

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ЦЕНТР СТАЛОГО РОЗВИТКУ»



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ДЕРЖАВИ

**МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

28-29 квітня 2020 р.

Черкаси ЧДТУ 2020

УДК 33:351](063)
С91

Редакційна колегія

Григор О.О.	д.політ.н., к.н.держ. упр., доцент, ректор Черкаського державного технологічного університету
Демиденко В.В.	к.е.н., доцент, декан факультету економіки та управління
Манн Р.В.	д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та управління
Одінцов О.М.	д.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління
Ільченко Н.В.	к.н.держ.упр., доцент, доцент кафедри економіки та управління
Кошеленко С.В.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління
Березюк-Рибак І.Р.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління
Скорик О.О.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

Сучасні тенденції розвитку економіки та держави: матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції : 28–29 квітня 2020 р. [Електронний ресурс] / відп. ред. Р.В. Манн; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2020. – 80 с.

Матеріали конференції висвітлюють актуальні проблеми і сучасні тенденції розвитку економіки та держави в Україні і світі.

УДК33:351](063)

Редакційна колегія вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим, вважаємо можливим їх публікацію з метою обговорення.

УДК33:351](063)

Баранов Г.О.

3 курс, група ЕП-174+ск, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Манн Р.В.,**

д.е.н., професор кафедри економіки та управління ЧДТУ

ЦИКЛІЧНІСТЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

Отримання Україною статусу країни з ринковою економікою означало визнання української економіки як такої, що функціонує за капіталістичними законами ринку. Однак, як на практиці показала історія українського підприємництва, керівники вітчизняних підприємств виявилися ані теоретично, ані практично неготовими до циклічності кризових явищ в Україні.

Проведений аналіз джерел статистичної інформації надав можливість виокремити декілька основних причин, якими можна пояснити відсутність єдиних підходів до виокремлення кризових явищ в Україні. Руйнація на початку 1990-х років централізованої економічної системи надала похибки при перерахунках економічних показників для новонародженої України. Подібні похибки зростають через наявність «тіньової» частини ВВП, що на різних етапах історичного розвитку України суттєво занижували значення ВВП. Наприклад, у період 2010-2014 рр. тіньовий ВВП України коливався на рівні біля 500 млрд грн, що складало біля 35-41 % від динаміки ВВП у цей період (рис. 1) [4].

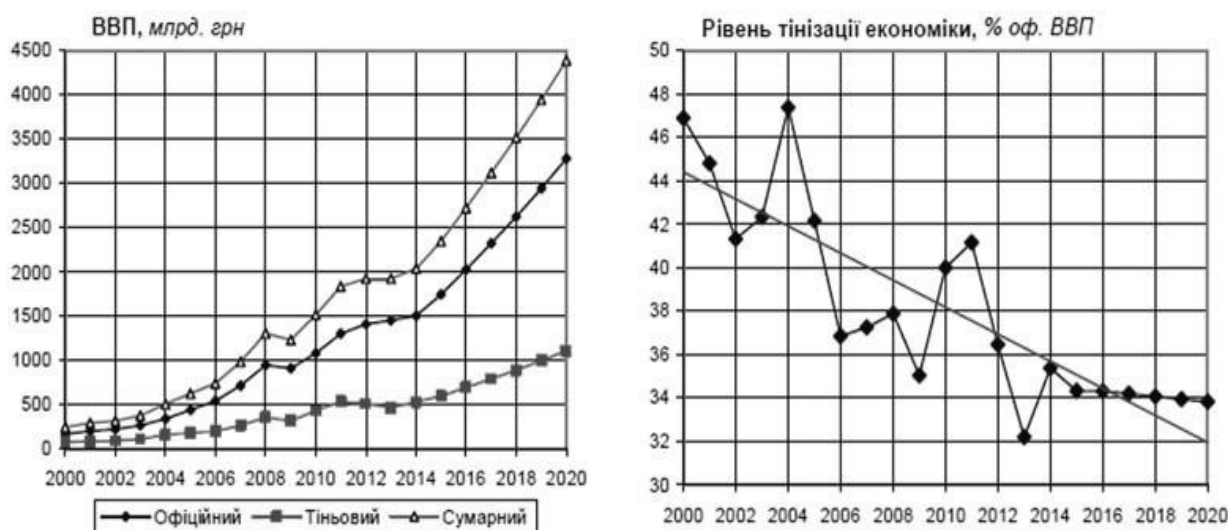


Рисунок 1 – Динаміка тіньового ВВП та рівня тінізації економіки України (* 2016-2020 прогностні значення) [1]

Згідно загальноприйнятим визначенням, яким користується більшість підприємств, під зміною ВВП слід розуміти відношення величини зміни показника ВВП у поточному році до його рівня у попередньому періоді. Однак, порівняння офіційно опублікованих на сайті Державної служби статистики України показників темпу зміни ВВП і розрахованих показників темпу зміни ВВП у відповідних роках не завжди узгоджуються між собою. Крім того, значення як номінального, так і реального обсягу ВВП не є однаковим у різних джерелах інформації, доступних для керівників підприємств. Особливо це стосується періоду перехідної економіки України 1991-2006 рр. Зокрема, не узгоджується між собою обсяг ВВП у доларах США, у поточних цінах, опублікований на порталах Міжнародного валютного фонду та Групи Всесвітнього банку, у той час як на сайті Державної служби статистики України [3] ця інформація за період 1991-2006 рр. з кінця 2015 року узагалі стала недоступною.

В Україні різко сповільнилося зростання ВВП у 2019 році. Економіка країни закінчила 2019 рік з несподіваними результатами: з одного боку, зміцнення гривні до долара на 14,5 % за рік і уповільнення інфляції, з іншого – падіння промислового виробництва. Промислове виробництво в листопаді скоротилося на 7,5% порівняно з листопадом 2018 року – це найгірший показник з часів кризи 2014-15 років. За підсумками 4 кварталу минулого року ВВП вийшов в плюс всього на 1,5 %. У Мінекономіки також констатували: спад промисловості набув системного характеру.

Уповільнення зростання ВВП було очевидне ще в IV кварталі 2019 року. Відбувається рецесія, падіння промислового виробництва не тільки продовжується, воно прискорюється протягом 7 місяців 2019 – з червня по грудень. У грудні 2019 року падіння промисловості склало мінус 8,3 % по відношенню до грудня 2018 року. При такій динаміці в промисловості, а промислове виробництво в структурі ВВП займає близько 24 %, це повинно було позначитися і на показнику ВВП, що і сталося.

Згідно з даними Держстату, така ж динаміка падіння зайнятості відбувається і по штатних співробітниках. Кількість їх скоротилася на 80 тисяч людей тільки в IV кварталі 2019 року, а за рік цей показник зменшився на мінус 300 тисяч осіб. А у 2018 році він становив мінус 13 тисяч по штатним співробітникам, тобто істотно менше.

Якщо подивитися річний показник, то зростання ВВП у 2019 році склало 3,2-3,3 %, що краще, ніж було закладено в бюджеті 2019 року, де зростання становило 3 %. Але ВВП – це агрегований показник. Треба дивитися на структуру росту, на його якість і стійкість. А зростання ВВП за останні роки, особливо за IV квартал 2019 року, є неякісним і нестійким. На тлі деіндустріалізації, істотного скорочення промислового виробництва, ми бачимо зростання ВВП. Насамперед, це відбувається за рахунок торгівлі, в тому числі і за рахунок торгівлі імпортованими товарами. Роздрібний товарообіг зростає, і за 2019 рік він зріс на 10,5 %. Зараз номінально зросли заробітні плати, але це відбулося не за рахунок інвестицій у виробництво, модернізацію, не через створення нових робочих місць, не через підвищення продуктивності праці, а через дефіцит робочої сили у зв'язку з масовою міграцією. Тобто, це не результат якихось дій, реформ, поліпшень, а зовнішній фактор.

Українські роботодавці змушені підвищувати зарплати, щоб хоч якось утримати громадян в країні.

Показники	2019E	Базовий сценарій	Світова Криза
ВВП, млрд грн	4 037	4 594	4 490
ВВП, млрд дол	156	178	156
Зростання ВВП, %	3,9	4,4	-0,7
Індекс споживчих цін, %	5,6	7,0	10,0
Індекс дефлятор, %	9,0	9,0	12,0
Курс грн/дол, середній	25,9	25,8	28,8
Доходи, % ВВП	38,8%	38,1%	38,3%
Видатки, % ВВП	41,3%	39,9%	41,0%
Дефіцит бюджету, %	2,6%	1,8%	2,7%
Держ борг на кінець року, млрд грн	2138	2301	3009
Держ борг, % ВВП	53,0%	50,1%	67,0%
Платіжний баланс з МВФ, млрд \$	2,4	2,0	-1,5

Джерело: оцінки Ukrainian Institute for the Future

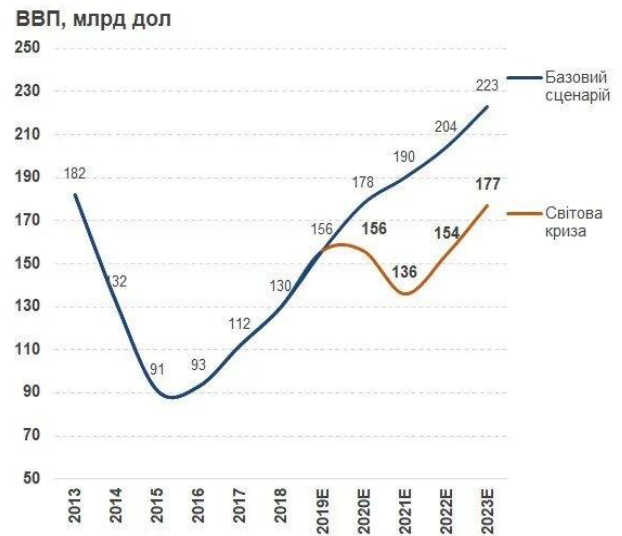


Рисунок 2 – Динаміка зміни та сценарій розвитку макроекономічних показників 2013-2023 рр.

Слід підкреслити, що в Україні не використовується інструмент індустриальних парків, немає нормальних умов для інвесторів – не тільки для зовнішніх, але і для внутрішніх. В Україні всі ці аспекти корумповані та витратні. Якщо хтось пропонує побудувати автомобільний завод, то йому потрібно надати майданчик. Якщо хтось створює робочі місця, йому потрібно компенсувати витрати з місцевого або держбюджету на кожного нового працівника. При цьому, якщо ця людина хоче продавати продукцію на експорт, то через експортне кредитне агентство можна вийти на переговори з покупцями з відмінними фінансовими умовами під 1-2 % річних за кредитом. Якщо зараз український експортер прийде на переговори, де присутня відстрочка платежу, та побачить, що у нас вартість грошей становить 20 % річних. Для того, щоб виробити продукцію і виграти за тендером, потрібні «довгі» гроші, яких в Україні немає [2].

Говорячи про сільське господарство, потрібно відзначити, що виробництво сільгосппродукції в січні 2020 року, порівняно з аналогічним періодом 2019 року, скоротилося на 0,7%. У минулому році, незважаючи на черговий рекордний урожай, виробництво продукції сільського господарства зросло на 1,1 %. А в 2018 році виробництво сільгосппродукції зросло на 8,1 %. Сільське господарство – це дуже нестабільна сировинна галузь. У тому ж тваринництві також потрібні «довгі» гроші, субсидії, підтримка держави. Оскільки в Україні все це відсутнє, то тваринництво не розвивається, поступово відбувається скорочення поголів'я, знижуються обсяги поставок молока. В Україні основна база сільського господарства є сировинною, не створюються підприємства з переробки, оскільки немає «довгих» грошей та умов для інвесторів.

В Україні у 2020 році не може бути стійкого зростання, оскільки в 2019 році інвестиції у ВВП становили 15 %. Нагадаю, для високого і сталого зростання ВВП необхідні інвестиції, близько 25-30 %. Ті ж самі прогнози вже зараз можна озвучити щодо 2021 року.

Інфляційні процеси в Україні залежатимуть від курсових процесів. Все йде до того, що відновиться девальвація, показниками цього є зовнішньоекономічна кон'юнктура, поведінка нерезидентів. Нагадаю, у державному бюджеті на 2020 рік закладено курс 27 грн за долар. Можливо, це зроблено для того, щоб не показувати зниження доходів бюджету, порівняно з 2019 роком. А в 2019 році державний бюджет недоотримав 85 млрд грн, а це становить майже 10 % недоотриманих грошей відносно плану на 2019 рік. Якщо подивитися на динаміку, то у 2020 році недоотримані кошти можуть скласти 100-120 млрд грн, що також прирівнюється до 10 % від запланованих доходів. У січні провал становив мінус 24,5 %, а лютий буде трохи краще, згідно з опублікованими даними Казначейства. При цьому курсова різниця не може пояснити падіння економіки.

Висновки. В Україні немає економічної стратегії, немає політичної еліти в повноцінному розумінні цього слова, яка думає про країну, у якої є розуміння напрямку руху розвитку країни на 20-30 років вперед. Ми повинні розуміти, яку економіку ми хочемо мати в кінцевому підсумку. Якщо ми хочемо мати сировинну модель, яка у нас зараз, і тільки посилити її, тоді в Україні населення складе 10-15 млн осіб, відбудеться «консервація» бідності. Цифра в 10-15 млн впливає з тих міркувань, що при такій економіці у великій кількості людей немає необхідності. Якщо ж ми хочемо розвивати країну, створювати нові робочі місця, зміщувати акценти зі сільського господарства, але це не означає, що його не потрібно розвивати, просто необхідно в пріоритеті розвивати інноваційно-індустріальні галузі, тоді повинна бути інша політика. Під цю економічну стратегію повинні бути задіяні інші інструментарії. Це все те, що робили нині багаті країни в процесі розвитку своєї економіки.

Список використаних джерел

1. Валовой внутренний продукт Украины. Финансовый портал «Минфин». 2016. URL: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>.
2. Чому українська економіка почала різко гальмувати, і що з нею буде в поточному році? URL: https://zik.ua/blogs/chomu_ukrainska_ekonomika_pochala_rizko_halmuvaty_i_shcho_z_neiu_bude_v_potochnomu_rotsi_959774
3. Державна служба статистики України. 2016. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Харазішвілі Ю. М., Дронь Є. В. Прогнозування індикаторів, порогових значень та рівня економічної безпеки України у середньостроковій перспективі: аналітична доповідь. К.: НІСД, 2014. 117 с.

Даценко А.О.

1 курс, група МЕМ-019, факультет економіки та підприємства,
Черкаський державний технологічний університетНауковий керівник: **Ільченко Н.В.**,

к. н. держ. упр, доцент, доцент кафедри економіки та управління

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛADOVA СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Сталий розвиток і довгострокова конкурентна стійкість соціально відповідальних підприємств забезпечується якістю управління, обізнаністю вищого керівництва і прийняттям управлінських рішень на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності і імплементації цих технологій у стратегічний розвиток підприємств. Активна реалізація перспективних соціальних проєктів, проведення ефективних соціальних заходів забезпечують розбудову держави, сприяють добробуту і підвищенню якості життя населення України [1, с. 247-251].

Оскільки Україна обрала пріоритетним напрямком євроінтеграцію як в середньостроковій, так і в довгостроковій перспективі, то український бізнес повинен орієнтуватися на європейські стандарти [2, с. 81-88].

Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності, який започатковано у 2006 р., визначив соціальну відповідальність як концепцію залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами (групами впливу).

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) поширюється на такі основні напрями: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Відповідно до інтересів соціальних груп підприємства виділяють складові частини соціальної відповідальності: економічна, юридична, етична, екологічна, дискреційна, філантропічна і політична (табл. 1).

Таблиця 1 – Складові частини соціальної відповідальності, їх кількісні показники

Складові частини	Показники
Економічна	Рівень заробітної плати, кількість робочих місць; темпи покращення умов праці; рівень зайнятості серед молодих фахівців; темпи зростання інвестицій в персонал (навчання, на лікування співробітників і дітей співробітників; певні виплати); темпи зростання соціальних відрахувань на одного працівника
Юридична	Величина та кількість податків і обов'язкових платежів
Етична	Максимальний рівень дотримання етичних вимог
Екологічна	Компенсація шкоди, заподіяної довкіллю; інвестиції на природоохоронні заходи; економія об'ємів теплової енергії; кількості викидів шкідливих речовин в довкілля
Дискреційна	Внесок у розвиток суспільства і поліпшення якості його життя
Філантропічна	Зміцнення репутації гідного корпоративного громадянина, фінансування і реалізація благодійних та соціальних проєктів
Політична	Відповідність політики, інтересів і стратегії підприємства до політики країни

Джерело: [1, с. 247-251]

Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу, вихід на нові ринки. До основних переваг ведення українськими підприємствами СВБ можна віднести:

1. Поліпшення фінансових показників. Одне з останніх досліджень з цього приводу, в ході якого порівнювалися компанії, що працюють в одному ринковому секторі і мають приблизно однакові розміри, а також обсяги діяльності, було проведено в 1997 році Сандрою Ваддок та Семюелем Грейвзом. Об'єктами їхнього аналізу стали 22 компанії: 11 – з високими показниками соціальної відповідальності і 11 – з низькими. Компанії оцінювалися за такими показниками: дохід з інвестицій, дохід від продажу, чистий прибуток тощо. Дослідження засвідчило, що впродовж 10 років у компаній, які реалізують концепцію соціальної відповідальності, фінансові показники були вищими, ніж у соціально невідповідальних компаній, а саме: дохід від інвестованого капіталу більший на 9,8 %, дохід з активів – на 3,55 %, дохід з продажу – на 2,79 %, прибуток – на 63,5 %.

