нерозривному зв'язку землі та земельної ділянки, і більшість термінів дублюють один одного. Г. Харрісон під нерухомим майном розуміє «землю як фізичний об'єкт і все, що з нею міцно пов'язано» [1].

Так, терміни «land use», «land law», «land cadastre», як правило, перекладають як «використання землі», «закон про землю», «земельний кадастр» відповідно, але, враховуючи вищевикладене, більш коректно було б перекладати як «використання нерухомості в різноманітні її форм і видів», «закон про нерухомість», «кадастр нерухомості».

Серйозним кроком у встановленні кадастру, в сучасному його розумінні в Європі, стала поява Міланської картографічної програми, створеної у 1720-1723 рр., коли, за наказом імператора Жозефа II, здійснювався кадастровий огляд всієї території, що належала Австро-угорській монархії.

До середини XIX століття всі земельні справи в західноєвропейських країнах можна було поділити на 4 особливих групи: 1) справи, які були пов'язані з оподаткуванням землі (фіскальний кадастр); 2) справи, які торкалися юридичного закріплення меж земельної власності (межування – в дореволюційній літературі, або кадастр, що забезпечує систему реєстрації прав – у сучасному розумінні); 3) справи щодо поділу і перерозподілу землеволодінь, підготовки земельних ділянок для нового будівництва або іншого освоєння; 4) справи стосовно визначення і встановлення прав на нерухоме майно.

Усі вищезазначені групи земельних справ, уже в ті часи, прагнули об'єднати в єдину систему, але відсутність на той час технічних можливостей робило це завдання майже нездійснюваним. Землевпорядні роботи, як у той час, так і зараз, вимагали довготривалих узгоджень між землевласниками, тому це стало причиною, через яку в багатьох державах землевпорядні установи були відокремлені від систем фіскального і юридичного кадастру.

Ключовим моментом у розвитку сучасної кадастрової системи з'явилося встановлення Французького кадастру, введеного Наполеоном у 1807 році. На той час кадастрові записи містили: номери ділянок, їхню площу, умови використання тощо. Важливо зауважити, що французький кадастр ґрунтувався на кадастрових планах, які вироблялися систематично для кожного округу.

Таким чином, впродовж XIX ст. більшість країн континентальної Європи встановили аналогічні кадастрові системи, за винятком Англії та її колоній, які створили свої системи обліку нерухомості.

Список використаних джерел:

1. Харрісон Г. Оцінка нерухомості: навч. посіб. / перекл. з англ. К., 1994. 231с.

**Ковач М. С. здобувачка вищої освіти ступеня магістр*
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Глобалізаційні зміни в соціальній культурі вітчизняних організацій

Не зважаючи на складні умови середовища, Україна активно рухається до об'єднання з прогресивною світовою спільнотою. І одним з елементів цього єднання стає входження в об'єднаний економічний простір. Це передбачає забезпечення відповідності в діяльності вітчизняних підприємств та організацій світовим стандартам, нормам та правилам. На даному періоді розвитку крім змін технологій та законодавчої бази суттєвої уваги вимагає соціокультурна складова діяльності вітчизняних організацій. Це пов'язано зі значною різницею в вихованні, звичках, ментальності вітчизняного персоналу та закордонних громадян. Суттєві відмінності в розвитку країн капіталістичного та соціалістичного таборів сформували певні відмінності в світогляді. Відповідно, це знайшло відображення в культурній сфері, в нормативно-правовій базі, принципах менеджменту тощо.

Світова спільнота за останнє десятиліття поступово висуває соціальну відповідальність виробника, власника на перше місце в порівнянні з прибутковістю діяльності [1]. Економіка стає соціально орієнтованою. Це знайшло відображення в створеному в 2007 році документі «Міжнародний стандарт. Соціальна відповідальність (SA8000)» [2], який, в свою чергу, спирається і на міжнародні конвенції по захисту прав і свобод окремих категорій громадян та вимагає від організацій ведення відповідної документації, яка б розкривала виконання вимог даного Стандарту [2, п.9.14]. Такий підхід змушує керівний склад суб'єктів господарювання замислюватись над організацією певного рівня взаємодії персоналу з керівництвом, між собою та з зовнішнім середовищем. Ми поступово підходимо до визнання необхідності практичного застосування в повсякденну діяльність принципів Глобального договору ООН, Декларації МОП [3], Стандарту АА 1000 (соціальної звітності, що дозволяє оцінити результат діяльності компанії з етичних позицій) [1, 4] та ін.

Найбільш складними, на наш погляд, для вітчизняних бізнесменів можуть стати такі вимоги як:

- дотримання якості та стандартів не тільки для кінцевого продукту, але й для процесу отримання цього продукту – від відповідності всім стандартам та нормативним вимогам процесу виготовлення первинної для продукту сировини до логістичного супроводу продукту до споживача та його подальшого сервісного обслуговування;

- залучення до формування стратегії розвитку бізнесу не тільки членів організації, але й споживачів та представників суспільства;

- застосування екологічних технологій та процесів, які потрібні для суспільства та довкілля, але суттєво зменшують на поточному етапі прибутковість бізнесу за рахунок додаткових витрат;

* Науковий керівник – О. І. Кір'ян, канд. екон. наук, доцент

- відкритість суспільству щодо інформації про організацію, її власників (беніфіціарів) та рівень їх прибутків і витрат з одночасним дотриманням необхідного рівня інформаційної безпеки та з дотриманням вимог про збереження таємниці особистих даних.

Перешкодами для цього стають: досі високий в окремих місцях рівень корупції на фоні інфантильності та недостатнім рівнем юридичної обізнаності значної частки населення; бажання негайного отримання прибутків від вкладених в бізнес коштів; відношення топ-менеджерів та власників організації до працівників лише як до одного з замінних ресурсів; відсутність державної програми щодо впровадження соціальної відповідальності та правил культури ведення сучасного бізнесу в освітні процеси та свідомість громадян країни та ін.

Для виходу вітчизняних організацій на світові ринки важливо не тільки ознайомитись з закордонним досвідом ведення бізнесу, але й впровадити в роботу основні вимоги, принципи, особливості бізнес-процесів та суспільних процесів, які дозволять з мінімальними витратами вийти на новий рівень взаємовідносин зі споживачами та партнерами з інших країн, забезпечуючи тим самим Українському бізнесу достойне місце в глобалізованій світовій економіці.

Список використаних джерел:

1. Шутаєва О.О., Побірченко В. В. Міжнародні стандарти соціальної відповідальності бізнесу та можливості застосування соціальної звітності в практиці українських компаній. *Молодий вчений*. 2015. № 1(2). С. 104-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_1%282%29_26; 2. Міжнародний стандарт. Соціальна відповідальність (SA8000). Електронний документ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>; 3. Декларація МОП основних принципів та прав у світі праці. Електронний документ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_260#Text; 4. Мінц О.Ю., Камишникова Е.В. Імплементация міжнародних стандартів у сфері корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах України. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/7.pdf

Кравченко Ю.М., канд. екон. наук
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Циркулярна економіка в контексті концепції сталого розвитку

Одним з перспективних механізмів реалізації принципів сталого розвитку може виступити циркулярна економіка, яка виступає альтернативою традиційній економічній системі та спрямована на відновлення та раціональне споживання ресурсів Крім того, циркулярна економіка виступає у концептуальній єдності з принципами сталого розвитку, зокрема спрямована на мінімізацію негативного впливу людської діяльності на стан довкілля [1].

Циркулярна економіка, яку ще називають економікою замкненого циклу, – це нова модель економічного розвитку, що передбачає відновлення, повторне

використання, раціональне споживання ресурсів і дозволяє створити додаткову цінність. Циркулярна економіка спрямована, насамперед, на збереження енергії, економічно чисте виробництво та споживання [2].