2. Поліпшення іміджу та репутації брендів. Товарний достаток та великі можливості вибору на ринку створюють умови, за яких на вибір споживачів того або іншого товару чи бренду впливають не тільки його ціна і якість, а й багато інших чинників.

3. Підвищення продажу та лояльність споживачів. В європейських та інших країнах світу опитування показали, що значна частина покупців готова навіть змінити торгіву марку на таку, яка б асоціювалася з благодійними справами: у Великобританії таких споживачів виявилось 86%, в Австралії – 73 %, у Бельгії – 65 %. У 1998 році 28 % британців бойкотували товари компаній, які проводять безвідповідальну політику.

4. Зменшення плинності кадрів, підвищення відданості персоналу. В 2001 році більше половини випускників MBA (Master of Business Administration) віддавали перевагу тим компаніям, які відомі своїм відповідальним ставленням до суспільства, істотними соціальними програмами.

5. Скорочення тиску з боку перевіряючих органів. У деяких країнах продумана політика соціальної відповідальності може сприяти зменшенню тиску з боку перевіряючих органів. Можна стверджувати, що ті компанії, які дотримуються відкритості й прозорості у своїй діяльності, вкладають ресурси в соціальні програми, мають більш стійкі позиції у відносинах з владою [3].

Стратегія соціальної відповідальності бізнесу – план дій, спрямований на виконання місії соціально-орієнтованого підприємства, досягнення цілей на довгострокову перспективу розвитку підприємства та забезпечення внеску в розвиток суспільства. Стратегія СВБ є основною складовою, яка має бути інтегрована в стратегію розвитку підприємства.

Таблиця 2 – Характеристика елементів соціальної відповідальності бізнесу в реалізації корпоративної стратегії розвитку підприємства

Складові зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності	Складові внутрішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності
1. Кредити (гранти) на благодійні цілі	1. Соціальні інвестиції
2. Фінансова і матеріальна допомога	2. Наукові і практичні розробки
3. Стипендіальні програми	3. Екологічна програма

Продовження табл. 2

4. Робота в асоціаціях над законодавчими ініціативами	4. Етичні та інші стандарти роботи
5. Курси перекваліфікації працівників	5. Кар'єрний ріст персоналу
6. Партнерські проекти з владою, навчальними установами	6. Прозорість та конкретність у наданні звітності
7. Волонтерська діяльність та діяльність громадських організацій	7. Стимулювання робітників (премії, надбавки, компенсації)
8. Корпоративна філантропія у формі підтримки соціально значущих подій	8. Соціальні пакети

Джерело: складено автором на основі [4]

Основними принципами формування довгострокової стратегії діяльності підприємства у напрямі СВБ є: високі стандарти якості товарів та послуг; виконання зобов'язань перед співробітниками, постачальниками, партнерами; задоволення потреб та інтересів всіх стейкхолдерів.

Висновки. Отже, соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні: доцільно враховувати соціальну відповідальність при розробці стратегії підприємства; формування корпоративної стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами, покращення репутації підприємства в цілому; узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу.

Перспективами подальших досліджень є розробка програм реалізації стратегії соціальної відповідальності бізнесу.

Список використаних джерел

1. Власова К. В. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку підприємств АПК України // Економічний аналіз. Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 247-251.
2. Ковальчук Н. В. Економічні аспекти пріоритетів інтеграції України // Вісник ДДФА. Економічні науки. 2016. № 1. С. 81-88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfae2014_1_12.
3. Гоголя О. П., Кудінова І. П. Соціальна відповідальність бізнесу. К.: Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2018. 79 с.
4. Center corporate social responsibility development. URL: <http://csr-ukraine.org/>.

Деркач К.В.

3 курс, група ЕПск-174, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. Нині конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки. Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексне системне поняття, яке відображає конкурентні переваги конкретного підприємства над іншими за сукупністю параметрів (економічних, фінансових, виробничих, ринкових, кадрових, товарних тощо), що певним чином між собою поєднані та формують пріоритетну унікальність та закріплення позицій на певному ринку у конкретний проміжок часу при визначеному впливі середовища функціонування [4, с. 14].

Економічна категорія конкурентоспроможності є відображенням теорії конкуренції, що характеризує можливості окремого суб'єкта господарювання у використанні економічних переваг. Засновником теорії конкуренції в економічній літературі вважається Адам Сміт, який визначив поняття конкуренції як певного виду суперництва, що впливає на зміну цін та визначає основні умови ефективної конкуренції [4, с. 16].

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Етимологічно термін «конкурентоспроможність» визначається як здатність об'єкта змагатись з іншими аналогічними об'єктами за право бути обраним. При цьому ключовий вибір здійснюється за наявності відмінних ознак об'єкта – його конкурентних переваг [1, с. 17].

Конкурентоспроможність підприємства є комплексною та багатогранною категорією, яка відображає сукупність порівняльних переваг у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій тощо), поєднання яких формує для підприємства більш стійкі позиції на певному ринку у відповідний період часу у порівнянні з визначеними конкурентами. Конкурентоспроможність підприємства формується завдяки ефективному використанню виробничого, маркетингового, фінансового, науково-технічного, інноваційного, кадрового, майнового потенціалу, а також завдяки гнучкому пристосуванню до змін середовища функціонування, а часто – завдяки випередженню цих змін [2, с. 29].

Конкурентоспроможність продукції відображається двома основними показниками – якістю продукції та її ціна. Моделювання та дослідження

конкурентоспроможності окремих видів продукції є запорукою успішного продажу на відповідному товарному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежить від конкурентоспроможності галузі, регіону функціонування та економіки України в цілому, які формують конкурентне середовище.

Висновки. У сучасних умовах господарювання для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, на наш погляд, необхідним є:

- здійснення структурних зрушень у господарському комплексі регіонів на основі запровадження інвестиційно-інноваційної моделі з урахуванням особливостей потенціалу кожного з них;

- сприяння залученню додаткових інвестицій, в тому числі іноземних, для модернізації виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції, забезпечивши при цьому відповідність форм інвестицій обсягам фінансування;

- подальший розвиток підприємництва, насамперед малого та середнього бізнесу, посилення його конкурентоспроможності;

- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

- впровадження інформаційної інфраструктури для формування і реалізації промислової політики, системи стандартизації та якісних показників продукції, що забезпечить її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку;

- запровадження новітньої технології виробництва та удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов, використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;

- забезпечення значного підвищення кваліфікації ланки управління та рівня маркетингових досліджень, відповідного рівня кваліфікації науково-технічного та виробничого персоналу та його соціальний захист.

Список використаних джерел

1. Коваленко В. О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах // Економіка підприємства, 2015. № 2. С. 15-18.

2. Маслак О. І. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації // Економіка України. 2014. № 3. С. 27-31.

3. Портер М. Конкуренція. Москва: Вільямс, 2001. 495 с.

4. Янковий О. Г. Інноваційно-інвестиційний розвиток – основа конкурентоспроможності промислових підприємств: монографія. Одеса: Атлант, 2013. 224 с.

Долініна Т.В.

2 курс, група ЕП-184, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Потапенко Т.П.**,

к.е.н., доцент кафедри економіки та управління

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна ефективність діяльності підприємства обумовлюється співставленням фінансових результатів його діяльності (доходів) і витрат, які пов'язані з функціонуванням підприємства. Розв'язання проблеми підвищення ефективності діяльності має вирішальне значення для розвитку сучасних підприємств, формування їхніх фінансових ресурсів, зміцнення ринкових позицій, збільшення конкурентоспроможності продукції, а також для виведення всіх галузей економіки країни з кризи.

Найважливішим завданням, яке стоїть перед усіма суб'єктами господарювання, є підвищення ефективності їхньої діяльності, тобто одержання максимально можливих результатів за мінімальних витрат. Вирішення цього завдання може здійснюватися у двох напрямках: перший з них полягає у збільшенні виторгу від реалізації вироблених робіт, послуг, продукції; другий напрямок зводиться до скорочення витрат усіх видів затрачуваних на проведення операційної діяльності ресурсів. Основним шляхом максимізації припливу грошових коштів на підприємство є мобілізація резервів збільшення виторгу (доходів) від реалізації продукції, що в сучасних умовах можна забезпечити тільки правильним вибором маркетингової стратегії і здійсненням заходів щодо її реалізації (маркетингові дослідження ринку, просування продукції, рекламна кампанія, цінова політика, вибір каналів збуту тощо).

Початковим етапом маркетингової діяльності на підприємстві є проведення маркетингових досліджень, які дозволяють отримати відповіді на основні питання, що впливають на подальші господарські рішення підприємця (реальна і потенційна ємність ринку; частка ринку, яка належить підприємцеві; попит на продукцію і вимоги, які висувають до неї покупці та споживачі; рівень конкуренції і основні конкуренти; канали збуту продукції тощо). На підставі одержаної в процесі маркетингових досліджень інформації приймаються рішення про цільові ринки (сегменти), рішення про товарний асортимент і комплекс послуг, цінові рішення, рішення про методи стимулювання, рішення про місце розташування підприємства і його підрозділів (філій) та інші. Вибір шляхів і методів просування продукції повинен повністю ґуртуватися на результатах маркетингових досліджень. У діяльності підприємства збут відіграє найважливішу роль, він є заключною стадією виробничо-комерційного циклу.

Економічний зміст використання маркетингу полягає в прискоренні віддачі виробничих фондів підприємства, підвищенні мобільності виробництва і рівня конкурентоздатності товарів, своєчасному створенні нових товарів і прискоренні їх просування на ті зовнішні ринки, де може бути досягнутий максимальний

комерційний ефект. В умовах зростання конкуренції і боротьби за споживача виробники змушені вивчати конкретних потенційних споживачів, запити ринку і цілеспрямовано ставити завдання перед техніко-економічними розробками. Споживач диктує свої вимоги до продукту, що робить необхідним використання оптимальних структур управління, поєднання в управлінні принципів централізації і децентралізації, здійснення програмно-цільового підходу до розробки і прийняття управлінських рішень. Гостро постає питання забезпечення ефективної взаємодії на різних рівнях управління маркетингу, планування, контролю, організації і управління.

Головне в маркетинговій діяльності – розробка програм, їхнє основне завдання – дати можливість визначити оптимальну структуру виробництва, що орієнтується на одержання бажаного рівня прибутку. Розробка структурної політики може здійснюватися лише після розгляду можливих альтернативних шляхів досягнення бажаного прибутку. В процесі розробки програми прораховуються найдоцільніші варіанти такої структури виробництва, що зможе вплинути на формування нових потреб. Робота над програмами – творчий процес, що потребує постійного пошуку найбільш ефективних рішень. Оптимізація здійснюється шляхом постійного зіставлення різноманітних варіантів задоволення попиту ринку з витратою ресурсів при визначених технологіях. У ході розробки програми враховуються прямі і зворотні зв'язки із ринком. Це дозволяє своєчасно пристосувати структуру виробництва до потреб, що змінюються, і в той же час впливати на ці потреби.

Застосування маркетингу змушує по-іншому переосмислити сформовану практику планування, матеріального стимулювання, ціноутворення як у відділах, так і у верхніх ешелонах управління виробництвом. Необхідно перебудувати організаційну структуру, визначити чіткі повноваження і відповідальність. Це є необхідною умовою впровадження маркетингу в практику, оскільки маркетинг як функція управління містить у собі й організаційні структури.

Аналіз результатів маркетингової діяльності підприємства здійснюється по таких напрямках:

- аналіз річних планів збуту,
- аналіз прибутковості,
- аналіз ефективності маркетингу,
- аналіз товарно-матеріальних запасів.

Мета такого аналізу – з'ясувати ефективність маркетингової діяльності підприємства. Для проведення аналізу використовують фінансові звіти підприємства (про результати господарської діяльності, про прибутки і витрати, балансовий звіт), а також дані щодо:

- обороту з продажу продукції,
- розподілення продажів по регіонах,
- результатів діяльності збутового персоналу,
- регулярності надходження замовлень.
- розміру портфелю замовлень,
- способів продажів,
- стану товарних запасів тощо.

Висновки. Метою маркетингової діяльності на підприємстві є: формування і постійне стимулювання попиту; обов'язкова обґрунтованість усіх управлінських

рішень, починаючи з витрат на виробництво товару, закінчуючи післяпродажним обслуговуванням.

В даний час жодне підприємство в системі ринкових відносин не може нормально функціонувати без маркетингової служби на підприємстві. Маркетинг усе більш інтегрується в загальну систему управління підприємством, коли в основі прийняття практично усіх виробничих, збутових, фінансових, адміністративних і інших рішень лежить інформація, що надходить від ринку. Для реалізації цих підходів потрібні не тільки підготовлені фахівці, а певні зусилля по створенню управлінських структур, в завдання яких входить планування, організація і контроль маркетингової діяльності на підприємстві.

Таким чином, маркетинг є актуальною сферою функціонування підприємства. Керівники повинні зрозуміти, що нема ніякого сенсу у виготовленні товарів, що ніхто ніколи не купить, а значить необхідно мати у своєму штаті людей, що знають і розуміють потреби покупців. Тільки так можна забезпечити стабільне зростання прибутку компанії і зайняти гідне місце в міжнародній сфері економічних відносин.

Список використаних джерел

1. Мосійчук І. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. 2017. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/25081>
2. Резніченко А. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства. КНЕУ ім. В. Гетьмана. URL: http://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/stud_cons_soc_ek_13/sect_2
3. Соболева-Терещенко О., Жарнікова В. Теоретико-методологічні основи ефективних систем лояльності // Журнал Менеджер. 2017. № 2(75). С. 82-91. URL: <http://dsum.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/%E2%84%96-2-75-2017.pdf>
4. Струпинська Н. В. Методичний підхід до забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства // Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 379-387.

УДК 332.055.4

Іванова Т.С.

3 курс, група ПУА-178, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Манн Р.В.**,
д.е.н., професор кафедри економіки та управління

ІНТЕГРАЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

З розвитком бізнесу, торгівлі та зростаючим тиском тенденцій глобалізації, виявляються наступні аспекти – взаємозалежність і відображення ділової діяльності на навколишнє середовище та соціальні аспекти екосистем, включаючи населення. Питання сталого розвитку, як школи мислення – відповідно взаємовідносини між людиною, соціальною організацією суспільства і природою можна знайти в давній історії. Спеціалізовані академічні та політичні кола, на рівні міжнародних відносин та

інституцій, почали вирішувати цю проблему у другій половині двадцятого століття, в той час, коли проблеми, пов'язані з зростанням людського населення, економічним зростанням і збільшенням використання виникли невідновлювані ресурси.

Концепція сталості, сталого розвитку та сталого життя в даний час є дуже частим терміном і є ключовим поняттям у сфері законодавства. Все більше розкривається розуміння можливих зв'язків між економічними, екологічними, соціальними та інституційними вимірами розвитку і способами, якими ці сфери вимірюються не тільки окремо, але й у зв'язку між собою. Загалом, цей термін часто розуміють як подальший розвиток, який бачить взаємну повагу і прагне до балансу між соціальною, екологічною та економічною стороною.

Слідуючи з цього, підприємства дуже суттєво сприяють сталому розвитку суспільства, і в останнє десятиліття спроби досягти сталого розвитку можна побачити навіть на рівні бізнесу. Підприємці здійснюють свій бізнес таким чином, що навіть у багаторічному майбутньому вони змогли забезпечити відновлення ресурсів і врахувати соціальні та екологічні аспекти. Підвищення ефективності бізнесу має оцінюватися не тільки з точки зору послуг, виробленої продукції та прибутку, а й з точки зору впливу на людські та соціальні аспекти. Тому, необхідно вносити зміни до традиційних підходів, думок і ієрархії цінностей [1].

При цьому, на думку Хюрслова, необхідно розрізнити дві категорії. Перша складається з стійких підприємств та інших підприємств, які приймають концепцію сталого розвитку. Бізнес згідно з принципами сталого розвитку означає, що компанія знаходиться на шляху до стійкості. Отже, сталий розвиток є кінцевою метою, яку прагне досягти фірма. Концепція сталого розвитку може бути просунута в компанії на основі соціальної відповідальності та багатьох добровільних інструментів: систем управління якістю, системи управління навколишнім середовищем, системи управління охороною праці, екологічно чистого виробництва, екологічного маркування, відповідального догляду та ін. [2].

Таким чином, корпоративний успіх та оцінка ефективності повинні включати – на додаток до стандартних фінансових показників – відповідні нефінансові аспекти, які фактично являють собою здатність зв'язувати економічні, екологічні та соціальні профілі та підвищувати продуктивність у цих сферах. Підприємства почали усвідомлювати важливість балансу між економічними, екологічними та соціальними пріоритетами. Для того, щоб зберегти успішний розвиток, вони впроваджують принципи сталого розвитку в свої бізнес-процеси (менеджмент; співпраця із зацікавленими сторонами – постачальниками, клієнтами, місцевими громадами, планування і курс виробництва, маркетинг і продаж продукції тощо). Поряд з цим відбувається також зміна вимог та очікувань різних груп зацікавлених сторін, серед яких можна віднести [3]:

1. Вимоги клієнта – клієнти частіше почали враховувати екологічні та соціальні аспекти компанії та її продукції. У зв'язку з великою кількістю подібних продуктів, складно змінювати рішення при купівлі продукту. В даний час клієнти вважають, що «етичне споживання» у своїх рішеннях про закупівлі більше.

2. Правильний постачальник змінюється, фактично розширюється. Підприємства можуть передати вимоги далі в ланцюг постачання.

3. Вимоги зацікавлених сторін і власників – у той час як максимізація вартості бізнесу фактор сталості не є просто вимогою ззовні, це фактично розуміється як

потенційний інструмент для поліпшення корпоративної ефективності, який згодом може відобразитися у підвищенні конкурентоспроможності.

Аналізуючи взаємозв'язок між сталим розвитком та підприємництвом, зазвичай згадуються наступні три погляди:

1. Підприємництво базується на споживанні і, отже, на використанні невідновлюваних ресурсів у вигляді сировини та енергії, тому воно розуміється негативно і докладаються зусилля щодо його обмеження або принаймні адекватного законодавчого регулювання.

2. Сталий розвиток розуміється як синонім «зеленого зростання», коли економічне зростання та розвиток підприємств повинні ґрунтуватися на екологічній ефективності. Ця ідея дійсно практична, але не виражає власного внеску в бізнес для сталого розвитку. Це також часто призводить до того, що певні організації свідомо поширюють дезінформацію, щоб представити себе як екологічно відповідальний бізнес [4].

3. З точки зору умов збереження життя, що залежить від розвитку людського знання до сталого розвитку. Межі зростання не засновані на «кінцевих» запасах сировини і енергії, а на рівні освіти. «Сталий розвиток є такою динамікою людського знання, яка в довгостроковій перспективі дозволяє вижити людству» [5].

Для оцінки інтеграції стійкості в управлінні бізнес-процесами важливо спочатку визначити концепцію сталого бізнесу і тільки тоді можна мати справу з її цілями і вигодами для підприємства. У випадку, коли підприємства не будуть усвідомлювати свій внесок у діяльність з сталого розвитку, практична реалізація цієї концепції в управлінні бізнес-процесами не може бути здійснена. На даний момент це будуть або лише рекламні кроки, щоб отримати публічність або просто спробувати уникнути економічних санкцій за невиконання законодавчих вимог.

Висновки. Таким чином, питання сталого розвитку на рівні підприємства ширше, ніж просто екологічні аспекти, пов'язані з підприємницькою діяльністю. Зазвичай бізнес бачить сталий розвиток, особливо, в контексті балансування трьох елементарних складових: економічної, екологічної та соціальної. Менша частина компаній розуміє сталий розвиток як необхідність ретельного управління навколишнім середовищем. Сталий розвиток розглядається більшістю як набагато ширше питання, аніж питання, що стосуються лише захисту навколишнього середовища.

Список використаних джерел

1. Як компанії втілюють концепцію сталого розвитку. 2010. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend323.html>.
2. Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению: монография / под общ. ред. О. В. Прокопенко. Польша: Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium. 2014. С. 474.
3. Шпортко А. М., Кірейцева Г. В. Становлення концепції сталого розвитку. URL: http://www.ztu.edu.ua/ua/science/conference/files/eco_es.../ShportkoAM.doc.
4. Бурик З. М. Формування концепції сталого розвитку регіону // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2014_1_22.pdf
5. Kralikova R., Prochadzko D., Rusko M., Wessely E., Proposal of Character of Future Europe Union Security Research, Annals of DAAAM for 2012 & Proceedings of the 23rd International DAAAM Symposium, pp 0019-0024, Editor B. Katalinic, Published by DAAAM International, Vienna, Austria, 2012.

Іляшенко К.Р.

5 курс, група МЕМ-019, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Ільченко Н.В.**,

к. н. держ. упр., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ЕФЕКТИВНІСТЬ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В наш час, у зв'язку з розвитком виробничих процесів, інформаційних технологій, а також збільшення масштабів виробництва виникає потреба вивчати можливі потреби і проблеми у сучасному менеджменті. Ефективність управління впливає на виробничий процес, організаційний та на конкурентоспроможність компанії. Глобалізаційні процеси економік різних країн спонукають до еволюції підходів у сучасному управлінні. Розуміння сучасних тенденцій розвитку менеджменту та відповідність ним, сприяє покращенню діяльності підприємства.

Поняття «менеджмент» розглядають як вміння спілкуватися з людьми, організовувати ефективну роботу будь-якої організації, володіння ефективними навичками керівника. Менеджмент – це знання, вміння, навички, що втілюються у діяльності професійних керівників/управлінців, задля досягнення поставлених цілей на підприємстві шляхом використання праці та інтелекту. Також це процес планування діяльності підприємства на різних етапах виробництва, організація цих етапів, здійснення контролю та керування за всіма процесами.



Рисунок 1 – Стили менеджменту у розрізі чотирьох функцій за І. Адізесом
Джерело: складено автором на основі [1, с. 40]

Найважливішою функцією виділяють створення результатів, тобто необхідно розуміти, чому покупці купують ваш товар, або чому клієнти звертаються саме до вашої компанії, надання яких послуг є актуальним. В такому випадку, результатом буде задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Функція адміністрування важлива через те, що необхідно забезпечити правильну послідовність виробничих та організаційних процесів, координувати роботу підприємства в цілому.

Функція підприємництва покликана проаналізувати та дослідити всі ті зміни, які виникають у навколишньому середовищі, тому що необхідно визначити правильний курс діяльності підприємства, планувати виробництво з урахуванням усіх можливих змін. Підприємець задає напрямок за яким організація здійснює діяльність.

Метою функції інтеграції є кооперація. Адже необхідно, щоб колектив працював злагоджено задля досягнення мети.

Необхідно, щоб ці функції працювали злагоджено, тому що окремо існуючі фактори не можуть забезпечити нормальну діяльність підприємства. Наприклад, впровадження інновацій у виробничі процеси не дасть бажано результату без ефективної роботи працівників, керівників.

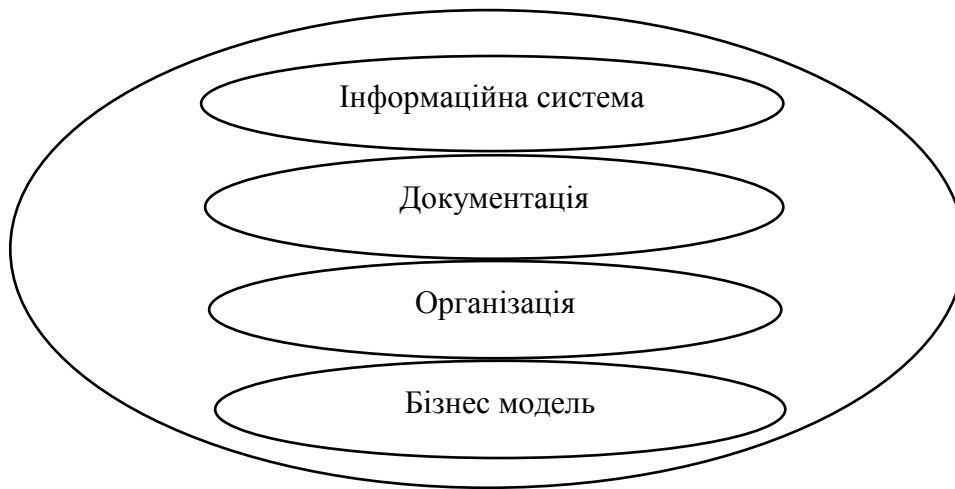


Рисунок 2 – Модель створення та впровадження системи управління підприємством

Джерело: складено автором

Інформаційні системи є важливими тому, що задля ефективної діяльності всіх ланок підприємства, необхідно мати програмне забезпечення, яке буде зберігати та обробляти інформацію. Також, необхідно вести документацію, яка засвідчує всі процеси, що виникають під час діяльності підприємства та для того щоб аналізувати та порівнювати виробничі та організаційні показники. Під організацією розуміється злагоджена діяльність усіх ланок виробництва та співпраця між працівниками. Також, всі працівники та керівники мають бути відповідальними при прийнятті будь-яких управлінських, організаційних, виробничих рішень та дій. Бізнес модель – це всі ті стратегії, яким підприємство слідує в ході своєї діяльності задля отримання результату. Також, це план розвитку підприємства на короткостроковий чи довгостроковий термін.

Основним завданням менеджменту є координація всіх можливих сил для вирішення поставлених завдань. Загалом, менеджмент це управління бізнесом.

Ефективність управління це є аналіз який здійснюється задля:

- 1) оцінки потенціалу, аналіз усіх можливих ресурсів, які підприємство може використовувати для системи управління;
- 2) можливі витрати на управління;
- 3) аналіз характеру управління;
- 4) дослідження ефективності діяльності працівників у процесі роботи.

Основним критерієм ефективності управління є його якість. Термін «ефективність управління» може означати досягнення організаційних цілей,

підвищення продуктивності праці на підприємстві, зростання прибутку, задоволеності працівників, економічного зростання, диверсифікацію виробництва. Ефективність управління спрямована на оптимальне розподілення та використання обмежених організаційних ресурсів.

Бізнес працює в динамічному та бурхливому середовищі із постійно змінюючими чинниками (економічними, політичними, правовими, соціальними тощо). Завданням менеджерів є підлаштувати організацію до потреб середовища. Успішні та ефективні менеджери не лише реагують на навколишнє середовище; вони також впливають на навколишнє середовище та стають лідерами ринку в галузі.

Використання системного підходу в управлінні підприємством дає змогу менеджерам розглядати свою компанію як складну систему, яка складається з відділів, які є залежними один від одного. Порівнюючи цілі ефективності співробітників із стратегічними цілями, всі працівники працюють над вирішенням однакових проблем. Така технологія дозволяє швидко взаємодіяти з усіма частинами організації. Використовуючи засоби зв'язку, електронну пошту, інструменти соціальних мереж, менеджери та працівники співпрацюють по всьому світу для вирішення проблем компанії. Корпоративне програмне забезпечення та апаратна система пов'язують відділи, так що вони працювали як єдине ціле.

Під організаційною поведінкою розуміють поєднання таких наук як: психологія, соціологія, політологія, задля кращого розуміння ділової культури. Управлінці, керівники можуть використовувати такий підхід організаційної поведінки для управління конкретними працівниками, групами та великими компаніями.

Висновки. Менеджмент являє собою систему заходів задля ефективного управління підприємством. Метою управління є вирішення всіх проблем, які виникають у процесі виробництва та організації діяльності. «Теорія стилів менеджменту» зазначає те, що основними функціями в управлінні є: виробничі результати, функції адміністрування, підприємництва та інтеграція. Менеджмент проявляється у поєднанні різних засобів – економічних, мотиваційних, психологічних, соціальних, політичних, організаційних та правових. Менеджмент застосовується для максимізації прибутку, виробництва та отримання конкурентоспроможності у галузі. Важливо розглядати менеджмент не тільки як економічну, але й як соціальну систему.

Список використаних джерел

1. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Теорія стилів менеджменту І. Адізеса: на шляху формування системного підходу до менеджменту // Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2016. № 6. С. 39-44.

Коваль А. І.

3 курс, група ЕПск-174, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

МІСЦЕ І РОЛЬ БАНКІВ В СИСТЕМІ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Банк (bank) – це фінансова установа, що проводить різноманітні види операцій з грошима і цінними паперами та надає фінансові послуги уряду, підприємствам, громадянам, один одному. Банки випускають, зберігають, надають у кредит, купують і продають, обмінюють гроші та цінні папери контролюють рух грошових коштів, обіг грошей, цінних паперів, надають послуги з платежів і розрахунків [1, с. 34]. Розрізняють такі основні види банків: центральний банк країни і комерційні банки. Усю відповідальність за стан грошового обігу у країні несе центральний банк.

До основних функцій сучасних центральних банків належать:

- проведення єдиної державної політики у сфері грошового обігу, кредиту та забезпечення стабільності національної грошової одиниці;

- емісія грошей, визначення виду грошової одиниці, її номіналу, основних ознак та систем захисту;

- зберігання золотовалютних резервів країни (долари США, євро, англійський фунт стерлінгів, японська ієна) як гарантійно-страхового фонду в міжнародних розрахунках.

- акумуляція і зберігання касових резервів для комерційних банків як гарантія погашення їхніх депозитів. Уперше практика обов'язкового резервування була застосована в 1913 р. Федеральною резервною системою США: кожний банк-член ФРС був зобов'язаний зберігати на резервному рахунку суму в певній пропорції до його вкладів;

- контроль за виконанням комерційними банками законодавства з банківської справи, безперебійною роботою платіжної системи, дотриманням норм ведення банківських операцій;

- кредитування комерційних банків у періоди криз і кредитних труднощів. ЦБ тоді стає кредитором останньої інстанції (останньої надії) для банків, організовує систему рефінансування;

- валютне регулювання та контроль. В Україні НБУ здійснює валютну політику, складає разом з Кабінетом Міністрів України платіжний баланс України, контролює дотримання зовнішнього державного боргу і виконання правил валютних операцій на території України, визначає способи встановлення і використання валютних курсів іноземних валют та інше;

- надання кредитів і виконання розрахункових операцій для урядових органів;

- здійснення безготівкових розрахунків, оснований на заліку взаємних вимог і обов'язків, тобто клірингів тощо.

Комерційні банки – це установи, призначені для акумуляції тимчасово вільних коштів та їх розміщення від власного імені на умовах повернення, строковості та платності. Сучасні банки виконують багато функцій:

- акумуляція тимчасово власних коштів населення, господарюючих суб'єктів, державних органів;
- надання позики тим, хто має в ній потребу;
- організація розрахунків між господарюючими суб'єктами;
- створення кредитних засобів обігу [3, с. 227].

Основне призначення комерційних банків – це посередництво у переміщенні грошових засобів від кредиторів до позичальників і від продавців до покупців. Метою діяльності комерційних банків є отримання прибутку. Ці банки концентрують більшу частину ресурсів кредитного ринку і є основною ланкою кредитної системи країни.

Комерційні банки в Україні з вересня 2006 р. створюються винятково у формі відкритих акціонерних товариств або кооперативних банків, з дозволу і з обов'язковою реєстрацією Національним банком України [2, с. 302].

Роль банків в ринковій інфраструктурі ринку важко переоцінити, вони впливають на прискорення обороту капіталу в процесі відтворення, сприяють розширенню обсягів і підвищенню ефективності суспільного виробництва. Крім того банки сприяють забезпеченню потреб обороту в платіжних засобах, удосконаленню та зміцненню грошового обороту. Тому цілком очевидно стає актуальність належної організації ринку банківських послуг, адже саме від ефективності та надійності роботи банків значною мірою залежить успіх у подоланні економічної кризи та проведенні ринкових реформ.

Протягом останніх трьох років вітчизняний банківський сектор пережив непрості часи. Високі процентні ставки, занепад бізнесу і економічна криза призвели до фактичного припинення кредитування вітчизняних суб'єктів економіки. Невисокі обсяги валових заощаджень домогосподарств, висока частка готівки в структурі грошової маси, порівняно високі резервні вимоги НБУ, призвели до посилення банківської конкуренції на ринку та перерозподіл капіталів.

Потрібно визнати, те що нині в Україні банки перебувають у стані подальшого реформування і потребують конкретних дій втручання. Враховуючи спрямованість банків України у світовий банківський простір, наведемо основні напрями розвитку та зміцнення конкурентоспроможності вітчизняного банківського сектору:

- укрупнення вітчизняних банківських установ шляхом злиття та поглинань, підвищення рівня їх капіталізації;
- участь банків в міжнародних банківських консорціумах, створення альянсів з транснаціональними банками;
- розширення діяльності банків у сфері міжнародного бізнесу, вихід банків на міжнародні фінансові ринки, відкриття філій банків за кордоном;
- збереження державних банків на ринку банківських послуг, завданням яких має стати фінансування пріоритетних державних проєктів, збільшення їх капіталізації [4, с. 20].