Вперше поняття «циркулярна економіка» було використано комісією Брундтланд у доповіді «Наше спільне майбутнє» у 1987 році, під час якої було зроблено наголос на негативному впливі прискореної індустріалізації на навколишнє середовище. Науковці, визначаючи зміст поняття «циркулярна економіка», акцентують увагу на таких основних аспектах:

1) це економічна система, що передбачає досягнення сталого розвитку через створення екологічної якості, соціально-економічного процвітання на благо нації;

2) це відновлювальна, регенеративна замкнена система, де відбувається ремонт, повторне використання, відновлення, реконструкція та переробка, що призводить до мінімізації введених ресурсів, відходів, викидів та витоків енергії та формує стійку збалансовану систему за рахунок інтеграції;

3) це стратегія, яка спрямована на зменшення як споживання вихідних матеріалів, так і випуску відходів шляхом закриття економічної та екологічної петлі потоків ресурсів;

4) це спосіб економічного зростання, сталого розвитку економіки та екологічної стійкості завдяки повторному використанню та переробленню ресурсів [3, с. 153, 157].

Циркулярна модель економіки є протилежною традиційній, лінійній моделі. В той час, як лінійна економіка має на увазі “взяти, зробити і позбутися”, економіка циркулярна полягає у тому, щоб “взяти, зробити, переробити, відновити, використати ще раз, знизити рівень відходів, мінімізувати витрати, перейти до відновлюваних джерел енергії”. Тобто економіка замкненого циклу передбачає формування нових підходів до економіки і зосереджується головним чином на тих продуктах і послугах, які дозволяють мінімізувати відходи і інші види забруднень [2].

Основою циркулярної економіки є модель 3R: Reduce: скорочують використання ресурсів і віддають перевагу відновлюваним матеріалам; Reuse: максимально ефективно використовують продукти; Recycle: відновлюють побічні продукти й відходи для подальшого використання в економіці [3].

Потрібно зазначити, що в 2018 р. Всесвітнім економічним форумом було значно розширено принципи економіки замкненого циклу до 10R. Туди включається модель 3R і ще додано сім: Refuse: відмова виробляти продукт за «екологічно брудною» технологією, пропозиція іншого продукту; Rethink: переосмислення напрямів використання продукту, його обмін або спільне використання; Repair: ремонт та технічне обслуговування дефектного виробу з подальшим його використанням; Refurbish: відновлення старого продукту для його подальшого споживання; Remanufacture: повторна обробка та застосування частини старого виробу у новому продукті; Repurpose: переорієнтація, частини старого виробу у новому продукті; Recover: спалювання матеріалів із відновленням енергії, витраченої на їх виробництво [4, с. 213].

Політика сталого розвитку набула додаткової актуальності у сучасних

умовах внаслідок розірвання ланцюгів постачання під час пандемії Covid-19, загострення екологічних ризиків, зростання соціальної нерівності та залежності від природних ресурсів тощо. Забезпеченню реалізації сталого економічного розвитку сприятиме впровадження моделі циркулярної економіки. Саме така модель забезпечить оптимальне використання ресурсів з урахуванням потреб теперішнього та майбутнього поколінь, що відповідає визначенню сталості за ООН [5]. Враховуючи досвід ЄС по реалізації принципів циркулярної економіки, Україна має здійснити ряд змін для ефективного переходу з лінійної економіки до циркулярної. Необхідно розробити нормативно-правову законодавчу базу для ефективного впровадження циркулярної економіки та створити програму з державної підтримки бізнесу, що запроваджує бізнес на принципах циркулярної економіки.

Список використаних джерел:

1. Дубель М. Циркулярна економіка як механізм досягнення цілей сталого розвитку в умовах глобалізації та діджиталізації світової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-13>; 2. Скрипник С. В. Підвищення конкурентоспроможності продукції фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств як організаційно-економічний пріоритет їх функціонування та розвитку. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2019. С. 136-140; 3. Шкуренко О.В. Інтеграція сталого розвитку та розвитку бізнесу як домінуюча основа моделі циркулярної економіки: теоретичний аспект. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. Вип. 13. С. 152–165; 4. Руда М., Яремчук Т., Бортнікова М. Циркулярна економіка в Україні: адаптація європейського досвіду. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. Вип. 3(1). С. 212–222; 5. Гришова І.Ю., Нестерова К.С. Концепт циркулярної економіки в контексті забезпечення сталого розвитку. *Економіка АПК*. 2021. № 4 С. 88; 6. Кравченко Ю.М., Антощенко В.В. Фактори сталого розвитку економіки аграрного сектору. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені П. Василенка. Сер. Економічні науки*. 2019. Вип. 200. С. 174-183; 7. Vitalina Antoshchenkova, Roman Antoshchenkov, Yuliia Kravchenko «The role of information and innovative technologies in the modern economy». *Innovation tools for socio-economic systems' development*. Ed. Oleksandra Mandych, Aleksander Ostenda. 2019. с.199-207; 8. Кравченко Ю.М. Антощенко В.В. Екологічна безпечність та якість сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Сер. Економічні науки*. 2019. Вип. 202. С. 84-92.

**Ланченко Є. О., д-р екон. наук, доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
Україна**

Розвиток земельних відносин в аграрній сфері територіальних громад

Земельні відносини відіграють важливу роль в аграрному, соціальному й сільському розвитку нашої держави. Земельні ресурси виступають головним компонентом економічного потенціалу аграрної галузі, вони забезпечують власникам земельних паїв грошові надходження в сімейні бюджети сільських родин, а місцевим громадам – податкові надходження у місцеві бюджети за землекористування. Муніципальні структури на селі розпоряджаються сільськогосподарськими землями запасу, резерву, відумерлої спадщини тощо й здають в оренду, чим сприяють розвитку сільськогосподарських підприємств, кооперативів – активізації сільської економіки.

Як відомо, територіальним громадам у результаті недавньої реформи місцевого самоврядування й завершення децентралізації влади було передано у власність більше 1,5 млн га сільськогосподарських угідь. Дані площі слід надавати в оренду сільськогосподарським роботодавцям, зокрема новоствореним і діючим фермерським господарствам, іншим середньотоварним агроформуванням. Згодом, наприклад, через 5-10 років можна розглянути питання передачі цих земель у постійне користування (до 50 років) або у власність, стимулюючи, насамперед, фермерський і кооперативний рух для збільшення кількості робочих місць у сільській місцевості.

У територіальних громадах слід доповнити механізм регулювання аграрних соціально-трудова відносин на громадському рівні, що поєднає в собі питання праці в галузі, виробництва агропродовольчої продукції та земельних відносин. Пропонується впровадити так звані громадські угоди з окремим блоком проблемних питань регулювання аграрних і земельних питань замість або як логічне доповнення регіональних угод регулювання соціально-трудова відносин на рівні областей України, більшість з яких вже давно не переглядалися [1].

Земельні відносини в сільському господарстві територіальних громад України мають велике значення для забезпечення зайнятості, трудових і нетрудових доходів населення, розвиток сільськогосподарських підприємств. Потребує узгодження питань контролю за раціональним землекористуванням відповідно до екологічних принципів ведення агробізнесу, щоб мати в довгостроковій перспективі податкові надходження в бюджети громад і підтримувати соціально-економічний розвиток сільських територій тощо.

За інформацією Інституту охорони ґрунтів України (Держґрунтохорона) [2], використання землі як основи сільськогосподарського виробництва досягло критичних меж. Аналіз проведених розрахунків балансу поживних речовин, гумусу й узагальнення результатів агрохімічного стану ґрунтів вказують на посилення комплексу деградаційних явищ, особливо збіднення ґрунтів на поживні речовини, посилюється ерозія ґрунтів. Вапнування кислих ґрунтів є

пріоритетним напрямом відтворення родючості ґрунтів і нагальною проблемою сьогодення.

Тому у повоєнний час для сприяння розвитку земельних відносин в аграрній сфері територіальних громад визначено умови функціонування ринку сільськогосподарських земель, що полягають у наступному:

1. Дозволити продаж земель сільськогосподарського призначення фізичним (юридичним) особам України, які проживають (економічно активні) останні 5 років у відповідній або сусідній області, та перепродаж мінімум через 5 років.

2. Обмежити максимальну площа придбання 1 особою (1 бенефіціарний власник) у власність земель сільськогосподарського призначення – 100-200 га, у середньо- й довгостроковій перспективі – до 300 га у відповідних областях залежно від розвитку локальних ринків праці, агропродукції, природної зони, демографічних процесів тощо. Поступово дозволити придбавати до 4000-5000 га, наприклад, через 5 років.