Об'єктивною необхідністю є активізація державної політики стимулювання заощаджень домогосподарств, що сприятиме зміцненню фінансового потенціалу банківської системи у довгостроковій перспективі. Для активізації ринкових механізмів розміщення ресурсів через банківський сектор необхідно закріпити ті

сприятливі умови для наповнення фінансового ринку чистими заощадженнями сектору домогосподарств, в тому числі за рахунок активної соціальної політики.

Висновки. Отже, в сучасних умовах господарювання розвиток ринку банківських послуг відіграє суттєву роль у ринковій системі країни, адже саме від ефективності та надійності роботи банків значною мірою залежить конкурентоспроможність країни в цілому. Сучасний стан та розвиток банківської системи в Україні свідчать про наявність низки проблем обумовлених низьким рівнем їх прибутковості та ліквідності. Це призводить до обмеження їх можливостей щодо інвестування коштів в економіку країни й забезпечення тим самим безперервності відтворення на усіх його стадіях, що свідчить про те, що вітчизняна банківська система потребує конкретних дій щодо її реформування.

Список використаних джерел

1. Сафонова В. Є., Бобров В. Я. Основи ринкової економіки і підприємництва: підручник. Київ: Персонал, 2017. 530 с.
2. Шевченко Л. С. Основи економічної теорії: підручник. Харків: Право, 2008. 448 с.
3. Прокопенко І. Ф., Ганін В. І., Соляр В. В., Маслов С. І. Основи банківської справи: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 410 с.
4. Дзюблюк О. В. Банківська система України: становлення і розвиток в умовах глобалізації економічних процесів: монографія. Тернопіль: Вектор, 2014. 462 с.

УДК 004:65

Костенко А.Ю.

1 курс, група ЕП-194, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Скорик О.О.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ

Під діджиталізацією прийнято розуміти трансформацію, проникнення цифрових технологій щодо оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами. Концептуалізація та управління бізнес-процесами стикаються з певними фундаментальними проблемами, а саме зв'язком між безліччю управлінням бізнес-процесами (BPM) та їх внеском у корпоративну цінність.

Діджиталізація формує плато конкурентних переваг підприємства:

- високий рівень конкурентоздатності;
- спрощення роботи з масивом інформації;
- економію коштів;
- лояльність клієнтів;
- позитивне ставлення до іміджу підприємства.

Клаус Шваб [1, 2] переваги діджиталізації визначає наступним чином:

1. Безпрецедентне зростання інновацій – що стосується їх швидкості, об'єму та впливу. Це дасть значне покращення в ефективності, продуктивності та скороченні витрат.

2. Безпрецедентне зростання даних та можливостей їх використання для нових технологій вже дає краще залучення різних верств розробників – користувачів – клієнтів й сприятиме розвиткові в багатьох відношеннях.

3. Штучний інтелект стає реальністю – конкретні приклади ми вже бачимо від масової роботизації й до біотехнологій.

В цілому, неблаганний перехід від простого оцифрування (третя промислова революція) до інновацій, заснований на комбінаціях технологій (четверта промислова революція), змушує компанії переглядати те, як вони ведуть бізнес. Керівники бізнесу і керівники вищої ланки повинні розуміти мінливе середовище, кидати виклик своїм операційним командам і невпинно, постійно впроваджувати інновації [2].

Удосконалення бізнес-процесів є інструментом управління, підвищення результативності та формування конкурентних переваг підприємства. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, Big Data, бізнес-аналітики, бізнес-планування, що передбачає автоматизацію бізнес-процесів, як слід, зростання продуктивності праці, економію поточних витрат, оперативну гнучкість бізнесу. Застосування діджиталізації створює низку конкурентних переваг підприємства в розрізі операційних процесів, а саме підвищуючи їх рівень транспарентності та можливості, вчасно прийняти управлінське рішення, миттєвий обмін інформацією між компетентними співробітниками, здійснення маркетингових досліджень та створення системних підходів до реагування. Організаційні відповіді на сигнали ризикових змін за рахунок діджиталізації формуються на принципах узгодженості, вчасності, дієвості, запобіганні кризових становищ.

В основі удосконалення бізнес-процесів полягає встановлення ефективних, швидких внутрішньо-оптимальних комунікацій між співробітниками підприємства за допомогою діджиталізації, які спрямовані на досягнення головної мети підприємства – пришвидшення операційних можливостей та транспарентності бізнес-процесів в цілому, створення комфортних умов для споживача послуг. Доцільність цифрової трансформації бізнес-процесів визначається швидкістю та розумінням споживачами, створенням системи ефективних різноспрямованих комунікаційних потоків. Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємства налагодження системи прогностичних досліджень та формування адекватного інтерпретування інформаційних потоків для формування оптимального управлінсько-організаційного рішення.

Список використаних джерел

1. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrialrevolution-what-it-meansand-how-to-respond/>.

2. Юрчак О. В. Індустрія 4.0 – що це таке та навіщо це Україні. URL: <https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-tanavishho-tse-ukrayini/>.

Кривишкіна Ю.А.

1 курс, група ПУА-198, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Слинько М.Ю.**,
викладач кафедри економіки та управління

ВЛАДА ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Влада є однією з фундаментальних засад політичного розвитку суспільства. Вона має правовий, економічний, духовно-ідеологічний характер, існує всюди, де наявні будь-які стійкі об'єднання людей (сім'я, плем'я, держава), тісно пов'язана з політичною сферою, є засобом здійснення і способом утвердження певної політики. Влада є необхідним регулятором життєдіяльності суспільства, забезпечує його розвиток, єдність, керованість, слугує важливим фактором організованості і впорядкованості соціуму. Згідно «Етимологічного словника української мови» слово «влада» та похідні від нього «володар», «владний» тощо, є запозиченим із польської мови – *wladza* або чеської *vlada* – влада, керівництво, уряд. У великому тлумачному словнику сучасної української мови «влада» визначається як «право керувати державою, політичне панування» [2]. У латинській мові для визначення поняття «влада» вживали такі слова, як «*potestas*», «*auctoritas*», «*imperium*». Слова «*potestas*», «*auctoritas*» мали вужчий зміст і означали особливі здібності людини до здійснення керівництва, управління іншими людьми [1]. Влада – завжди двостороння взаємодія суб'єкта і об'єкта. Влада ніколи не є відносинами лише однієї особи (або органу), якщо не мати на увазі владу людини над собою (але це вже психологічний, а не соціальний феномен). Влада означає відносини залежності між людьми: з одного боку, нав'язування волі когось іншого, з іншого – підкорення їй. Інакше – це владовідносини між суб'єктом і об'єктом.

За роки незалежності в Україні в усіх сферах життєдіяльності суспільства склалася певна система владних відносин, спрямованих на вирішення суспільних справ і сприймаються суспільством виключно в межах конституційного правопорядку. Останнім часом для характеристики цієї системи в науковій та навчальній літературі використовують поняття «публічна влада», яке досі не має свого офіційного та загальноприйнятого наукового визначення. Відсутнє не тільки єдине розуміння цього терміну, немає й згоди дослідників щодо змісту та обсягу цього поняття.

Актуальність даного дослідження полягає в нагальній суспільній потребі чіткого визначення поняття «публічна влада», у зв'язку з чим зроблено спробу на основі аналізу різних поглядів учених на цей термін, запропонувати своє бачення. У даній роботі проведено наукове дослідження різних аспектів публічної влади, визначено структуру даного виду влади та його зв'язок із суверенітетом народу [3].

Публічна влада характеризується тим, що вона супроводжує всі соціальні процеси в суспільстві, здійснює управління справами суспільства, реалізує свої завдання і мету – служіння Українському народові як єдиному джерелу влади, сприяє формуванню правової, демократичної держави; публічна влада є вторинною (похідною) категорією від суверенітету народу як джерела будь-якої форми владного

утворення і інтереси народу повинні знаходити реальне втілення в діяльності всіх суб'єктів публічної влади.

Публічна влада діє постійно в правовому режимі реалізації організаційно-розпорядчих функцій і повноважень, здійснюючи безпосередньо управління державою. Існуюча багатоманітність форм реалізації публічної влади пов'язується з існуванням механізму держави, який складають державний механізм і суб'єкти публічної влади з особливим статусом [4, с. 32].

Публічне адміністрування стає можливим завдяки існуванню влади. Влада є органом легітимного примусу в інтересах більшості населення за умови дотримання державного інтересу.

Головною ознакою влади є її цілісність, неподільність і суверенність.

Системний характер публічного адміністрування полягає в тому, що він забезпечує єдність розпорядчого (командна адміністративного) і партнерського (соціально-консолідованого) почав в практиці регулювання соціальних відносин і процесів. У якості системи публічного адміністрування реалізує кілька функцій.

Інституційну – через затвердження необхідних при вирішенні державних питань соціально-економічних, політичних і громадянських інститутів для розподілу владних повноважень.

Регулятивну – через системи норм і законів, які покликані встановити загальні правила, що регулюють поведінку суб'єктів.

Цілепокладаючу – через розробку і вибір пріоритетних напрямків соціально-економічного і політичного розвитку шляхом реалізації підтримуються більшістю населення програм.

Функціональну – через розробку і реалізацію дій, спрямованих на підтримку всієї господарської інфраструктури держави в особі її провідних галузей.

Ідеологічну – через формування загальнонаціональної ідеї, покликаної консолідувати суспільство в межах держави. При поділ влади на публічну та муніципальну необхідно враховувати глибоке внутрішню різницю між публічною та соціальною (громадській) владою. Особливістю публічної влади є неодмінна наявність санкцій можливостей, делегованих засновниками її центрального апарату представницькому органу управління. Публічна влада має верховенством у вирішенні питань державного значення, видаючи розпорядження, обов'язкові для виконання.

Публічне управління є одним із видів діяльності зі здійснення влади (поруч із законотворенням і правосуддям), яке полягає у практичній реалізації організаційних, виконавчо-розпорядчих функцій із втілення в життя вимог законодавства і здійснення на цій основі управлінського впливу щодо певних об'єктів. Є глибокий внутрішній зв'язок між моделлю організації влади і системою управління – вони мають відповідати одна одній. Ефективність функціонування державно-владного механізму прямо залежить від політичного режиму. Політичний режим є сукупністю способів, засобів і методів практичного здійснення правлячими колами, головним чином вищими посадовими особами, державної владної волі. Політичний режим покликаний виступати каналом двостороннього зв'язку держави і суспільства, влади і людей. В одному напрямку держава має широко, достовірно і повно сприймати суспільні (людські) потреби, інтереси, цілі, у другому – так організовувати владу, управлінські процеси, щоб вони сприяли прогресивному суспільному розвитку. Це може забезпечити демократичний політичний режим [5].

Науковець з державного управління О. Сушинський розглядає владу як стан векторального функціонування суспільних відносин, що здійснюється шляхом їх контролю через різні види діяльності: встановлення (законодавчої), виконання (виконавчої), забезпечення (судової), перевірки, спрямування (контрольної) тощо [6, с. 26].

На думку науковців Інституту проблем державного управління та місцевого самоврядування, якщо сутність влади є незмінною і полягає в забезпеченні існування та розвитку суспільної цілісності, то функції влади як за змістом, так і за формою змінюються залежно від історичної стадії суспільства, об'єктивних і суб'єктивних факторів, політико-ідеологічної орієнтації суб'єктів державно-політичної влади, динаміки суспільних потреб і інтересів. Тому сутність влади реалізується через її функції, відповідну діяльність суб'єктів та носіїв влади [7, с. 105].

В. Чиркін вважає феномен влади полягає в тому, що основою влади є колектив, тобто більш або менш організоване, об'єднане товариство людей, що володіють свідомістю та волею. Але не усяке товариство є колективом, для цього повинні виникнути загальні, спільні для колективу інтереси різного характеру (політичного, соціально-економічного). Для реалізації цих інтересів виникає необхідність визначеної єдності дій. Таким чином виникає потреба в управлінні колективом, що породжує владу в колективі.

Згідно з визначенням В. Лісничого, влада має здатність і можливість нав'язати волю одного суб'єкта іншим суб'єктам за допомогою доступних способів як морального та ідейного впливу, так і прямого фізичного примусу [8, с. 19].

Я підтримую і погоджуюсь з цим визначенням тому, що в межах своїх функцій влада породжує відносини розпорядництва та підпорядкування. Її дії спрямовані перш за все на підтримання та збереження чинного конституційного порядку, і коли вона реалізується демократичними методами, є сильною та ефективно здійснює свої повноваження, то у вигравші опиняються обидві сторони суспільних відносин.

Список використаних джерел

1. Англо-український словник термінів і понять з державного управління. К.: Основи, 1996.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В. П. Бусел. Ірпінь: Перун, 2001. 1440 с. URL: <https://studfile.net/preview/5118174/page:11/>
3. Публічне адміністрування в Україні: навч. посіб. / за заг. ред. д-ра ф.н., проф. В. В. Корженка, к.е.н., доц. Н. М. Мельтюхової. Х.: Харрі НАДУ «Магістр». 2011.
4. Селіванов А. Публічна влада і громадянин в умовах застосування судової адміністративної юрисдикції (проблеми теорії і практики) // Право України. 2006. № 9. С. 28-33.
5. Мельник В. В. Влада як основний засіб публічного адміністрування та механізм їх взаємодії. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/monodrupradmin_142.pdf.
6. Сушинський О. І. Контроль у сфері публічної влади: теоретико-методологічні та організаційно-правові аспекти: монографія. Львів: ЛРІДУ УАДУ, 2002. 468 с.
7. Державне управління: словн.-довід. / уклад. В. Д. Бакуменко (кер. твор. кол.), Д. О. Безносенко, І. М. Варвар, В. М. Князев; за заг. ред. В. М. Князева, В. Д. Бакуменка. К.: Вид-во УАДУ, 2002. 228 с.
8. Лісничий В. В. Концептуальні засади політичних наук: теорія та історія: метод. та дидактичні матеріали до модуля 1. Х.: УАДУ ХФ, 2001. 36 с.

Леонов С.В.

І курс, група ПУАМ-019, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Махно С.В.

Науковий керівник: **Слинько М.Ю.**,
викладач кафедри економіки та управління

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

У всіх галузях індустрії наявна стурбованість тим, яким чином організувати управління для забезпечення його максимальної ефективності. Значні кошти можуть бути залучені у справу даремно, внаслідок недосконалого управління. Таким чином, багато менеджерів займаються управлінням проектами. Управління проектами є основною формою планування та контролю поточної діяльності. Згідно з дослідженнями вітчизняних учених Т. Затонацької, А. Омельчука, Л. Ричкіної щодо ефективності проектного управління, який використовується при формуванні та реалізації державної політики в розвинених країнах світу стає цілком зрозуміло, що проектне управління є одним з найбільш прогресивних і актуальних управлінських технологій, що постійно розвиваються. Напрямків застосування проектного управління незліченно багато, вони охоплюють всі сфери людського життя, зокрема і публічне управління.

В Україні публічне управління проходить етап свого становлення. На думку О. Оболенського, становлення України повноцінним конкурентоспроможним партнером у світовому цивілізаційному і інформаційному просторі потребує наукового обґрунтування засад публічного управління. Публічне управління – це здійснення сукупності раціональних впливів на функціонування і розвиток колективу людей на основі програми управління та інформації про поведінку та стан об'єкта управління, спрямованих на підтримку, поліпшення та розвиток об'єкта управління для досягнення визначеної сукупності цілей [4, с. 3-4].

Реалії сьогодення вказують на необхідність реформування публічного управління та звертають увагу на чинники, які негативно впливають на ефективність діяльності органів влади, зокрема такі як: недостатнє використання сучасних можливостей збереження, обробки і передачі інформації, недостатній рівень освіченості співробітників щодо їх практичної діяльності, зокрема низький рівень володіння сучасними технологіями, структурна недосконалість організацій [6, с. 66].

Доцільність застосування методології управління проектами для розроблення та здійснення програм у сфері державного управління обумовлена [13, с. 24-26]: розробленням та втіленням державних програм незалежно від рівня, враховуючи їхню складність та багатоаспектність, вимагає застосування інструментів проектного менеджменту; управління проектами є універсальною концепцією, що може застосовуватись для здійснення будь-яких проектів в усіх галузях та напрямках; проектний підхід передбачає чіткий розподіл цілей, завдань, функцій та обов'язків щодо реалізації проекту, що поліпшує оцінку та підвищує контроль за виконанням завдань підлеглими; за допомогою проектного підходу здійснюється зворотний

зв'язок із населенням країни, що дає змогу громадянам краще оцінити діяльність органу державного управління.

Сьогодні важливим питанням щодо застосування механізму проектного менеджменту у сфері публічного управління є вивчення досвіду його впровадження в бізнесі та перенесення цієї практики у сферу публічного управління.