3. Забезпечити публічність здійснення транзакцій купівлі-продажу й надання прав оренди сільськогосподарських земель (за прикладом «Prozorro» і принципом аукціону), їх адміністрування в органах місцевої влади, викуп і продаж (відумерла спадщина, дарування, обмін).

4. Дотримуватись екологічних принципів раціонального землекористування сільськогосподарськими роботодавцями, дієвий контроль (санкції, штрафи тощо) та проведення землевпорядних робіт підтримки й підвищення родючості ґрунтів.

Перелік наведених умов забезпечить розвиток земельних відносин в аграрній сфері територіальних громад України завдяки активізації малого й середнього агробізнесу, торгівлі й сфери послуг тощо в сільській місцевості. Земельні відносини перебувають у центрі уваги сільських громад і місцевої влади, виконують селоформуєчу функцію: впливають на розвиток аграрної економіки, формування доходів населення, розвиток соціально-трудової сфери на селі тощо.

Список використаних джерел:

1. Регіональні угоди регулювання соціально-трудових відносин. Вебсторінка Федерації професійних спілок України. URL: <https://www.fpsu.org.ua/generalna-ugoda-galuzevi-ugodi-teritorialni-ugodi/93-regionalni-dogovori.html> 2. Агрохімічне обстеження сільськогосподарських угідь. Інтернет-сторінка ДУ «Інститут охорони ґрунтів України». URL: <http://www.iogu.gov.ua/pasportizaciya/ahrohimichne-obstehennya-silskohospodarskyh-uhid>.

**Оробей В. В. здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії*
Навчально-науковий інститут «Інститут державного управління»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Україна**

Стан соціальної інфраструктури сільських територій: загрози та виклики

Стан соціальної інфраструктури сільських територій в Україні залежить від рівня розвитку аграрного виробництва, суттєвих економічних і соціальних перетворень. Водночас рівень економічного розвитку села залежить від рівня розвитку соціальної інфраструктури, головним завданням якої є підвищення рівня добробуту й життя громадян та відтворення робочої сили на селі. Зазначимо, що соціальну інфраструктуру сільських територій ми розглядаємо, як комплекс галузей, об'єктів і споруд, що функціонують на певній сільській території з метою забезпечення життєдіяльності людей на цій території.

Варто відмітити, що починаючи з 80-х років минулого століття українське село зазнає значних змін – відбувається його поступовий занепад, який супроводжується такими кризовими процесами, як «вмирання» (зникнення сіл на мапі країни) та збільшення кількості дрібних сіл, старіння населення, зростання рівня безробіття, низький рівень доходів населення, низькі демографічні показники народжуваності, низький рівень розвитку інфраструктури (виробничої, транспортної, соціальної). За останні 30 років чисельність сільського населення України скоротилась на 4,6 млн. Хоча при цьому частка сільського населення є практично не змінною і складає третину від усього населення країни (в 1989 р. загальна кількість населення країни – 41,707 тис., з них сільського населення – 17,119 тис., що складає 33,1 %; станом на 1 січня 2022 р. загальна кількість населення України – 41,167 тис., з них сільського населення – 12,473 тис., що складає 30,3 % [5]). Негативно на демографічні процеси впливає, в першу чергу, рівень розвитку такої складової соціальної інфраструктури, як охорона здоров'я. Низький рівень забезпеченості сільських територій лікарнями, поліклініками та медичними працівниками (в маленьких селах дуже часто медичні працівники взагалі відсутні), не якісний стан доріг, який не дозволяє медикам швидко реагувати на виклики, а також запущений внаслідок проведення реформи децентралізації та медичної реформи процес ліквідації медичних закладів у районних центрах призводить до значної втрати насамперед працездатного сільського населення (смертність, травми (інвалідність), хвороби). Крім того, чисельність працездатного населення зменшується в наслідок спаду виробництва, відсутності поряд закладів професійної освіти, активізації процесу урбанізації. Останнім часом велика частка сільського населення, особливо молоді люди вирушають за межі своєї території у пошуках навчання та роботи.

Іншою суттєвою складовою соціальної інфраструктури сільських територій є заклади освіти, культури і спорту. Значна частина цих закладів багато років не ремонтувалась, оснащення застаріле, тож потребує значного вкладення капіталу для проведення ремонту, їх модернізації та оснащення. Досвід, який отримала

* Науковий керівник – В. Г. Бульба, д-р. держ. упр., професор.

Україна внаслідок переведення дітей на дистанційне навчання із-за оголошеної пандемії, спричиненої коронавірусної хвороби, впродовж 2020 – початку 2022 рр. лише загострив соціальні проблеми: неготовність більшості батьків до підтримки форм дистанційного та домашнього навчання; високі економічні втрати у продуктивності праці, зумовлені поєднанням догляду за дітьми та дистанційною роботою; стресові прояви серед учасників освітнього процесу та батьків; проблеми догляду та виховання дітей з неблагополучних сімей; зростання імовірності ризиків вживання психотропних засобів та асоціальної поведінки підлітків; підвищення показників відтоку дітей та молоді зі шкіл тощо [2]. Крім того, дистанційне навчання передбачає наявність стабільної та якісної роботи мережі Інтернет, необхідних технічних засобів у педагогічних працівників і здобувачів освіти, а також всі учасники освітнього процесу повинні володіти достатнім рівнем знань з цифрової грамотності [3]. Всі ці обставини свідчать про низький рівень розвитку освітньо-культурної інфраструктури й інфраструктури зв'язку та водночас загострює соціальну нерівність серед сільського населення.

Отже, соціальна інфраструктура села є одним із вагомих внутрішніх чинників якості життя сільського населення, його соціальної захищеності. Однак, її стан і розвиток є незадовільним і лише загострює низку невирішених питань на селі.

Після 2014 р. питання розвитку сільських територій стало предметом дискусій і обговорень на державному рівні. Зокрема, в 2015 р. було схвалено Концепцію розвитку сільських територій, в якій наводились проблеми, причини їх виникнення та обґрунтовувалась необхідність їх розв'язання. Так, серед причин погіршення соціально-економічного стану сільських територій називались: відсутність цілісної послідовної державної політики щодо розвитку сільських територій; недостатність обсягів державної фінансової підтримки існуючих програм; низький рівень забезпечення сільського населення соціально-економічними послугами; нерівномірність забезпечення центрами первинної медичної допомоги та низький рівень якості й доступності; низький рівень диверсифікації економіки села, що призводить до міграції молоді, високого рівня безробіття та доходів населення, руйнування соціальної та інженерної інфраструктури тощо [4]. В документі було визначено три варіанти розв'язання проблеми: 1) продовження комерціалізації сільськогосподарського виробництва; 2) збільшення обсягів державної політики розвитку сільського господарства та соціальної інфраструктури; 3) створення умов для забезпечення комплексного розвитку сільських територій в інтересах суспільства (формування конкурентоспроможного багатогалузевого і багатоукладного сільського господарства). Звідси можна зробити висновок, що першочерговим для української влади є реформування аграрного виробництва, реструктуризації майнових і земельних відносин, розробки правового поля для розвитку ринкової економіки, проте поза увагою залишаються питання розвитку саме соціальної інфраструктури.

В 2019 р. питання щодо проведення модернізації інфраструктури країни та соціально важливих об'єктів стало на порядку денному, зокрема йдеться про проєкт «Велике будівництво» – державної програми, що стартувала 1 березня

2020 р. За перші два роки проекту було побудовано та відремонтовано 6,3 тис. км доріг державного та 7,6 тис. км доріг місцевого значення; 516 мостів та шляхопроводів державного та місцевого значення; 182 школи (понад 9,5 тис. нових місць для учнів та понад 51 тис. учнів пішли до оновлених закладів у 2021 р.) та 47 садочків (понад 10 тис. дітей відвідують оновлені заклади); 101 спортивний об'єкт (понад 8 млн осіб отримали доступ до спортивної інфраструктури); 33 лікарні, 203 приймальних відділень та 237 сільських амбулаторій [1]. Крім того, в 2021 р. в Україні стартувала програма «Велика реставрація», що розрахована на три роки (2021-2023) та спрямована на відновлення пам'яток культурної спадщини України, їх перетворення на туристичні магніти та покращення умов для виховання майбутньої української мистецької еліти. Отже, з 2020 р. першочерговим питанням для української державної і місцевої влади стало питання відбудови та оновлення об'єктів соціальної інфраструктури. І лише за 2 роки було досягнуто значних результатів.

Однак, все змінилось 24 лютого 2022 р., коли російська держава розпочала повномасштабне вторгнення в Україну. За перший тиждень були захоплені українські села в семи областях. Ворог цілеспрямовано руйнує житлові та соціальні об'єкти населених пунктів, спричиняючи гуманітарну катастрофу. Українці, рятуючись від російської агресії, виїжджають до інших, переважно західних територій країни та за кордон. Війна стала викликом як для української влади, так і для мешканців територіальних громад, а об'єкти соціальної інфраструктури стали для ворога важливою цілью для знищення.

Підсумовуючи слід зазначити, що соціальна інфраструктура є життєво необхідною для населення. Рівень її розвитку свідчить про рівень добробуту та рівень якості життя людей. Із-за російського вторгнення в Україну коло загроз і викликів у соціальній сфері розширилось, а пріоритетом тепер є збереження наявної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Велике будівництво. Програма Президента України. URL: <https://bigbud.kmu.gov.ua/#about> (дата звернення: 28.10.2022); 2. Організація освітнього процесу в школах України в умовах карантину: аналітична записка / Л. Гриневич, Л. Ільч, Н. Морзе, В. Прошкін, І. Шемелинець, К. Линьов, Г. Рій. Київ: Київський ун-т ім. Бориса Грінченка, 2020. С. 2; 3. Поступна О. В. Публічне управління регіональними освітніми системами в Україні : монографія. Харків : ТОВ «Оберіг», 2021. С. 223; 4. Про схвалення Концепції розвитку сільських територій: розпорядження Кабінету Міністрів України № 995-р від 23 вер. 2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2015-%D1%80#Text>; 5. Чисельність та структура наявного населення за типом місцевості / Державна служба статистики України. URL: <http://db.ukrcensus.gov.ua/> (дата звернення: 28.10.2022).

**Топоркова М.М., канд. юрид. наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Земля як найважливіший елемент реалізації багатьох прав людини

Земельне питання торкається безлічі сфер і впливає на здійснення низки прав людини. Для більшості людей земля є джерелом засобів для існування та займає центральне місце в економічних правах. Земля часто пов'язана з національною ідентичністю, а також із соціальними та культурними правами.

Правозахисні аспекти земельного питання впливають на низку моментів: скорочення масштабів злиднів; світобудування; гуманітарну допомогу; запобігання стихійним лихам та відновлення після них; планування розвитку міських та сільських районів. Відсутність продовольчої безпеки, зміна клімату та швидка урбанізація перенаправили увагу на те, як земля використовується, контролюється та керується державами та приватними суб'єктами.

Містобудівні проекти призвели до соціально-економічної поляризації у містах у зв'язку зі зростанням цін на землю та житло та нестачею житла економічного класу. Заходи захисту навколишнього середовища також іноді вступають у конфлікт з інтересами та правами населення, для якого земля є засобом для харчування та виживання.

Примусове виселення мільйонів людей по всьому світу призводить до їхньої бездомності, безземелля та крайньої бідності.

Земля залишається вирішальним елементом у конфліктних та постконфліктних ситуаціях. Коли конфлікти закінчуються, реституція житла, землі та права власності для біженців, що повертаються, і внутрішньо переміщених людей становить основну частину миробудування.

Національні закони, політика та звичаї зазвичай визначають, як земля використовується, контролюється та передається. Законодавче визнання індивідуальних прав на землю може посилити гарантію володіння.

Однак, коли статутне законодавство не визнає права володіння, що здійснюються як звичайне або допоміжне володіння (наприклад, права володіння, які реалізують корінні народи, або сезонне користування землею кочовими громадами), індивідуальне право власності може підірвати доступ і контроль над землею для людей, чий засоби до існування залежать від нього. У приватній сфері дискримінаційні закони про спадкування, включаючи звичаєві норми, часто підривають справедливий доступ до землі для жінок і дівчат.

У деяких країнах національне законодавство визнає різні форми «права на землю», такі як право на земельну ділянку або право володіння (набуття прав через володіння протягом встановленого періоду часу та за певних умов). У національних юрисдикціях фізичні особи і групи осіб можуть користуватися різними правами на землю та майновими правами на доступ, використання, контроль і передачу землі у власність. На національному та місцевому рівнях існують системи землеволодіння, які складаються з багатьох рівнів правил, законів, звичаїв, традицій, уявлень і правил.

Однак це «право на землю» не обов'язково передбачає право людини користуватися своєю власністю. Хоча в даний час немає прямого посилання на загальне право людини на землю згідно з міжнародним правом прав людини, кілька міжнародних документів з прав людини пов'язують земельні проблеми зі здійсненням конкретних основних прав людини. Право на землю виходить на один рівень з правом на їжу, рівністю між жінками та чоловіками, захистом і допомогою внутрішньо переміщених осіб, а також правами корінних народів та їхніми стосунками з землями чи територіями їхніх предків. Органи Організації Об'єднаних Націй з моніторингу договорів про права людини та уповноважені спеціальні процедури розглядали земельні питання на рівні з іншими правами, включаючи недискримінацію та права на достатнє житло, їжу, воду, охорону здоров'я, роботу, свободу переконань і їх самовираження, рішучість, а також право брати участь у громадських справах і культурному житті.

Міжнародне гуманітарне право також може мати відношення до земельних питань, наприклад, через заборону нападів на об'єкти та знищення об'єктів, необхідних для виживання цивільного населення та обов'язків окупаційних держав на окупованих територіях. Широкомасштабне знищення та привласнення майна також може становити військові злочини. Стандарти, що стосуються біженців і переміщених осіб, визнають їхні права на житло, землю та власність, підкреслюючи, що забезпечення цих прав є важливим для довгострокового миру, стабільності, економічного розвитку та справедливості. Наприклад, Конвенція 1951 року про статус біженців містить положення про права біженців на проживання, власність, житло та свободу пересування.

Хоча в міжнародному екологічному праві існує обмежена кількість посилань на зв'язок між землею та правами людини, зростає усвідомлення того, що безпечне, чисте, здорове та стійке довкілля, включаючи землю як один із його елементів, є необхідною умовою для здійснення прав людини. Дискусії щодо екологічного права також визнають, що певні права та принципи людини, особливо доступ до інформації, участь у прийнятті рішень і доступ до правосуддя в питаннях, що стосуються довкілля, є важливими для прийняття екологічних рішень. Тривають дискусії щодо права на безпечне та здорове довкілля як окремого права людини. Рада з прав людини також почала вивчати вплив зміни клімату на здійснення прав людини.

Загалом, незважаючи на відсутність окремого права людини на землю, існуючі міжнародні стандарти прав людини та інше відповідне міжнародне право стосуються широкого кола земельних питань.

Список використаних джерел:

1. LECKIE, Scott (Ed.). 2008 Housing, land, and property rights in post-conflict United Nations and other peace operations: a comparative survey and proposal for reform. New York: Cambridge University Press; 2. Olivier De Schutter, "The emerging human right to land", *International Community Law Review*, vol. 12, 2010; 3. *Realizing Women's Rights to Land and Other Productive Resources* (Geneva and New York, OHCHR and UN-Women, 2013). *Realizing Women's Rights to Land and Other Productive Resources* (Geneva and New York, OHCHR and UN-Women, 2013).

**Третяк Н. А., канд. екон. наук, старший дослідник,
Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого
розвитку Національної академії наук України», Україна**

Капіталізація землекористування в Україні

Вирішення соціальних, екологічних та земельних проблем в Україні, вбачаємо через капіталізацію землекористування, як одного із головних компонентів ефективності використання та захисту земельних і інших природних ресурсів. На сьогодні більшість природних ресурсів, включаючи землю, не беруть участі в економіці. При тому, що соціально-економічні та екологічні відносини до землі як компоненту природного середовища, основного засобу виробництва у сільському та лісовому господарстві і просторового розміщення вимагають відповідних механізмів капіталізації з врахуванням сталого розвитку. Однак, поняття «капіталізація» не нове, однозначного визначення даної категорії на сьогоднішній день в Україні не склалося (табл.).