Зокрема у бізнесі існують глобальні тенденції, що дозволяють говорити про застосовування проектного підходу, тобто зростання частки і значення діяльності, пов'язаної зі здійсненням проектів. Найважливішими серед них є такі: перехід від регулювання і концентрації до координації і розподілу; скорочення життєвого циклу виробів і послуг, особливо термінів розроблення і запуску; персоналізація попиту та пропозиції, продуктів і послуг; портфельний підхід до управління проектами забезпечує суттєві вигоди. До їх складу належить можливість поглянути на проекти в глобальному контексті, що відображає стан справ у цілому [3].

Можна визначити два основних підходи щодо ефективності діяльності органів публічної влади. Перший функціонує в межах так званої «традиційної» моделі державного управління, організаційна ефективність у якій пов'язана з організаційними процесами, і може бути поставлено знак рівності між поняттями «ефективність» та «якісне виконання функцій». Другий підхід до розуміння ефективності сформувався в межах «нового публічного менеджменту», що знаменує перехід від адміністрування до менеджменту. Зміщення акцентів у діяльності публічних організацій на результати потребує від організацій чіткого визначення своєї місії, цілей і завдань [6, с. 67].

Погоджуючись із думкою вчених щодо необхідності впровадження в Україні нових моделей публічного управління (концепція В. Солових, нова модель Н. Обушної, «хороша» модель І. Понкіна), пропонуємо зосередитись саме на засадах проектного менеджменту, які, крім вже запропонованих науковцями, мають бути тим самим підґрунтям при формуванні сучасної моделі публічного управління, зокрема дадуть змогу визначити суттєві можливості публічного управління.

Зрозуміло, що побудова нової моделі публічного управління, яке ґрунтується на засадах проектного менеджменту, дасть змогу:

- ефективно вирішувати проблему контролю (як з боку державних органів, так і з боку громадськості) термінів і витрат. Серед основних засад, на яких пропонує будувати нову модель публічного управління Н. Обушна [5] є й посилення функції контролю;

- вирішити проблему координації між багатьма структурами та органами, які задіяні є реалізації програм у сфері публічного управління. У працях І. Чикаренко [13, с. 24-26] зазначено, що механізми управління проектами дають змогу вирішити проблему відсутності нормальної координації між багатьма структурами та органами, які задіяні при реалізації програм у державній сфері. що може повністю паралізувати перебіг робіт;

- здійснювати контроль та управління ефективністю діяльності, що за інших умов найчастіше є значно ускладненим. О. Соснін [6, с. 66] теж торкається цієї теми та зазначає, що серед основних чинників, які негативно впливають на ефективність діяльності органів влади в Україні є відсутність чіткого розмежування повноважень між владними суб'єктами відсутність «прозорості» власної діяльності;

- сформувати більш гнучку організаційну структуру управління, *що здатна*

своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Це твердження співзвучне з висновками В. Солових [9] у пропонованій Концепції публічного управління;

- полегшити оцінку та підвищити контроль за виконанням завдань підлеглими через чіткий розподіл керівництвом цілей, завдань, функцій та обов'язків. «Новий публічний менеджмент» передбачає перехід від системи, у якій люди, відповідальні за виконання правил, до системи, у якій вони відповідальні за досягнення результатів, у якій вони керуються у своїй діяльності цілями, а не правилами і нормами», – стверджує О. Соснін [6, с. 67];

- здійснювати інтегральну оцінку соціально-економічної корисності проекту за єдиним основним критерієм для отримання узагальненої оцінки. Цей висновок співзвучний із висновками Т. Безверхнюк, яка зазначає, що роль державного управління повинна зводитись до ефективного управління проектами, з'ясування спільних тенденцій різновекторних проектів; до узагальнення безсистемних та хаотичних проектів; до виявлення реальної потреби суспільства у запровадженні проектів [1, с. 21];

- оцінювати діяльність органу публічного управління безпосередньо громадянами держави. Підтвердження знаходимо у працях О. Оболенського [4, с. 3-4], який указує на те, що публічне управління має здійснюватися на основі волевиявлення громади (колективу людей) та реалізується суб'єктами, визначеними громадою, для задоволення потреб і досягнення цілей громади як об'єкта управління.

Висновок. Таким чином, з огляду на наявність чітких параметрів у проектному підході (ресурсів, виконавців, масштабів робіт тощо), його застосування в публічному управлінні дасть змогу результативно та ефективно досягати поставленої мети у вигляді вирішення суспільно важливих питань.

Список використаних джерел

1. Безверхнюк Т. Проектно-орієнтований підхід як нова філософія організації управління державними програмами і проектами // Науковий вісник академії муніципального управління: зб. наук, пр. Київ: Академія муніципального управління, 2011. Вип. 3. С. 17-24.
2. Кочетков А. Управление проектами. Санкт-Петербург: Два Три, 1993. С. 446.
3. Лашук А. Формування і управління портфелем проектів. Глобалізація та управління проектами у ХХІ столітті: матер. наук.-практ. конф. (Львів, 9-10 жовт. 2013 р.) Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2013. С. 100-109.
4. Оболенський О. Публічне управління: цивілізаційний тренд, наукова теорія і напрям освіти. Публічне управління: шляхи розвитку: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю (Київ, 26 листоп. 2014 р.): у 2 т. / за наук. ред. Ю. Ковбасюка, С. Романюка, О. Оболенського. Київ: НАДУ, 2014. Т. 1. С. 4.
5. Обушна Н. Новий публічний менеджмент як сучасна модель регулювання суспільних відносин // Публічне адміністрування: теорія та практика. 2015. Вип. 2. [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-02\(14\)/5.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-02(14)/5.pdf).
6. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія / за заг. ред. С. Чернова та ін. Запоріжжя: ЗДІА, 2016. 606 с.
7. Рач В., Запороженко В. А. Роль и место управления проектами в развитии социально-экономических систем. Глобалізація та управління проектами у ХХІ

столітті: матер. наук.-практ. конф. (Львів, 9-10 жовт. 2003 р.). Л: ЛРІДУ НАДУ, 2003. С. 57-59.

8. Руководство по управлению инновационными проектами и программами P2M: т. 1, версия 1.2 / пер. на рус. язык под ред. С. Бушуева. Київ: Наук. світ, 2009. 173 с.

9. Солових В. Становлення та загальна характеристика сучасних моделей державного управління. Публічне управління: теорія та практика. 2014. С. 18-25.

10. Технології управління соціальними проектами: монографія / за заг. ред. Т. Безверхнюк. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. 292 с.

11. Федорчак О. В. Проектний підхід як інноваційний механізм державного управління Державне управління: теорія та практика. Київ: НАДУ, 2006. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/TEKNOLOGIYA/02-FEDORCHAK.pdf>.

12. Чемерис А. Розроблення та управління проектами у публічній сфері: європейський вимір для України: практ. посіб. Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – OE5PPO». Київ: ТОВ «Софія-А», 2012. 80 с.

13. Чикаренко І. Проектний підхід як один із засобів підвищення ефективності діяльності. Теорія та практика державного управління. Матер IV міжнар. наук. Конгресу (26 лют 2004 р.). Х.: ХРІДУ НАДУ «Магістр», 2004. С. 24-26.

УДК 004:65

Леонов С.В.

1 курс, група ПУАМ-019, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Скорик О.О.**,
к.е.н., доцент кафедри економіки та управління

ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ЯК ВЕКТОР СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Цифрова економіка (англ. Digital economy) – економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях. Цифрову економіку також іноді називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою. Все частіше «цифрова економіка» переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування складнішим. Під цифровою економікою розуміють виробництво, продажі і постачання продуктів через комп'ютерні мережі [1].

Цифрова економіка – це доволі нова для України парадигма розвитку. Її основу становлять не тільки ІТ-компанії, а й усі інші компанії та організації, які є користувачами продуктів і послуг ІТ-компаній. В темі діджитала завжди багато футурології. Основою діджиталізації української економіки є використання технологій, які світ уже використовує і які роблять економіку більш ефективною та конкурентоспроможною [2].

У цифровій економіці саме використання, розповсюдження, покриття конкретної території, країни, громадян і навіть речей технологіями є платформою змін та трансформацій. Тобто коли ті чи інші технології вже створені, доступні, доведена їхня ефективність та економічний сенс, то саме вони і мають використовуватись, а не влаштовуватись технологічні перегони. Світовий Давоський економічний форум в

аналітичних матеріалах визначає перелік цифрових технологій, до яких належать хмарні та мобільні технології, блокчейн, технології віртуалізації, ідентифікації, штучного інтелекту, біометричні технології, технології доповненої реальності, аддитивні (3D-друк) та ін.

Як слушно зауважує Т. Оноре діджиталізація необхідна насамперед для того, щоб оптимізувати бізнес за допомогою програмного забезпечення та ІТ-рішень, що допоможуть його зробити простішим, економічним та якіснішим у контексті надання послуг клієнтам та задоволенні їх потреб [3]. Діджиталізацію Т. Оноре протиставляє як перехід бізнесу на цифрові рейки або ж ідею цифрового перевороту – фундаментальної зміни бізнесу, пов'язаною зі зміною ринкових умов. Звісно, фундаментальна та прикладна наука, підприємці-інноватори, стартап-спільнота більше фокусуються на створенні технологій та продуктів, однак використання технологій бізнесом, індустріями, інфраструктурою, державою, громадянами – саме цим «живе» цифрова економіка та її безпосередні користувачі.

Досліджуючи віртуалізацію економіки, Д. Б. Бабаєв стверджує, що остання сьогодні здійснюється, переважно, двома способами: через копіювання тих економічних відносин, механізмів і процесів, що склалися в «реальній» економіці з перенесенням їх у «віртуальне середовище» або ж через появу (або штучне створення) заснованих на економічних відносинах досить оригінальних механізмів і процесів, що формуються у «віртуальному середовищі» [4, с. 56].

Так Х. О. Лутцева та Т. Г. Осадча визначають віртуалізацію економіки як досить тривалий процес, можливо, цілу історичну епоху, в рамках переходу від індустріального до віртуального, а далі до постіндустріального суспільства і одночасно від економічної до пост економічної цивілізації. Власне віртуальна економіка, на їхню думку – це якісно новий стан сучасної економіки, за якого інформаційні технологи постають матеріальним двигуном усіх процесів, що відбуваються в ній [5, с 127].

У своїй роботі Х. О. Лутцева та Т. Г. Осадча наголошують на провідній ролі двох процесів, які в сукупності, на думку вчених, і становлять зміст поняття віртуалізація економіки – створенні віртуальних образів цих об'єктів і суб'єктів економічної взаємодії, віртуального середовища та перенесення всіх інформаційних взаємодій у віртуальний простір, зростання значення інформаційних ресурсів у технологічних процесах і перетворення самої інформації в технологічний ресурс [5, с. 130].

К. О. Горова вказує на появу сьогодні нового класу підприємств – віртуальних підприємств [6, с. 9], що дає можливість говорити про поступове виокремлення віртуальної економіки як самостійної та фактично існуючої складової частини світової економіки взагалі.

Саме насичення промисловості, бізнесу, різних сфер життєдіяльності країни вже існуючими технологіями і є найефективнішим шляхом для зростання економіки та благополуччя. Повільний процес технологізації, цифровізації і модернізації зумовлює сповільнення розвитку економіки України.

Основним пріоритетом держави має бути саме початок здійснення цифрових і технологічних трансформацій, оскільки навіть найсміливіші прояви української науки ще не скоро покращать ситуацію з використання технологій у школах, транспорті, туризмі і промисловості.

Отже, процес застосування суб'єктами господарювання інформаційно-комунікаційних технологій задля досягнення цілей господарської діяльності, який спрямований на зміну усталених господарських відносин шляхом їх оцифрування і називається діджиталізацією.

Список використаних джерел

1. Wikipedia free encyclopedia: Цифрова економіка. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Цифрова_економіка (дата звернення 15.04.2020).
2. Фіщук В. В. Діджиталізація – це лише початок. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/didzhytalizaciya-ce-lyshe-pochatok> (дата звернення 15.04.2020).
3. Оноре Т. Диджитализация – не мода, а способ развития. URL: <http://www.columbusglobal.com/ru-ru/insights/blogs/2016/08/digitization-is-not-intangible-businessdevelopment/> (дата звернення 15.04.2020).
4. Бабаев Д. Б. О политэкономическом подходе к исследованию «виртуализации» экономики и исследованию электронных денег // Вестник Ивановского государственного университета. 2013. № 1 (19). С. 56-62.
5. Лутцева К. А. Вектор развития экономических отношений собственности в условиях виртуализации экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 11. С. 127-133.
6. Горовий Д. А. Віртуальні економічні відносини та їх роль в сучасній економіці // Вестник Национального технического университета «ХПИ». 2011. №8. С. 7-11.

УДК 004:65

Лисенко Т.А.

1 курс (магістрант), група МЕМ-019, факультет економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Ільченко Н.В.**,
к.н.держ.упр, доцент кафедри економіки та управління

СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Застосування інформаційних технологій набуває все більшого значення в процесі розвитку та управління підприємством. Досвід успішних транснаціональних компаній доводить, що розвиток ефективної системи управління підприємством неможливо без використання інформаційних технологій та впровадження інформаційних систем в бізнес-процеси. Головна мета використання інформаційних технологій в системі управління – це здійснення ефективної та оперативної комп'ютерної обробки інформаційних ресурсів, зберігання великих обсягів економічно важливої інформації та передачі її на будь-які відстані в мінімальні терміни.

Інформаційні технології зрівняли умови гри та надали безліч можливостей малому бізнесу. Малий бізнес використовує безліч технологій – від сервера до мобільних пристроїв – для розвитку конкурентних переваг на економічному ринку. Підприємства повинні розглянути можливість впровадження технології в процесі планування для спрощеної інтеграції та створити місце для подальшого розширення [1].

Таблиця 1 – Комплексне впровадження інформаційних технологій на підприємстві

Сфери застосування інформаційних технологій на підприємстві	Блоки завдань
Стратегічний менеджмент	Інвестування стратегічних цільових установ, стратегічна товарна політика, прогнозування виробничої програми, прогнозування потреб у ресурсах, стратегічна фінансова політика, оцінки стратегічної діяльності.
Логістичне управління	Постачання та оптимізація запасів, транспортування, збутова діяльність, ціноутворення, розподіл, управління виробничими процесами; Підтримка якості обслуговування споживачів, забезпечення після-продажного сервісу.
Управління персоналом	Планування штатного розпису, облік персоналу, підбір персоналу, планування та облік трудових ресурсів, розрахунки з персоналом, облік підзвітних сум, управління документами, податковий облік.
Фінансовий менеджмент	Фінансовий аналіз, планування і контроль, управління джерелами засобів, управління активами

Джерело: складено автором на основі [2]

Глобальна галузь інформаційних технологій має досягти 5,2 трлн доларів в 2020 році. Зростання галузі пов'язане зі збільшенням витрат підприємств та корпорацій на ІТ підтримку. Серед глобальних регіонів, слід виділити компанії Західної Європи та США, які виступають глобальними гравцями на світовому ринку, оскільки найбільше інвестують в технологічний розвиток. Китай дотримується схеми, яку можна спостерігати і в регіонах, що розвиваються, де спостерігається подвійний ефект зменшення розриву в таких категоріях, як ІТ-інфраструктура, програмне забезпечення та послуги.

Отже, саме на інфраструктурне та програмне забезпечення припадає майже половина витрат в структурі інформаційних технологій. Інвестиції в інформаційні технології можуть допомогти зробити операційні та управлінські процеси фірми значно ефективнішими.

Вдосконалюючи власні бізнес-процеси, підприємство може:

1. Різко скоротити витрати;
2. Поліпшити якість та обслуговування клієнтів;
3. Забезпечити розробку інноваційних продуктів для нових ринків збуту.