Таблиця

Трактування поняття «капіталізація»

Поняття	Автор(и)
Капіталізація (земельних ресурсів) – процес поступового нарощування вартості земельних ресурсів як основної складової капіталу у результаті дії об'єктивних закономірностей просторового розвитку відповідної території та цілеспрямованого впливу системи заходів інституціонального, інтелектуально-соціального, організаційно-землепорядного й фінансово-економічного змісту щодо її зростання	М.Хвесик
Капіталізація (природних ресурсів) – складний процес перетворення факторів виробництва в капітал в економічних системах на засадах гармонізації інтересів суб'єктів господарювання з метою забезпечення сталого розвитку національних територіальних утворень	
Капіталізація – це процес, тісно взаємопов'язаний з ефективністю виробництва. Територіальна економічна система забезпечує зростання її рівня, переходячи до стратегічного освоєння своїх територій, орієнтуючись не тільки на залучення в обіг нових природних ресурсів, але й на збільшення вартості капіталу за рахунок перетворення природних ресурсів у капітал	А.Молчан
Капіталізація – включення в господарський обіг природних ресурсів, який передбачає формування такого інституціонального середовища, в рамках якого ці ресурси можуть отримати адекватну оцінку і легко трансформуватися в інші форми мобільного капіталу, зокрема в фінансову	В.Пилипів
Капіталізація (природних ресурсів аграрного сектора в зоні зрошення) – це процес залучення природних ресурсів в еколого-збалансоване сільськогосподарське виробництво, перетворення їх в капітал з урахуванням якісних і кількісних показників та утворення доданої вартості шляхом формування відповідного інституціонального середовища	Л.Грановська, Р.Кисельова
Капіталізація земельних ресурсів – зростання сукупної вартості активів, пов'язаних із ними та спроможних приносити дохід, або використання ресурсів для виробництва товарів та послуг, вкладених у справу і функціонуючих як джерела засобів виробництва	І.Бистряков

Джерело: [1-6].

Таким чином, така різнобарвність визначення капіталізації не дає кінцевої

відповіді на розуміння поняття та сутності капіталізації землекористування, попри те, що багатьма українськими вченими досліджувалося це питання.

Розглядаючи сутність капіталізації через призму землекористування, то за А. Третяком це всі блага (землі), на які людина має відповідні права (або може користуватися) і які являють собою синтез природної енергії в різних формах і здібностей людини (праці, людського інтелекту), а також поліпшення якості землі та інших природних ресурсів які нерозривно пов'язані із земельною ділянкою а також раніше створених людиною у вигляді матеріальних і нематеріальних засобів, ресурсів та інформації [9].

Однак, перш чим вести мову про капіталізацію землекористування, необхідно з'ясувати сутність поняття «земельний капітал». Так за дослідженнями А.М. Третяка [9] земельний капітал, «з одного боку, – це економічна категорія, не тільки породжена людиною, але й передбачає участь людини в процесі створення благ. З іншого боку, – це частина природного капіталу «земельний капітал», «природна енергія», хоча і виділені та визначені людиною, але як природні категорії існують без людини, тобто об'єктивно, на відміну від таких категорій, як «вартість», «власність», «ціна» та інші, що існують лише у свідомості людини».

На рисунку приведена логічна модель структури методології формування земельного капіталу та етапів формування процесів капіталізації.

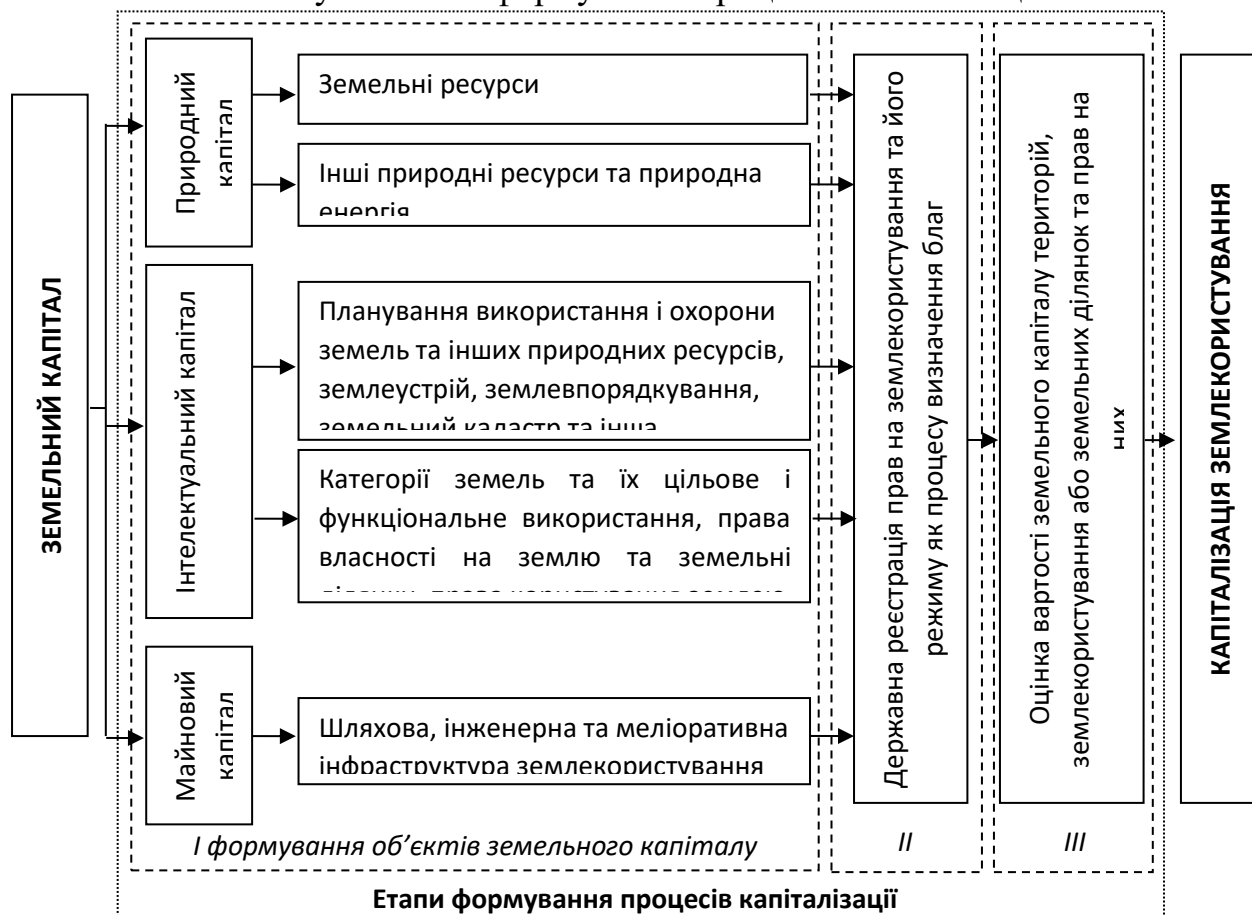


Рис. Структура методології формування земельного капіталу та етапів формування процесів капіталізації (сформовано з використанням [7])

Отже, поява людини, яка почала використовувати свій інтелект, призвела до

істотного збільшення ефективності тих природних процесів, які відбувалися і без неї. Проте застосування інтелекту людини щодо здійснення таких земельних поліпшень як планування використання і охорони земель та інших природних ресурсів, землеустрій, землевпорядкування тощо, привело до збільшення вартості природної частини земельного капіталу.

Таким чином, капіталізацію землекористування необхідно розглядати у таких аспектах: по-перше це процес здійснення територіально-просторового планування землекористування, землеустрою та землевпорядкування як земельних поліпшень та складової формування земельного капіталу; по-друге це процес державної реєстрації прав власності на землекористування та його режиму як визначення видів благ; по-третє це процес оцінювання вартості землекористування (земельних ділянок та прав на них) як земельного капіталу, що продукується внаслідок використання або невикористання землі, з метою перетворення ресурсу на актив, привабливий для інвестицій. Крім того, четвертим аспектом капіталізації землекористування є збільшення (нарощення) такої вартості на відповідному землекористуванні. Нарощування вартості земельного капіталу здійснюється в залежності від територіальної ознаки (національного, регіонального і місцевого рівнів) та категорій земель (галузі діяльності, цільове призначення), а також в процесі капіталізації має враховуватися територіальна інфраструктура. Однак, цей процес потребує додаткового дослідження.

Отже, під капіталізацією землекористування необхідно розуміти процес формування та зростання вартості земельного капіталу і створення доданої вартості від організації використання земель та інших природних ресурсів і прав на них, здійснення земельних поліпшень, обігу земельних ділянок або їх сукупності як землекористування та прав на них. І саме капіталізація землекористування може стати важливим інструментом вирішення соціально-економічних проблем та раціонального використання і охорони землекористування в контексті сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бистряков І.К. Природні ресурси як фактор активізації екологоекономічної діяльності. Економіст. 2011. № 4. С. 21–35.
2. Грановська Л.М., Кисельова Р.А. Теоретичне забезпечення капіталізації природних ресурсів для еколого-збалансованого розвитку аграрного сектора зони зрошення. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2018. Вип. 31. С.161-165.
3. Економічна енциклопедія: у 3-ох томах. К.: ВЦ «Академія», 2000. Т. 1. 864 с.
4. Капіталізація природних ресурсів: монографія. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. 268 с.
5. Мочерний С.В. Економічна теорія. К.: ВЦ «Академія», 2003. 656 с.
6. Пилипів В.В. Проблемні аспекти капіталізації природних ресурсів в системі територіального управління. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 15. С. 42–45.
7. Третяк А.М., Земельний капітал: теоретико-методологічні основи формування та функціонування. Львів: СПОЛОМ, 2011. 520 с.

**Улько Є. М. канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна
ННЦ «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О. Н. Соколовського»
НААН України**

**Методологічні основи сталого управління ґрунтовими (земельними)
ресурсами в умовах глобальних змін клімату**

Управління ґрунтовими (земельними) ресурсами передбачає низку компонент і стратегічних напрямів подальшого розвитку їх як природного компоненту, так і економічного активу. Специфічні риси управління ними полягають в здатності сформулювати та досягти намічені цільові показники, врахувати по можливості істотні відхилення та зрештою мінімізувати їх вплив. Однак такі диференціації складаються з багатьох причин, які не завжди є підконтрольні із-за природно-кліматичних, ґрунтових умов чи залежать від організаційних і фінансових чинників. Всі вони так чи інакше впливають на ефективність менеджменту земельних активів як невід'ємного складнику національного багатства країни та не до кінця вивчені в площині механізмів впливу на поступальний і водночас синергійний консенсус балансу інтересів агросфери і макроекономічного підйому.

Разом з тим погіршення відтворення ґрунтової якості як складової сталого управління ґрунтовими ресурсами пов'язано з глобальним зрушенням природного характеру, це зміною клімату. Монографічним дослідженням виявлено несприятливий стан справ зі змінами в температурах повітря у світі та окремо в Україні. Підвищення температурних режимів має дуальне розходження (за джерелами емісії та поглинання двоокису вуглецю), по факту відбувається температурна диференціація, причини цьому є водночас явними і становлять ті всі чинники сталості управління ґрунтовими ресурсами. Проте зазначимо, які саме випереджальні тенденції вже відбулися. Цьому є підтвердження у зроблених висновках згідно досліджень Л. Вілсон, С. Нью, Дж. Дарон і Н. Голдінг [1], які у наданому звіті про вплив змін клімату в Україні, де згідно даним Національної метеорологічної служби Великої Британії (Met Office) відмічають про зміну температури в останні тридцять років для України в 1,5 °С. При цьому моделювання температурних змін до кінця сторіччя, навіть при прирості в 2 °С в глобальному масштабі, це знову призведе, що на сході Центральної Європи, зокрема в Україні потепління буде більшим чим у світі. Тим самим ще раз свідчить про нерівномірність кліматичних змін у зональному розрізі, особливо загрозливим виглядає ситуація для України, якщо зміни в подальшому не будуть упереджуватися. Про серйозність таких викликів свідчить і те, що в разі зміни температури в світі до кінця сторіччя на 4 °С географічне зональне розширення сягатиме 400 км до відповідних полюсів. Разом з тим у доповіді акцентується у вага ще на одній проблемі екстремальних (аномальних) злив (сильних опадів), ймовірність настання яких вразі існуючих тенденцій можливо підвищитись аж до 10–25 %.

У свою чергу аналіз даних наведених міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України свідчить, що протягом десятиліть приріст середніх температур повітря постійно зростає, тим більше останній характеризується нерівномірністю в динаміці. Так, за період 1991–2000 рр. – на 0,5 °С, 2001–2010 рр. – на 1,2 °С і в 2010–2019 рр. – на 1,7 °С. При тому в світі за доповіддю групи експертів зі змін клімату (МГЕЗК), який був поданий до ООН і має назву «Зміна клімату – 2007» за останні сто років температура підвищилася на $0,74 \pm 0,18$ °С. Отже це засвідчує про набуття крайнє негативної тенденції та посилення процесу диференціації температур в Україні порівняно зі світом. Як показують дослідження академіка НААН М. Ромащенко, середня температура в світі за останні десять років (за 2006–2015 рр.) збільшилася на 0,29 °С, у Європі – на 0,4 °С, а в Україні – на 0,6 °С [2–4]. І на фоні цього виникнення за спостереженнями й аналізом, зокрема змін температури повітря виникає загрозна явище, якому можливо дати назву дивергенція землекористування, коли зі стрімким збільшенням концентрованих парникових газів (КПГ) частка на генерації сільського господарства постійно у відносній вазі зменшується за двоокисом вуглецю (діоксину вуглецю), а акумуляції їх, навпаки, зростає. При цьому якщо в глобальному вимірі це відбувається з одними темпами, то в Україні це й процес має більш виражений напрям. Від так, найбільшим реципієнтом збитків стає саме сільське господарство і безпосередньо його основний ресурс – ґрунти [4, 5].

Крім того, викликів зі зменшення опадів в Україні чітко не виявлено, коли норма за 1961–1990 рр. складає 578 мм, то в середньому за 1991–2017 рр. вона не зменшується. Це дозволяє розглядати такий стан як об'єктивно позитивний чинник формування продуктивності земель в середньому по країні, не знижуючи їх ринкову ціну та не є істотним ендогенним фактором у нормативно грошовій вартості земель сільськогосподарського призначення. Однак не все виявлено стабільним у поширенні вологозабезпечення, а від так і доступної продуктивної вологи у ґрунтах за ґрунтово-кліматичними зонами. Висока строкатість та присутність видозмін характеризує територіальні зміни, коли в ряді областей (близько 10) за період 2014–2018 рр. опадів випало на 7–12 % менше. На цьому фоні з'являються нові території в яких до цього часу не бракувало вологи, присутні тенденції до опустелювання [2–4].

Аридизація територій країни і дефіцит продуктивної вологи створює нові загрози для сільського господарства та населення. У таких умовах відбуваються процеси пов'язані з розширенням зони нестійкого ведення сільськогосподарського виробництва, а генетичні вимоги до сортів рослин вимагають посилення на стійкість до нетипових хвороб, популяцій невластивих ареолам шкідників і вилягання від посух. Частково це вирішується через обробку посівів, але в умовах зростання попиту на екологічно чисту продукцію органічного, біодинамічного та споріднених систем землеробства як на внутрішньому, так і зовнішньому (світовому) ринках такий крок є недопустимим, а тому вирішення має бути в інших напрямках організаційно-виробничої діяльності.

Зміни клімату, наявні деградаційні процеси з ґрунтоутворення, ринкові бар'єри (зовнішні ефекти та/або екстерналиї), у тому числі голландська хвороба є наріжним каменем до спроможності в даних умовах формування сталого управління ґрунтовими ресурсами. Основними складовими сталого управління ґрунтовими ресурсами, вважаємо, що мають бути організаційна, інституційна, нормативна, технологічна, механізм попиту і пропозиції на ресурси, податкова або фіскалізація, зокрема розвиток і поширення практики екологічного оподаткування, як податок А. Пігу, інноваційна та інвестиційна діяльність, інформаційна та правова компонента, системний та процесний підходи до управління (менеджменту) складними природно-економічними об'єктами та соціальною інфраструктурою сільських територій.