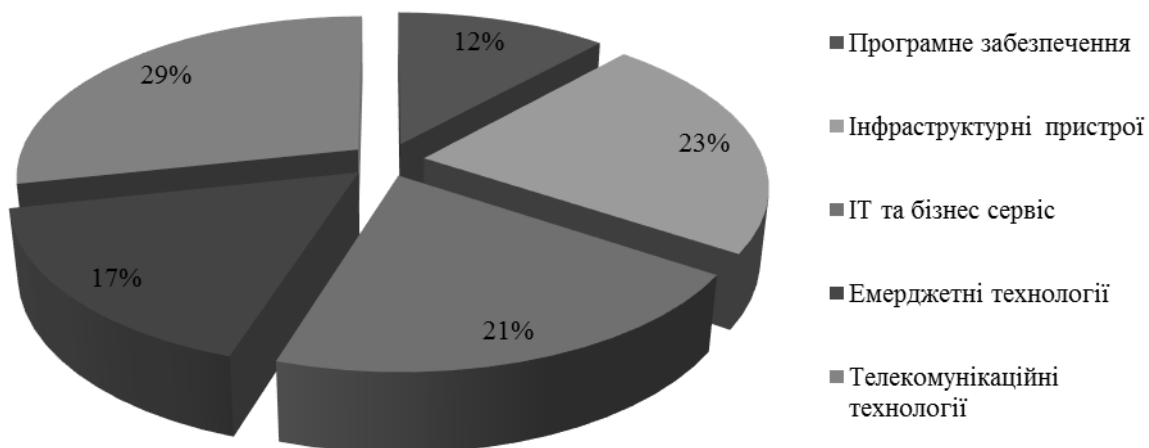


Рисунок 1 – Структура витрат міжнародних компаній на окремі сектори інформаційних технологій, (%)

Джерело: складено автором на основі [3]

Інформаційні технології стали основними для набуття конкурентної переваги. Поєднання покращення процесів, зниження витрат, комунікацій та забезпечення якості сприяють конкурентній перевазі бізнес-підрозділу. Однак постійне виявлення та аналіз нових ризиків та можливостей є критично важливими для постійного успіху бізнесу. Еволюціонуючі технології, включаючи соціальні мережі, блоги та бази даних стали важливими інструментами, необхідними для досягнення та підтримки переваг у бізнес-секторі. Передача інформації є суттєвим впливом інформаційних технологій у бізнесі. Збір інформації як із внутрішніх, так із зовнішніх джерел відбувається ефективніше, ніж у попередні роки.

Інформаційні технології можуть змінити спосіб конкуренції бізнесу. З цієї причини слід розглядати інформаційні системи стратегічно, тобто, як життєво важливі для підтримки конкурентоспроможності, як засіб організаційного оновлення та як необхідну інвестицію в технології, які допомагають підприємству досягти своїх стратегічних цілей.

Високі технології вимагають додаткових інвестицій та змін в людському капіталі організаційного характеру. Більше того, зміни, пов'язані з інформаційними технологіями є частиною процесу пошуку та експериментів, коли одні фірми досягають успіху та зростання, а інші провалюються та зникають. Як результат, малий бізнес вкладає кошти в інформаційно-комунікаційні технології для розширення інформаційних систем, для підтримки бізнес-стратегії та тим самим встановлення конкурентної переваги на основі унікальної можливості, створеної на ринках. Отже, узгодження між стратегією бізнесу організації та стратегією інформаційних систем позитивно впливає на результативність бізнесу.

Підприємства стали швидкісними віртуальними апаратами з вирішення різного роду питань. Використовуючи інформаційні технології, підприємство має можливість збільшити свою конкурентоспроможність.

Важливо відзначити, що інформаційні технології – не самоціль, а цілеспрямована діяльність оптимізації бізнес-процесів. Для ефективного функціонування підприємства необхідно створити інформаційну систему, що комплексно інтегрована в підрозділи та сфери діяльності компанії

Список використаних джерел

1. The keys of successful digital transformation. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations>.
2. The role of Information Technology in the Business Sector. URL: <https://www.ijsr.net/archive/v3i12/U1VCMTQzMjA=.pdf>.
3. IT industry outlook 2020. URL: <https://www.comptia.org/content/research/it-industry-trends-analysis>.

УДК 338.516

Малашок Ю.І.

1 курс, група ЕПм-019, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Ільченко Н.В.**,

к.н.держ.упр., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва

АСПЕКТИ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку ціни на продукцію і послуги все частіше стають індикаторами суспільної корисності, відображаючи рівень потенційного задоволення потреб населення. З іншого боку, ціна на продукти окремого підприємства характеризує рівень його виробничих і збутових витрат, фінансових можливостей, обраної стратегії розвитку бізнесу. Такий дуалізм сутності ринкових цін вимагає комплексного підходу до їх формування з урахуванням як внутрішніх можливостей підприємства, так і його зовнішніх загроз, а також переваг на ринку [1].

Проблеми цін і ціноутворення, вплив на них різноманітних факторів розглядали в своїх роботах такі українські та зарубіжні вчені, як А. Ф. Павленко та А. В. Войчак [2], Я. В. Литвиненко [3], Ю. Г. Тормосов [4], М. А. Окландер і О. П. Чукурна [5], Ф. Котлер [6], Л. О. Шкварчук [7] та інші. У дослідженнях цих авторів аналізуються загальні принципи, методи і прийоми ціноутворення, які застосовуються в ринкових умовах господарювання.

Ціноутворення можна охарактеризувати як процес встановлення (формування) цін на товари, роботи, послуги. У свою чергу ціна – це кількість грошей, за яке продавець згоден продати, а покупець – купити одиницю товару. В сучасних умовах господарювання ціна, яка встановлюється виробниками, і відповідає двом важливими критеріями. Перший – ціна повинна приносити прибуток, тобто покривати всі витрати, показувати позитивний фінансовий результат для підприємства, який відображається в бухгалтерському обліку. По-друге, ціна задовольняє споживача, а точніше його платоспроможність, крім того смаки, уподобання, якісні характеристики. Таким чином, має бути оптимальне співвідношення між споживчої вартістю товару, послуги або роботи і їх ціною.

Система цін характеризує взаємозв'язок і взаємовідносини різних видів цін, складається з елементів, в якості яких розглядаються як конкретні ціни, так і певні їх групи. Це обумовлено єдиним процесом формування витрат на виробництво, взаємозв'язком і взаємозалежністю всіх елементів ринкового механізму господарювання та суб'єктів, які діють на ринку. Співвідношення окремих елементів ціни, виражене у відсотках або частках одиниці, являє собою структуру ціни. На рисунку 1 приведена схема складових частин ціни в сфері обігу [8].

Собівартість продукції	Прибуток підприємства-виробника	Акцизний збір	ПДВ	Постачальницько-збутова надбавка	Торгівельна надбавка	
						Дисконт, знижки
Оптова ціна підприємства						
Відпускна ціна підприємства без ПДВ						
Відпускна ціна підприємства з ПДВ (купівельна ціна оптового посередника)						
Ціна продажу оптового посередника (купівельна ціна підприємства торгівлі)						
Роздрібна ціна						

Рисунок 1 – Схема складових частин ціни в сфері обігу

Так, згідно з рис. 1, знаючи структуру ціни виробленої підприємством продукції, можна визначити, яку частку на ринку займають витрати, прибуток і непрямі податки.

На основі цього визначають резерви зниження собівартості, виробляється цінова стратегія і метод ціноутворення, що відповідає меті підприємства.

Існують різні методи ціноутворення, які можна розділити на витратні і маркетингові. При витратних (бухгалтерських) методах ціна встановлюється на основі підсумовування до виробничої собівартості інших витрат. А при маркетингових (ринкових) – відштовхуються від ціни і в залежності від її величини, формують собівартість [3]. У світовій практиці більш широко використовують методи ціноутворення, які зображені на рис. 2. На основі методології ціноутворення встановлюється його стратегія.

Варіантів цінових стратегій існує дуже багато. Але всі вони є різновидами двох основних типів стратегій: стратегії низьких цін і стратегії високих цін (рис. 2) [9]. Стратегія низьких цін дає можливість знайти додаткових покупців, вийти на нові ринки і випереджати існуючих і потенційних конкурентів. Стратегія високих цін спрямована на те, щоб отримати прибуток від продажу товарів покупцям, які готові платити за товар більше нормальної ринкової ціни [7].

Таким чином, процес визначення ціни має системний характер і розкриває наукове пізнання з допомогою різноманітних методів ціноутворення, принципів і способів їх досягнення з метою отримання обґрунтованих результатів.

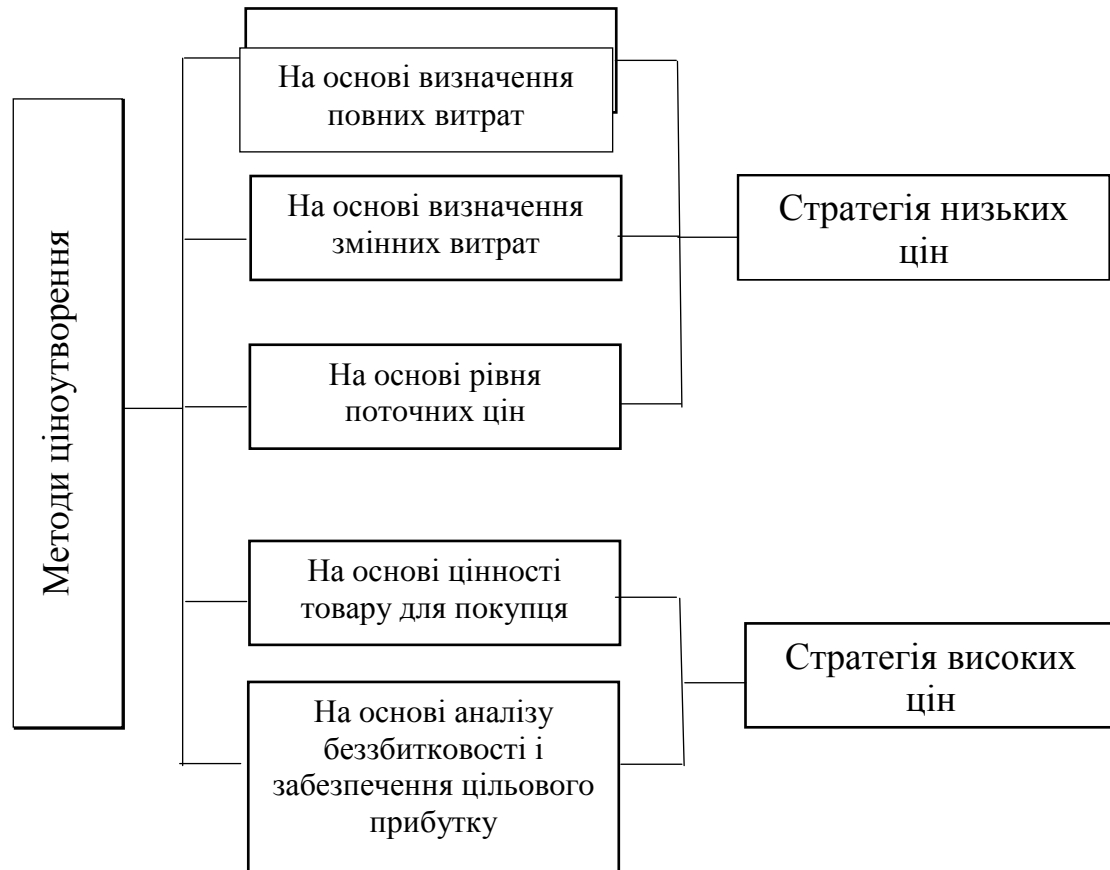


Рисунок 2 – Види методів ціноутворення та їх стратегії

Список використаних джерел

1. Липсиц І. В. Комерційне ціноутворення. К.: Вища школа економіки Мін-ва економіки і Мін-ва загальної і проф. освіти, 2000. 368 с.
2. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.
3. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 294 с.
4. Тормосов Ю. Г. Контакт та цінова політика: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2001. 122 с.
5. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
6. Котлер Ф. Основи маркетингу. М.: Вільямс, 2000. 468 с.
7. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: навч. посіб. / 2 -ге вид., випр. К.: Кондор, 2004. 214 с.
8. Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничо-технічного призначення. Наукова стаття. 2008. С. 2. URL: http://vlp.com.ua/files/18_32.pdf.
9. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Вид. 2-е, перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2000. 528 с.

Мироненко Д.Ю., Скорина В.О.
Науковий керівник: **Плесюк К. Д.**,
викладач кафедри економіки та управління

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Управління витратами є одним з найважливіших елементів управління підприємством та складовою управлінського обліку. Саме собівартість виробництва продукції є базою для прийняття управлінських рішень у процесі господарювання.

Зважаючи на ускладнення елементів господарської діяльності та підвищення зацікавленості до росту рентабельності реалізації, підвищується необхідність обліку витрат виробництва. В умовах ринкову є потреба у вдосконаленні та формуванні оптимальної та доступної системи аналізу та контролю виробничих витрат та калькулювання собівартості продукції.

Процес господарської діяльності акомпонує три основні елементи: цілеспрямовану діяльність людей як робочої сили, предметів праці у якості сировини та засобів праці (як основних засобів). Два останні є матеріальною базою діяльності підприємства, його засобами виробництва, які створені раніше затраченою працею людей. Витрати господарської діяльності підприємств формують сукупні витрати живої праці на виробництво товарів та послуг. У такому складі виробничі витрати властиві однаково для всіх видів виробництва та надання послуг.

Для ефективного управління необхідна інформація не просто про витрати, а й про їх об'єкти (продукцію, роботи, послуги). За вартісною формою продукція формується з наступних трьох частин: вартості задіяних засобів виробництва; вартості створеного продукту та продукту, створеного додатковою працею.

Перша частина вартості є результатом минулої праці, інші частини – це результат праці людини. Витрати на засоби виробництва, предмети праці та оплату праці в грошовій формі формують собівартість продукції. Тобто, це сума всіх витрат на створення продукції, що виражена у грошовій формі. Собівартість продукції є можливістю підприємства компенсувати затрачені ним ресурси для безперервного продовження виробничої діяльності. Економічне значення собівартості проявляється у здатності показувати величину витрат на виготовлення продукції [1, с. 105].

Оптимізація обсягу виробничих витрат має бути важливою основою їх успішного функціонування, що спроможна забезпечити рентабельність виробництва та конкурентоспроможність продукції на ринку. В умовах сьогодення більшість вітчизняних підприємств мають труднощі з обліку витрат, котрі можна вирішити завдяки запровадженню ефективної та раціональної системи новітніх методів управління витратами. Система управління витратами є вагомою складовою внутрішнього економічного механізму підприємства.

Одним з дієвих методів управлінського обліку є директ-костинг, що забезпечує формування достовірної інформації для визначення фактичних причин росту витрат виробництва. Метод директ-костинг використовується в наступних основних варіантах:

- класичний директ-костинг (калькулювання за прямими витратами);
- система змінних витрат (калькулювання за змінними витратами: прямими витратами і змінними непрямыми витратами);

– система обліку витрат відповідно до завантаження виробничих потужностей (у калькуляції враховуються всі змінні витрати і частина постійних, згідно з коефіцієнтом використання виробничої потужності. При цьому, калькулюється часткова собівартість) [2, с. 268].

Висновок. Отже, управління витратами є вкрай важливою складовою управлінської діяльності будь-якої організації, оскільки впливає на ефективність формування собівартості товарів та послуг, планування та контролю господарської діяльності. Розглянуто директ-костинг як один з методів управлінського обліку, що дозволяє розширити аналітичні можливості обліку та забезпечити єдність обліку, аналізу і прийняття управлінських рішень у процесі господарювання.

Список використаних джерел

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
2. Скрипник М. І. Особливості калькулювання собівартості продукції з використанням «директ-костингу» // Міжнародний збірник наукових праць. Вип. 1(16). 2017. С. 263-272.

УДК 35.07

Михалко Л.В.

2 курс, група ПУА-188, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Кошеленко С.В.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Україна як молода незалежна держава знаходиться на шляху розбудови сучасного демократичного суспільства. Такі негативні чинники як економічна та політична криза, високий рівень інфляції та безробіття є свідченнями неефективності системи державного управління та необхідності її модернізації та реформування, особливо в контексті євроінтеграційної стратегії. Саме необхідність реформування структури державного управління, з якою стикнулися уряди багатьох країн світу наприкінці ХХ ст., і стало «поштовхом» до пошуку шляхів ефективного реформування. Впровадження Концепції розвитку електронного урядування в Україні є однією з основних форм реформування державного управління в умовах інформаційного суспільства, бо саме вона надає потенціал безпосередньої взаємодії уряд [1].

Електронне урядування є одним з інструментів розвитку інформаційного суспільства, впровадження якого сприятиме створенню умов для відкритого і прозорого державного управління [2].

Впроваджується програма «Електронна Україна», яка передбачає такі заходи для широкого впровадження системи е-урядування в Україні:

– створення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади та інтеграція в нього веб-сайтів та електронних інформаційних систем і ресурсів органів виконавчої влади з дотриманням вимог до захисту інформації;

- розробка порядку надання органами виконавчої влади державних (адміністративних) послуг фізичним та юридичним особам через мережу Інтернет;
- створити Інтернет-приймальні органів державної влади всіх рівнів;
- забезпечити створення та регулярне оновлення веб-сайтів обласних органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- сприяти поширенню використання програмного забезпечення з відкритим кодом для інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної влади та системи електронного уряду;
- забезпечити використання електронного цифрового підпису в органах державної влади;
- створити електронну систему закупівель товарів і послуг за державні кошти;
- надати фізичним і юридичним особам через мережу Інтернет адміністративних послуг загального призначення та таких, що потребують ідентифікації суб'єктів правових відносин та забезпечення цілісності і достовірності інформації (послуги спеціального призначення);
- створити веб-сайти районних та сільських органів виконавчої влади;
- організувати надійну та захищену інформаційну взаємодію між органами виконавчої влади.

Оцінка рівня розвитку е-урядування в органах публічної влади, як правило, здійснюється за такими напрямками:

- 1) доступ до інформації;
- 2) зворотний зв'язок із громадськістю;
- 3) адміністративні послуги;
- 4) доступ до публічної інформації;
- 5) зручність користування веб-сайтом;
- 6) оцінка системи електронного документообігу органів публічної влади;
- 7) оцінка організації діяльності центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП).

Серед результатів впровадження е-урядування в Україні, слід виокремити, що було здійснено реалізацію принципу «єдиного вікна» – Єдиного державного порталу адміністративних послуг (posluga.gov.ua), поліпшено контенті офіційних веб-порталів органів публічної влади, здійснено реєстрацію їх аккаунтів у соціальних мережах «Фейсбук» і «Твіттер». На черзі – створення державними органами власних каналів на Youtube, зокрема з онлайн-трансляціями їх діяльності. Започатковано систему електронного декларування статків публічних осіб на сайті Національного агентства з питань запобігання корупції (nazk.gov.ua). Розпочато роботу у сфері «електронної медицини» (ehealth-ukraine.org). Упроваджується «електронне судочинство». Запроваджено систему електронних звернень з використанням Інтернету відповідно до Закону України «Про звернення громадян», передусім, найзатребуванішими стали петиції до Верховної Ради (itd.rada.gov.ua/services/petitions/) та Президента України (petition.president.gov.ua), деяких місцевих органів влади (Києва, Вінниці, Тернополя та ін.). Введено в експлуатацію Єдиний веб-портал використання публічних коштів (e-data.gov.ua). Поліпшено можливості та розширено сферу застосування електронної звітності до органів Державної фіскальної служби, органів державної статистики та Пенсійного фонду України. Відкрито доступ до електронного реєстру відшкодування ПДВ.

Реформовано систему державних і публічних закупівель. Зокрема, публічні закупівлі проводяться виключно в електронній формі в системі «ProZorro» (prozorro.gov.ua). Банками («ПриватБанк» і «Ощадбанк») розроблено безпечну систему BankID, яка дозволяє підтвердити особистість користувача на офіційних сайтах через його аккаунт в інтернет-банкінгу [3].

Висновок. Модернізація державного управління та державної служби сьогодні значною мірою здійснюється за допомогою е-урядування. Впровадження електронного урядування сприяє підвищенню ефективності обслуговування населення чиновниками усіх рівнів, полегшенню їхньої взаємодії; більш того, воно повинно відбуватись поетапно, з урахуванням загальної схеми та тих етапів, на яких вона перебуває. Можливо, саме впровадження системи електронного урядування в Україні допоможе зробити державне управління більш продуктивним та сприятиме уникненню численних розбіжностей та непорозумінь між представниками влади та громадянами.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми реалізації концепції розвитку електронного урядування в Україні. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2011-2/doc/2/04.pdf>.
2. Концепція розвитку електронного урядування в Україні. URL: <https://lib.kherson.ua/dose6-5.htm>.
3. Електронне урядування на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях: сучасний стан та перспективи впровадження в Україні. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/32.pdf.

УДК 352

Побережна К.В.

2 курс, група ПУА-188, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Кошеленко С.В.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ОЦІНКА РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Децентралізація – це передача повноважень та бюджетних надходжень від державних органів до органів місцевого самоврядування. Метою реформи місцевого самоврядування є, передусім, забезпечення його спроможності самостійно, за рахунок власних ресурсів, вирішувати питання місцевого значення. Йдеться про наділення територіальних громад більшими ресурсами та про мобілізацію їхніх внутрішніх резервів.

Реформа органів місцевого самоврядування передбачає об'єднання (укрупнення) територіальних громад. Це здійснюється через те, що надмірна частина ресурсів у таких громадах і далі витрачатиметься на утримання управлінського апарату, а для реалізації серйозних проектів місцевого розвитку коштів не вистачатиме. І навіть наділення додатковими ресурсами переважної більшості наявних дрібних територіальних громад, їхньої спроможності не забезпечить. Тому реформа місцевого самоврядування, враховуючи позитивний як європейський, так і власний історичний досвід, передбачає обов'язкове об'єднання (укрупнення) територіальних громад [1].

9 квітня 2015 року був прийняти Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад». Який все ж дозволив органам місцевого самоврядування об'єднуватись у територіальні громади, а де-факто утворювати нові адміністративно-територіальні одиниці (АТО) – об'єднані територіальні громади (ОТГ) [2].

Станом на 10 січня 2020 року в Україні створено 1029 об'єднаних територіальних громад з населенням 11,7 мільйонів людей. Перспективними планами формування територій громад покрито 90,3 % території країни (табл.1).

Територія нині утворених ОТГ в областях України становить 233413.83 км², що складає близько 38,7 % від площі всієї країни, враховуючи окуповані території. Загалом, як вже було згадано, починаючи з 2015 року було утворено 1029 ОТГ в Україні, це вже цілком самостійні об'єднані громади, які провели місцеві вибори голови та депутатів і сформували свої виконавчі органи. У грудні минулого року відбулися вибори до новостворених ОТГ, ще 49 об'єднаних громад готові до призначення перших виборів і чекають на рішення ЦВК [2].

Таблиця 1 – Об'єднані територіальні громади в Україні

Область	Кількість об'єднаних громад	Населення	Площа	К-ть рад
Вінницька	46	752594	5570,2 км ²	156
Волинська	54	604561	11802,08 км ²	235
Дніпропетровська	71	905157	21258,65 км ²	229
Донецька	13	239356	5233,89 км ²	74
Житомирська	56	812814	19570,01 км ²	412
Закарпатська	17	278194	1687,65 км ²	62
Запорізька	56	510738	18707,34 км ²	199
Івано-Франківська	39	712658	4039,99 км ²	177
Київська	24	329803	5236,87 км ²	142
Кіровоградська	27	161543	6050,35 км ²	81
Луганська	18	115084	7037,72 км ²	75
Львівська	41	352165	5082,88 км ²	174
Миколаївська	42	318142	12600,01 км ²	146
Одеська	37	370960	11556,0 км ²	158
Полтавська	53	405878	10051,4 км ²	195
Рівненська	45	354599	7874,42 км ²	148
Сумська	38	757042	10376,2 км ²	187
Тернопільська	54	671976	6800,94 км ²	311
Харківська	23	375753	7588,37 км ²	114
Херсонська	33	275216	9665,54 км ²	115
Хмельницька	51	570433	12645,85 км ²	370
Черкаська	57	337088	8527,59 км ²	222
Чернівецька	37	359796	3879,71 км ²	132
Чернігівська	50	502223	20570,16 км ²	372
Всього	982	11073773	233413,83 км ²	4486

Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад» дав змогу почати формувати спроможний базовий рівень місцевого самоврядування. До складу ОТГ увійшли більше 4000 колишніх місцевих рад. 9 млн людей проживають в ОТГ. Такі

темпи міжмуніципальної консолідації міжнародні експерти називають дуже високими [3].

Всього станом на 10 січня 2020 року в ОТГ працює 3207 старост, з них: 800 обрано (24,9 %). Власні доходи загального фонду місцевих бюджетів зрости на 267,0 млрд грн (14 %): (з 234,1 млрд грн в 2018 році до 267,0 млрд грн в 2019 році). Виконання власних доходів місцевих бюджетів 250,5 млрд грн. за січень – листопад 2019 р., порівняно з січнем – листопадом 2018 р., 212,7 млрд грн (приріст 37,8 млрд грн – 17,8 %).

Уряд визначив підтримку реформи децентралізації в Україні одним з пріоритетних завдань, що сприятиме розвитку місцевого самоуправління і економічного розвитку країни в цілому. Очікується, що 2019 рік стане ключовим у питанні формування базового рівня місцевого самоврядування: до кінця року більшість існуючих малочисельних місцевих рад можуть об'єднатися, а отже стати спроможними перебрати на себе більшість повноважень, належним чином використовувати ресурси і нести відповідальність за свої дії чи бездіяльність перед людьми та державою. Це створить стійке підґрунтя для наступних кроків реформи місцевого самоврядування, а також сприятиме прискоренню реформ у сфері охорони здоров'я, освіти, культури, соціальних послуг, енергоефективності та інших секторах.

23 січня 2019 року Кабінет Міністрів України ініціював перехід до нового етапу реформи децентралізації, який передбачає закріплення вже набутих успіхів і формування спроможних громад, зміну територіального устрою на рівні районів та громад, чітке розмежування повноважень та функцій контролю різних рівнів управління, а також розвиток форм місцевої демократії [3].

На початку 2019 року рейтинг областей з формування спроможних громад очолювали Хмельницька, Житомирська, Чернігівська, Запорізька та Волинська області. На початку 2020 – Житомирська, Дніпропетровська, Чернігівська, Хмельницька та Запорізька області.

П'ятірка регіонів-аутсайдерів теж не зазнала значних змін. На початку 2019 року це були Вінницька, Полтавська, Київська Кіровоградська та Закарпатська області. На початку 2020 – Київська, Львівська, Закарпатська, Вінницька та Кіровоградська області.

Зараз Мінрегіон спільно з підкомітетом ВРУ проводять консультативні зустрічі з розгляду перспективних планів всіх областей, щоб привести їх у відповідність до законодавства [4].

Список використаних джерел

1. Суть реформи органів місцевого самоврядування (децентралізації). Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: http://icps.com.ua/sut-reformydetsentralizatsiyi--spromozhnist-rehionivsamoistyyno-za-rakhunok-vlasnykh-resursivvyrishuvaty-pytannya-mistsevohoznachennya/reformi_ukr_b_full.pdf.

2. Мельничук А., Остапенко П. Децентралізація Влади: реформа № 1 [аналітичні записки]. К.: ЦОП «Глобус» ФОП Кравченко Я. О. 2016. 35 с.

3. Децентралізація дає можливості. URL: <https://decentralization.gov.ua/about>.

4. Що у розвитку громад і територій відбулося за 2019 рік – дані моніторингу децентралізації. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12055>.

Попудрібко М.В.

2 курс, група ЕП-184, факультет економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Кошеленко С.В.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

У сучасних умовах мікро-, малі та середні підприємства становлять більшу частину у структурі Спільки українських підприємств. Саме ці підприємства переживуть кризу особливо болісно за будь-якого сценарію розвитку пандемії в Україні. Бізнес по всьому світу змушений пристосовуватися швидше за усі інші сфери, адже без працюючої економіки перемогти пандемію в принципі неможливо. Пандемія коронавірусу продовжує набирати оберти [1]. Незважаючи на зусилля вчених по всьому світу, до цього часу невідомо, як довго вона триватиме, якою буде кількість її жертв і – головне – яким чином її перемогти. Вкрай складно прорахувати й інші наслідки пандемії, в першу чергу, економічні втрати. Але точно зрозуміло, що COVID-19 серйозно змінить світ, починаючи від геополітичних аспектів і до організації дозвілля та побуту. Власне, світ вже змінюється, швидко адаптуючись до нової реальності із закритими кордонами і віддаленою роботою [2]. Компанії намагаються оперативним чином скорочувати витрати і перебудовувати бізнес-процеси. При цьому багато з них шукають і знаходять можливість не тільки продовжити роботу в кризових умовах, а ще й допомагати суспільству і державі впоратися з новими несподіваними викликами [3].

Про те, що світ на порозі глобальної фінансової та економічної кризи, говорили ще до того, як в Китаї з'явився перший хворий COVID-19. Епідемія коронавірусу зробила цю кризу абсолютно неминучою. Масштаби майбутніх втрат постійно переглядаються і лише в бік збільшення. Так, Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) взимку давала прогноз зростання глобального ВВП в 2020 році на рівні 2,9 %, потім знизила свій прогноз до 2,4%, а при найгіршому варіанті розвитку пандемії – до 1,5 %. Зараз в ОЕСР кажуть, що і цей сценарій може виявитися занадто оптимістичним. У рейтинговому агентстві Moody's поки оцінюють уповільнення зростання світового ВВП до 1-1,5 % в поточному році, а S&P і зовсім говорять про падіння розвинених економік на 0,5 %. Але всі аналітики єдині в тому, що давати які-небудь точні оцінки дуже рано.

Не можна спрогнозувати ні подальший розвиток пандемії коронавірусу як такої, ні негативний економічний ефект від карантинних та обмежувальних заходів, вжитих різними країнами. Ще одне відкрите питання – наскільки вдасться пом'якшити наслідки пандемії за рахунок державних антикризових заходів, які в країнах на кшталт Великобританії чи Німеччини вимірюються сотнями мільярдів євро. У будь-якому випадку, наслідки поточної кризи затьмарять так звану Велику рецесію 2008 року і стануть для світу найважчим економічним випробуванням за багато десятиліть. На жаль, дві топові світові економіки – США і Китай виявилися серед найбільш

постраждалих від пандемії. А коли погано американській і китайській економікам, то погано і всім іншим.

«Світ навряд чи повернеться до ідеї взаємовигідної глобалізації, яка стала визначальною рисою початку 21 століття. Не маючи стимулів захищати спільні досягнення глобальної економічної інтеграції, сформована в 20 столітті архітектура глобального економічного управління дуже швидко атрофується. Політичним лідерам знадобиться колосальна самодисципліна, щоб зберегти міжнародне співробітництво і не сповзти в болото геополітичного суперництва. Якщо лідери доведуть громадянам свою здатність подолати кризу COVID-19, це дасть їм певний політичний капітал. Але тим, кому не вдасться це довести, буде дуже важко встояти перед спокусою звинуватити у своєму провалі інших» – Робін Ніблетт (директор Chatham House).

Третина власників бізнесу (переважно мікро-), заявляють про падіння доходів на 90-100 % з початку карантину. Ці ж підприємці вже звільнили до 50 % штату співробітників. Власники малого та середнього бізнесу говорять про зменшення доходів на 25-50 % порівняно з докарантинним періодом і вже звільнили від 10 до 25 % працівників. Втрати прибутків великих підприємств становлять 10-25 %, там прогнозується скорочення штату на 25 % до кінця обмежувальних заходів. Аналіз ситуації був проведений Спілкою українських підприємців, що зображено на рисунку 1, 2.



Рисунок 1 – Перспективи діяльності бізнесу в умовах карантину



Рисунок 2 – Вимушені кроки під час карантину

Висновок. На основі поглибленого аналізу та вивченого матеріалу щодо розвитку бізнесу в умовах пандемії, можна сказати, що увесь світ не був готовий до глобальних економічних проблем, принесених пандемією.

Список використаних джерел

1. Як світовий та український бізнес справляється з пандемією коронавірусу і допомагає іншим пережити кризу. Рука допомоги. URL: https://www.rbc.ua/static/longread/helping_hand_ukr/index.html
2. Коронавірус VS бізнес: половина підприємств продержитися на карантині не більше місяця. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/04/2/658857/>
3. Коронавірус і бізнес: потрібно перейти в режим максимальної економії. Ліга. Бізнес. URL: <https://biz.liga.net/all/all/opinion/koronavirus-i-biznes-seychas-nado-pereyti-v-rejim-maksimalnoy-ekonomii>

УДК 352

Присяжнюк Є.В.

1 курс, група ПУА-198, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Слинько М.Ю.**,
викладач кафедри економіки та управління

ОЗНАКИ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ (ОТГ) ЯК СУБ'ЄКТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Сучасні трансформаційні процеси в Україні, які характеризуються динамічністю модернізацій економічних, соціальних і політичних реалій, невизначеністю стратегій розвитку, розпорошеністю цінностей, суспільних стандартів, норм, стереотипів, ідеологій і концепцій, обумовлюють зростання наукового інтересу до пізнання сутнісного потенціалу та особливостей функціонування об'єднаної територіальної громади як ключового новітнього елемента перебудови вітчизняної системи місцевого самоврядування в бік децентралізації. Наголосимо, що попри зростання уваги сучасних вчених до проблематики децентралізації, тема об'єднаних територіальних громад (ОТГ) є мало вивченою, комплексне дослідження даного феномену взагалі відсутнє, а його глибинний світоглядний зміст та роль у соціально-економічних процесах ще не розкриті. Окрім того, аналіз наукових концептів, у яких висвітлені окремі аспекти формування та функціонування ОТГ, засвідчує епізодичний і фрагментарний характер досліджень переважно у державно-управлінській площині, що вказує на стадію імплементації децентралізацій-них тенденцій у систему місцевого самоврядування та наочно демонструє потребу подальших ґрунтовних наукових розробок. «Акцентуємо, що сьогодні розвиток українського місцевого самоврядування, підтримка високої конкурентоспроможності територіальних громад без нових знань і підходів, тобто без науки не є можливим. Наука продукує ідеальні моделі, які презентують «як треба правильно робити» з

урахуванням прогресивних досягнень і передового досвіду. На превеликий жаль, не можна упевнено стверджувати, що існує запит українського публічного управління на науку, хоча справедливо кажуть, що немає нічого більш практичного, ніж хороша теорія» [1]. Саме ОТГ, на наше переконання, є цією ідеальною моделлю і новітнім суб'єктом місцевого самоврядування, сформованим на засадах державної підтримки, гарантованості паритетних взаємин, прямого народовладдя, виборності і законності, фінансової самостійності, соціальної ідентичності, економічної свободи і правової захищеності. Виходячи із вищезазначеного, та враховуючи, що у сучасній економічній науці визначення ОТГ не має єдності у трактуванні та підходах дослідження, а нормативно-правова регламентація її сутності на сьогодні є недостатньою й певною мірою колізійною, здій-снимо комплексне осмислення даної дефініції.