Методологія сталого управління доводить про різне сприйняття даного терміну та відсутності вичерпності в питанні екологізації використання ґрунтових ресурсів, оскільки одночасно присутнім і вживаним є в науковому обігу в певній мірі споріднених, але водночас таких відмінних дефініцій характеризуючи стан і розвиток об'єкта чи процесу як сталий, стійкий, збалансований, екологічний, пропорційний тощо.

Мультиживаність дефініцій залишається активною й на сьогодні, вносячи певні інституційні пастки, але зважаючи на ряд спільних ознак все ж є незаперечна та фундаментальна відмінність між сталим управлінням та іншими категоріями, що пов'язано з істотною спрямованістю сталого управління на формування пріоритетів майбутнього порівняно з сьогоднішнім. Тому явні тенденції землекористування в Україні не здатні задовольняти умов і зростаючих потреб у майбутньому, в тому числі через глобалізаційні процеси, і в свою чергу потребують кардинальних змін в якості ґрунтів, їх відновлення родючості, зростання екосистемних послуг, ринковій ціні земель, ефективності їх обігу, забезпечення фізичного та економічного доступу до продовольства. Використання різноманітних прийомів, особливо матричних методів аналізу дозволяє краще проникнути в методологічні аспекти сталого управління землекористування, однак первісний аналіз показує, що не всі з них можуть бути придатними до такого, вважаємо, що доцільно застосовувати як SWOT чи PEST аналіз.

Список використаних джерел:

1. Wilson, L., New, S., Daron, J., Golding, N. Climate Change Impacts for Ukraine. Met Office, 2021. 34 p.
2. Climate Action Tracker. Ukraine Country Summary. Climate Action Tracker. Available at: <https://climateactiontracker.org/countries/ukraine/>
3. Ромащенко М.І. та ін. Стан і перспективи застосування мікрозрошення в умовах змін клімату. *Меліорація і водне господарство*. 2020. 2. С. 31–38. DOI: <https://doi.org/10.31073/mivg202002-262>.
4. Ромащенко М.І. та ін. Сталий розвиток меліорації земель в Україні в умовах змін клімату. *Аграрні інновації*. 2020. 3. С. 5–22. DOI: <https://doi.org/10.31073/mivg202001-235>.
5. Tarariko O., Iliencko T., Kuchma T., Velychko V. Long-term prediction of climate change impact on the productivity of grain crops in Ukraine using satellite data. *Agric. Sci. Pract.* 2017, 4. 3–13.

**Юхно А.С., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
Україна**

**Пріоритетні напрями вдосконалення економіко-екологічного
управління земельними ресурсами в умовах післявоєнного відновлення
України**

Кожен день війни в Україні, що почалася 24 лютого і триває по сьогоднішній день, наносить значних економічних та екологічних втрат не лише нашій державі, а і країнам всього світу. Зростання цін на основні продукти та товари, щоденна інфляція, забруднення повітря, водних та земельних ресурсів у наслідок бойових дій є наслідками, що відчують країни Європейського Союзу та світу в результаті російського вторгнення в Україну. Відповідно післявоєнне відновлення повинно покращити ситуацію не лише в Україні, а і далеко за її межами та повинно бути зосереджене на вдосконаленні економіко-екологічного управління земельними ресурсами як всієї території України, так і її окремих адміністративно-територіальних одиниць [1, 2].

Основними задачами відновлення післявоєнної України є поєднання політики економічної стабілізації з врахуванням екологічних показників. Відповідно до цього були сформовані пріоритетні напрями вдосконалення економіко-екологічного управління земельними ресурсами, які передбачають реалізацію наступних заходів:

- забезпечення продовольчої безпеки держави шляхом заохочення сільськогосподарських підприємств до розвитку галузей рослинництва та тваринництва;
- збільшення валового виробництва у рослинництві за рахунок вирощування районованих сільськогосподарських культур у межах аграрних зон;
- відродження галузі тваринництва шляхом надання державою дотацій;
- раціональне використання бюджетних коштів при здійсненні державних закупівель сільськогосподарської продукції;
- створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств районів;
- врахування ринкового обігу земель;
- запровадження у виробництво прогресивних технологій;
- фінансування заходів з формування виваженої екологічної політики держави, направленої на заохочення сільськогосподарських підприємств до вирощування екологічно чистої сільськогосподарської продукції;
- звільнення від сплати орендної плати землекористувачів за земельні ділянки державної власності при реалізації заходів з охорони земель;
- компенсація землевласникам та землекористувачам недержавного доходу внаслідок консервації деградованих, малопродуктивних та техногенно-забруднених земель;

- збереження природного ландшафтного різноманіття шляхом встановлення контролю з боку держави за розорюванням земель, вирубкою лісів, осушенням або обводненням територій тощо;
- збереження та підтримка біологічного різноманіття з метою підтримки балансу у біоценозах;
- подолання деградації ґрунтів, в тому числі внаслідок проведення бойових дій (особливо це стосується земель сільськогосподарського призначення, які є стратегічними для забезпечення продовольчої безпеки як в Україні, так і у світі);
- запровадження протиерозійних заходів;
- подолання забруднення атмосферного повітря, ґрунтів, поверхневих та підземних вод хімічними речовинами та елементами як в наслідок проведення бойових дій так і в результаті людської діяльності в мирних умовах;
- врахування показників ландшафтного планування при формуванні нових та впорядкуванні існуючих землеволодінь та землекористувань, націлених на виробництво екологічно безпечної та економічно вигідної продукції.

Реалізація напрямів вдосконалення економіко-екологічного управління земельними ресурсами в умовах післявоєнного відновлення України потребує залучення фахівців, які спеціалізуються на питаннях у сфері Державного земельного кадастру, управління земельними ресурсами, землевпорядкування, геоінформаційних систем, екології, ґрунтознавства, містобудівного кадастру, лісового кадастру, водного кадастру, сільського господарства, економіки. Комплексна робота даних спеціалістів забезпечить підвищення ефективності використання земельно-ресурсного потенціалу території з урахуванням елементів аграрного зонування земель, відтворення виробничо-ресурсного потенціалу галузі сільського господарства, раціонального використання земель і відтворення родючості ґрунтів, удосконалення роботи органів державної влади та місцевого самоврядування адміністративних районів, що знаходяться на території різних адміністративних областей України та належать до різних аграрних зон з метою перенесення отриманих показників на регіональний рівень, а потім на національний для створення єдиного економіко-екологічного управління земельними ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Делікатна І. Україна, війна, довкілля. Чи знає Захід про екологічні наслідки війни. Економічна правда, 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/8/691294/> (дата звернення: 15.09.2022);
2. Стрілець Р. Бомба сповільненої дії: чому світ не може ігнорувати екологічні наслідки війни в Україні. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/249216/> (дата звернення: 15.09.2022).

Ярова В.В., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна
Міщенко А.С., здобувачка вищої освіти ступеня бакалавр
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна

Аналіз соціальних параметрів інноваційного розвитку України і країн ЄС

Ключовою метою функціонування держави є розвиток людини. Україна на шляху перетворення на розвинуту демократичну державу визнала для себе пріоритетність соціальної ефективності інновацій.

Метою публікації є дослідження теоретичних положень щодо соціальної ефективності інновацій та аналіз окремих соціальних параметрів інноваційного розвитку України і країн ЄС.

Системний підхід до проблематики інноваційного розвитку передбачає такі види аналізу: фінансово-економічний, комерційний, науково-технічний і аналіз соціального аспекту ефективності. Рух інноваційної економіки, розвиток науки спрямований на турботу про існування людей та людського суспільства, на зростання добробуту людей.

Кілієвич О., Мертенс О. вказують на те, що соціальний ефект інновацій проявляється у покращанні здоров'я населення, поліпшенні екологічної обстановки, зростанні освітнього рівня людей [1]. Ящишина І.В. підкреслює, що «забезпечення високого рівня життя на основі сучасних інноваційних технологій є однією з умов, дотримання якої дозволить гармонізувати міжлюдські взаємини як у локальному, так і в глобальному масштабі» [2, с. 40].

Для міжнародного порівняння у якості показника рівня розвитку країни використовують значення валового внутрішнього продукту або валового внутрішнього продукту (далі ВВП) у розрахунку на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС) у доларах США. Цей показник відображає економічне благополуччя населення країни. За ним судять, бідна чи багата країна. Підрахунок ВВП на душу населення за ПКС проводить Світовий банк (*GDP per capita, PPP (current international \$)*) [3].

За даними щорічного видання журналу *The Economist* «Світ у цифрах» у 2020 р. найвищого ВВП на душу населення досягнуто у Монако – 185829\$, Ліхтенштейн – 180432\$, Бермудські острови – 117089\$, Люксембург - 114705\$, Макао - 84096\$ [4].

Загальноприйнятим міжнародним індикатором стану та руху країни шляхом людського розвитку, показником якості життя вважають індекс людського розвитку або індекс розвитку людського потенціалу (*Human Development Index*, далі HDI). Цей індекс публікує Програма розвитку ООН. Методика розрахунку HDI заснована на поєднанні показників середньої та очікуваної тривалості шкільного навчання, очікуваної тривалості життя і рівня доходів (ВВП на душу населення за ПКС) [4]. HDI має значення від 0 до 100 балів. Країни з індексом вище 80 вважаються високорозвинутими (з точки зору

розвитку людини), від 70 до 79 балів – розвинутими, від 59 до 69 балів – середньорозвинутими, нижче 55 балів – слаборозвинутими.

У 2020 р. п'ятірка світових країн-лідерів за HDI виглядала наступним чином: Норвегія – 95,7; Ірландія, Швейцарія – 95,5; Гонконг, Ісландія – 94,9; Німеччина – 94,7 бали [4].

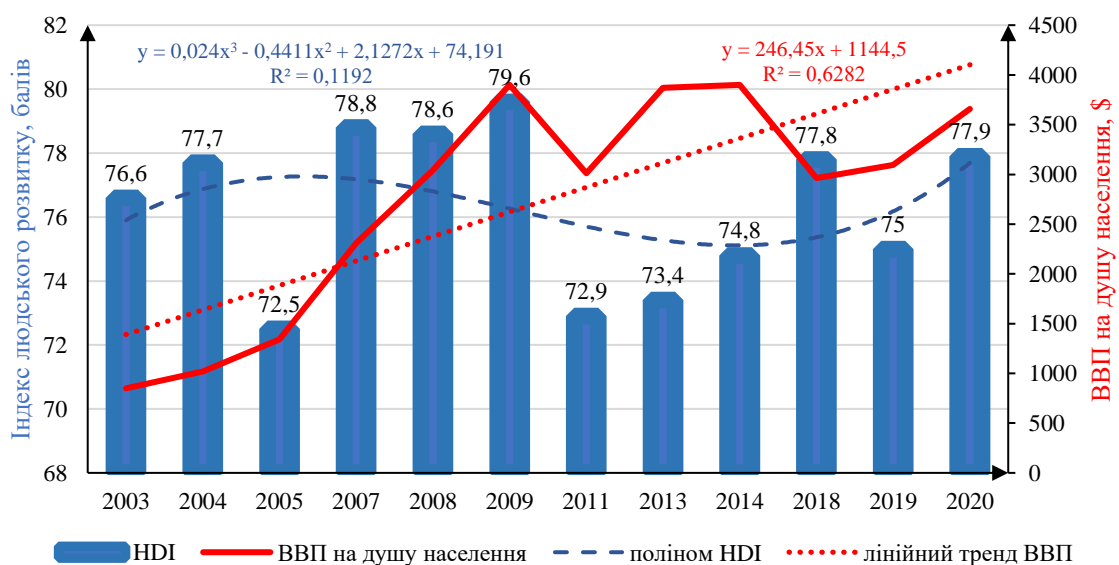
У підрахунки HDI Україна як самостійна держава була включена уперше у 1993 р. з показником 69 балів. Порівняльний аналіз HDI і його складової ВВП на душу населення України та 19 країн Європейського Союзу за 2003 – 2020 рр., що увійшли до Євросони, проведений у таблиці.

Порівняльний аналіз HDI і ВВП на душу населення України та країн ЄС

Роки	Україна		19 країн ЄС, що увійшли до Євросони		
	HDI	ВВП, доларів США на душу населення	HDI	ВВП, доларів США на душу населення	коефіцієнт до України
2003	76,6	850	92,1	22870	26,9
2008	78,6	3040	94,5	37870	12,5
2013	73,4	3870	88,3	36650	9,5
2018	77,8	2963	90,3	45538	15,4
2019	75,0	3095	90,4	46759	15,1
2020	77,9	3659	91,4	38976	10,7

Вартість ВВП на душу населення в Україні на протязі усього досліджуваного періоду значно менша за аналогічні показники країн Євросони. Наприклад, відносна величина порівняння у 2020 р. показує, що рівень життя українців за показником ВВП на душу населення у 10,7 разів нижчий, ніж у високорозвинутих країнах ЄС. Втішає тільки те, що за вісімнадцять років розрив у відносній величині порівняння між порівнюваними країнами скорочується майже з 27 разів до 11.

З використанням методів динамічного ряду ми проаналізували тенденції зміни HDI і ВВП на душу населення в Україні за 2003- 2020 рр. Результати представлені на рисунку.



Динаміка індексу людського розвитку України та ВВП на душу населення, 2003 – 2020 рр.

Як свідчать представлені дані, за досліджуваній 18-річний період найвищим HDI України був у 2009 р. і становив 79,6 балів. Найменше значення - 72,5 бали - було у 2005 р. Згідно шкали оцінювання, Україна відноситься до категорії країн з високим рівнем людського розвитку. Суттєве коливання індекса розвитку людського потенціалу зумовлені економічними негараздами, низьким рівнем життя населення, змінами у соціальних і демографічних факторах (низьким рівнем реалізації можливості прожити довге і здорове життя, відсутністю доступу українців до якісних медичних закладів та послуг), а також уточненнями у методології розрахунку показника.

Оцінка якості життя залежить від рівня доходу. Чим вищим є дохід домогосподарств, тим більше людей вважатиме своє життя повноцінним, тим меншою буде частка тих, хто безперечно бореться за виживання.

В Україні потрібно проводити економічну політику на засадах соціально-інноваційної економіки, оскільки від цього залежатиме прискорення розвитку та її міжнародна конкурентоспроможність.

Яцишина І.В. вказує на «вкрай неефективну інноваційну політику України. Кошти, що виділяються на інвестиційно-інноваційний розвиток науково-технічного сектору, не дають належної віддачі у контексті підвищення конкурентоздатності української економіки і не сприяють соціальному зростанню країни» [2, с. 156].

Таким чином, соціальна функція інноваційної економіки зростає. Вона є ефективною тоді, коли забезпечується зростання економіки, реалізується проблема подолання відносної обмеженості ресурсів, підвищується конкурентоспроможність кінцевої продукції, поліпшується якість життя і зростає добробут населення. Наука має служити не тільки економіці, а і людині, створювати матеріальні і духовні основи самореалізації особистості.

Ознаками соціальної ефективності інновацій можна вважати: якісна зміна, новизна характеру виробництва, перевищення результатів над виробничими витратами; збільшення долі інноваційно активних, наукомістких секторів, відхід від сировинної орієнтації економіки і збільшення частки продукції високого ступеня переробки; досягнення максимального добробуту та всебічного розвитку людини; вдосконалення трудових відносин; економія робочого часу і зростання вільного часу людини; екологічна ефективність.

Список використаних джерел:

1. Кілієвич О., Мертенс О. Мікроекономіка для аналізу державної політики: підручник. – Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2005. – 655 с.
2. Яцишина І.В. Соціальне спрямування інноваційної економіки: досвід, тенденції, наслідки: монографія / Ірина Яцишина. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2012. – 368 с.
3. Рейтинг країн за ВВП на душу населення (ПКС). URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/gdp-per-capita-ppp>
4. The Economist Pocket World in Figures: 2022 Edition. Published by Profile Books Ltd 29 Cloth Fair. London EC1A 71Q. 2021. 260 p.

Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ:
ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

МАТЕРІАЛИ

I Міжнародної науково-практичної конференції

3-4 листопада 2022 р.

Видано в авторській редакції

Відповідальний за випуск Ю.В. Пащенко
Комп'ютерна верстка Ю.В. Пащенко

Підп. до друку 01.11.2022 р. Об'єм даних 4,92 Мб

Державний біотехнологічний університет
Вул. Алчевських, 44, Харків, 61002