Демократизація суспільних відносин та процеси децентралізації, пов'язані з нею, вимагають перегляду ролі місцевого самоврядування в загальній системі організації публічної влади в Україні, яке, у свою чергу, є одним із засобів залучення населення до управління державними справами. Це пов'язано з тим, що місцеве самоврядування є вираженням самоорганізації громадян на найнижчому рівні публічного управління, яким в Україні є територіальна громада.

Саме територіальна громада визначена Конституцією України як первинний суб'єкт місцевого самоврядування, що є логічним продовженням іншого конституційного положення: джерелом державної влади в Україні є народ [5]. Водночас активний вплив місцевого самоврядування на формування нових економічних і соціальних відносин можливий лише в тому разі, якщо воно матиме відповідні правові Гарантії, налагоджену систему соціальних відносин, належне кадрове забезпечення, а головне – самодостатню територіальну громаду, у розпорядженні якої є достатній обсяг матеріальних та фінансових ресурсів, які вона може використовувати в межах своїх повноважень. Усе це обумовлює актуальність дослідження проблем функціонування територіальної громади як первинного елементу системи місцевого самоврядування в Україні.

Для прикладу, до середини ХХ століття більше половини населення Європи та Північної Америки були зайняті в сільському господарстві, проте його інтенсифікація докорінно змінила картину зайнятості. Сьогодні ця частка у США та Канаді складає 4 %, у розвинутих країнах Європи – 6 %, у Польщі – майже 10 %. За таких показників потреба в робочій силі, зайнятій у сільському господарстві, не досягає і 10 % активного населення сільської місцевості. Україна має перспективи досить швидко досягти аналогічного показника. Ігнорування цих тенденцій латиноамериканськими країнами призвело до зменшення частки сільського населення до 5 % та перенаселення мегаполісів, з відповідними економічними, соціальними та екологічними проблемами.

Починаючи з 1991 року чисельність сільського населення зменшилася на 2,5 млн осіб, а кількість сільських населених пунктів – на 348 одиниць. Разом з тим кількість сільських рад збільшилася на 1067 одиниць. До початку реформи у 2014 році існувало близько 12 тис. базових адміністративно-територіальних одиниць – територіальних громад. У більш як 6 тис. громад чисельність жителів становить менш як 3 тис. осіб, з них у 4809 громадах – менш як 1 тис. осіб, а у 1129 громадах – менш як 500 осіб. В таких громадах найвища динаміка зменшення населення, зростає кількість

покинутого житла, низька зайнятість, слабка бюджетна та соціальна інфраструктура, високі видатки на утримання управлінського апарату та відсутні видатки на розвиток, органи місцевого самоврядування практично не можуть здійснювати надані їм законом повноваження. Дотаційність 5419 бюджетів місцевого самоврядування становить понад 70 відсотків, 483 територіальні громади на 90 відсотків утримуються за рахунок коштів державного бюджету.

Підсумовуючи напрацювання сучасної науки у сфері дослідження територіальної громади, О. Мороз пропонує такий перелік основних ознак:

- спільна територія існування (що може включати проживання, роботу, володіння нерухомим майном);
- спільні інтереси у вирішенні питань життєдіяльності;
- соціальна взаємодія в процесі реалізації цих інтересів;
- психологічна самоідентифікація кожного члена з громадою;
- спільна комунальна власність;
- сплачування комунальних податків [8].

Інший дослідник, правознавець М. Баймуратов, наводить такі ознаки територіальної громади, які, на нашу думку, цілісно й узгоджено відображають усі особливості функціонування територіальної громади (деякі з них уже знайшли закріплення в чинному законодавстві):

- територіальна – спільне проживання осіб (жителів), які входять у громаду на певній території (у межах певної адміністративно-територіальної одиниці – село, селище, місто, ч. 1 ст. 140 Конституції України);
- інтегративна – територіальна громада виникає на основі об'єднання всіх жителів, що проживають на певній території незалежно від того, чи є вони громадянами даної держави. Тобто членами територіальної громади можуть бути громадяни даної держави, а також іноземні громадяни, особи без громадянства, які постійно проживають на певній території. Можливе включення в територіальну громаду біженців і переміщених осіб (за змістом ст. 1 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21 травня 1997 р.);
- інтелектуальна – основою конституювання територіальної громади є спільні інтереси жителів, які мають специфічний характер і виявляються у вигляді широкого спектру системних індивідуально-територіальних зв'язків, що виникають між ними (основний об'єкт діяльності територіальної громади – питання місцевого значення – ч. 1 ст. 140 Конституції України);
- майнова – територіальна громада є суб'єктом права комунальної власності (їй належать рухоме й нерухоме майно, прибутки місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, які є власністю відповідних територіальних громад, ч. 1 ст. 142 Конституції України);
- фіскальна – члени територіальної громади є платниками місцевих податків і зборів (ст. 67 Конституції України; ст. 4, 6, 15 Закону України «Про внесення змін у Закон України "Про систему оподаткування"» від 18 лютого 1997 р.) [1].

Висновки. Отже, територіальна громада є тим самоврядним соціальним осередком, формування та оптимальне функціонування якого стане передумовою побудови громадянського суспільства та правової держави в Україні. Територіальна громада як первинний системоутворюючий елемент місцевого самоврядування насамперед є «природною» корпоративною одиницею, автономність якої виходить не

з державної влади, а з суверенітету народу. Держава лише визнає її діяльність, що реалізується жителями – членами територіальних громад як їх природна соціальна претензія в односторонньому порядку незалежно від ступеня правового припущення. Держава з допомогою правових засобів лише впорядковує самоврядну активність місцевого населення, не встановлюючи її. Вона лише санкціонує муніципальні функції і повноваження, пов'язані з регулюванням питань місцевого життя [13, с. 57].

Сьогодні відбувається процес подальшого конституційного врегулювання статусу територіальних громад, що сприятиме розвитку місцевої демократії та належного становлення дієздатних і самодостатніх територіальних громад.

Список використаних джерел

1. Батанов О. В. Конституційно-правовий статус територіальних громад в Україні: монографія / за заг. ред. В. Ф. Погорілка. К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. 512 с.
2. Основи муніципального права України: навч. посіб. / за ред. М. І. Корнієнка. К. 2000. 286 с.
3. Кравченко В. До питання про сучасну концепцію місцевого самоврядування / В. Кравченко // Переваги місцевого самоврядування: Міжнар. конф. «Переваги місцевого самоврядування» (29-30 трав. 2001 р., м. Ірпінь, Київ. обл.). К.: Логос, 2001. С. 147-157.
4. Кравченко В. І. Місцеві фінанси України: навч. посіб. / В. І. Кравченко. К.: Т-во «Знання» України, 1999. 487 с.
5. Куценко Т. Ф., Дударенко Є. Ю. Об'єднані територіальні громади в Україні: короткий аналітичний огляд // Економіка та держава. 2017. № 3. С. 19–23.
6. Ковальчук Ю. М. Щодо поняття об'єднаної територіальної громади як елемента правового регулювання // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція. 2017. № 29. Т. 1. С. 87–90.

УДК 630:650

Прокопенко Т.О.

4 курс, група ЕП-164+ск, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Ільченко Н.В.**,
к.н.держ.упр, доцент, доцент кафедри економіки та управління

НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Згідно зі ст. 1 Лісового кодексу України: «Ліси України є її національним багатством і за своїм призначенням та місцерозташуванням виконують переважно водоохоронні, захисні, санітарно-гігієнічні, оздоровчі, рекреаційні, естетичні, виховні, інші функції та є джерелом для задоволення потреб суспільства в лісових ресурсах» [1].

Ліс є єдиним джерелом деревини, яка використовується для виробництва засобів праці, зокрема для предметів праці та споживання. Незважаючи на те, що існують

багато заміників деревини, значення її не зменшується, а, навпаки, зростає, розширюючи при цьому сфери застосування. Таким чином, суспільна значущість лісів є основою для ведення лісового господарства – лісо-ресурсного комплексу, який поєднує лісосировинний та лісо-виробничий підкомплекси.

Загальна площа лісового фонду України становить 10,4 млн га, з яких 9,6 млн га вкриті рослинністю. Лісистість країни становить 15,9 % від загальної площі. За останні 50 років площа лісів зросла на 21 %, а запас деревини зріс майже у 3 рази [2].

Експерти та вчені вважають, що потенціал українських лісів є досить великим, але повністю він не використовується. Щорічний приріст лісів використовується в межах 64 %, в той час як в країнах Європи на 70-80 %. Щороку в Україні вирубується близько 0,9 % запасу, тоді як щорічний обсяг рубок у Фінляндії становить 2,8 %, Чехії – 2,4 %, Швейцарії – 1,9 %, Великобританії – 3 %, Бельгії – 3,1 % тощо [3].

Таким чином, економічні показники лісового господарства є невисокими. Незважаючи на значний потенціал лісового комплексу України, його використання та управління є не ефективними, не відповідають сучасним вимогам та потребують покращення.

Сучасні проблеми лісопромислового комплексу науковці в галузі лісового господарства поділяють на 4 групи:

1) Правові: недосконала нормативно-правова база, яка не враховує особливості ринкової економіки; недосконала система оподаткування, яка не враховує довгострокового періоду лісовирощування тощо; у лісовому законодавстві недостатньо враховані регіональні відмінності; недотримання на практиці виконання міжнародних угод із сталого лісоуправління тощо.

2) Лісівничо-екологічні: збільшення кількості самовільних рубок, самозахватів лісів; недосконалі методи догляду за станом лісів; глобальні кліматичні зміни; зростання антропогенного навантаження на лісові екосистеми.

3) Економічні: нестабільне фінансування лісового господарства; система планування залишається централізованою та мало пристосованою до ринкових умов; незбалансоване законодавство, яке в наслідку перешкоджає довгостроковому плануванню розвитку лісового сектора.

4) Соціальні: недосконалий механізм розподілу функцій із розпорядження лісами між рівнями державної влади; малий ступінь довіри населення до структур влади; нерозвинені суспільні лісові та екологічні організації тощо.

Шляхи вирішення даних проблем наведено у табл. 1.

Висновки. Отже, лісове господарство є важливою складовою економіки України, оскільки, крім того, що забезпечує сировиною різні галузі народного господарства, воно є основою для ведення господарської діяльності, яка передбачає створення робочих місць, виготовлення продукції і тим самим формування ВВП. Незважаючи на великий потенціал лісового сектору України, його управління та використання потребують вдосконалення. Для вирішення даних проблем пропонується: підвищити ефективність системи управління та ведення лісовим господарством; вдосконалити нормативно-правову базу, яка б враховувала принципи ринкової економіки; ефективніше використовувати лісові ресурси на основі комплексного використання та ефективної роботи лісогосподарських підприємств на інноваційній основі; дотримуватися умов міжнародного співробітництва зі сталого лісоуправління тощо.

Таблиця 1 – Шляхи вирішення проблем лісового господарства

Шляхи	Засоби вирішення проблеми
Підвищення ефективності управління лісовим господарством	<ul style="list-style-type: none"> – посилення функцій Держлісагентства; – підтримка комунальної власності на ліси в межах населених пунктів; – підтримка приватної власності на ліси, які створюються на землях, що знаходяться у приватній власності; – посилення повноважень Державної інспекції з контролю за охороною, захистом, використанням та відтворенням лісів з метою підвищення ефективності ведення лісового господарства всіма лісокористувачами – розширення децентралізації системи планування.
Реформування економічної та фінансової системи ведення лісового господарства	<ul style="list-style-type: none"> – створення конкурентних засад формування послуг лісовому господарству приватними підприємствами і підприємцями; – вдосконалення плати за лісові ресурси залежно від площі лісового фонду та ринкової вартості заготовленої сировини; – направлення місцевим громадам частини лісового податку; – розробка методики розрахунку рівня плати за використання земель лісового фонду для потреб рекреації, мисливства, промислової заготівлі грибів, ягід, лікарської сировини тощо; – створення умов для довгострокових інвестицій, будівництва доріг, придбання техніки та ін.
Вдосконалення ведення лісового господарства	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення екологічно орієнтованого ведення лісового господарства та комплексного використання лісових ресурсів; – перегляд принципів розподілу лісів за екологічним та господарським значенням; – розробка нових ефективних методів оцінки лісів; – збереження біологічної різноманітності лісів; – оптимізація мережі природно-заповідних об'єктів; – впровадження ландшафтно-водозбірних принципів ведення лісового господарства; – посилення стійкості лісових екосистем до негативних впливів навколишнього середовища.
Ефективне використання лісових ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> – запровадження реалізації заготовленої деревини через аукціони і торги для формування прозорого ринку деревини; – формування конкурентних засад формування послуг лісовому господарству приватними підприємствами.
Міжнародне співробітництво	<ul style="list-style-type: none"> – виконання міжнародних зобов'язань України щодо лісів; – участь у роботі міжнародних лісних організацій; – вивчення нових методів та технологій ведення лісового господарства; – розширення співпраці між науковими організаціями, проведення спільних досліджень.

Список використаних джерел

1. Лісовий кодекс України від 21 січня 1994 р. № 3852-ХІІ. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3852-12>
2. Загальна характеристика лісів України // Державне агентство лісових ресурсів України. 2016. URL: http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art_id=62921

3. Лісове господарство України // Державне агентство лісових ресурсів України. 2019. URL: http://ekoinform.com.ua/wp-content/uploads/2019/01/Brosura_DALR_2019_UA-web.pdf.

УДК 331.5

Ромашко І.Є.

1 курс, група ЕП-194, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ВЗАЄМОДІЯ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ

Перехід до ринкової економіки викликає глибоку трансформацію всієї сукупності виробничих відносин, включаючи й трудові. Сучасні умови господарювання передбачають формування системи взаємопов'язаних ринків споживчих товарів, капіталу, праці, кожен з яких виконує свою особливу, специфічну і властиву лише йому функцію.

У широкому розумінні ринок праці – це система трудових, соціально-економічних і правових відносин, узгоджуюча інтереси роботодавців і найманих працівників у цілях забезпечення нормального відтворення робочої сили і ефективного використання праці зайнятих працівників. У вузькому розумінні ринок праці розглядається як система відносин між роботодавцями й найманими працівниками з приводу задоволення попиту перших на працю і потреб других в роботі за наймом [1, с. 445].

В основі функціонування ринку праці лежать ті ж принципи, що і в основі ринку споживчих товарів та послуг. Аналіз попиту і пропозиції – основний метод вивчення і тих, й інших. Однак функціонування ринку праці має деякі особливості, пов'язані з характером і специфікою відтворення робочої сили, суть яких полягає в наступному:

- 1) невіддільність права власності на товар – робочу силу від його власника;
- 2) тривала взаємодія продавця (найманого працівника) та покупця (наймача);
- 3) наявність великої кількості інституційних структур особливого роду, яке породжує своєрідність відносин між суб'єктами ринку праці та необхідність більш детальної регламентації різних сторін їхньої діяльності;
- 4) високий ступінь індивідуалізації угод найму, пов'язана з різним професійно-кваліфікаційним рівнем робочої сили, різноманітністю технологій і організації праці;
- 5) своєрідність в обміні робочої сили порівняно з обміном речового товару: ринок праці пов'язує між собою різні ринки; реальна оплата праці здійснюється у відповідності з кінцевими результатами, тобто з ціною реалізованої продукції, створеної цим працею. Попит на робочу силу залежить від попиту на кінцеві товари і послуги;
- 6) зміст і умови праці, гарантії збереження робочого місця, перспективи просування по службі та професійного зростання, психологічний клімат в колективі

для працівника відіграють не менш важливу роль, ніж грошові аспекти угоди найму [1, с. 448].

Як відомо, попит на працю – це загальний обсяг потреб роботодавців у робочій силі, що володіє певними здібностями в реалізації трудового потенціалу.

Попит на працю залежить від наступних факторів, а саме: середнього рівня оплати праці в цілому по країні; продуктивності праці; попиту на товари, вироблені даним видом праці; віку працівника; заміни праці іншим фактором виробництва; кількості роботодавців; розширення виробництва на окремих підприємствах; еластичності на товари, вироблені даними працею; легкості заміщення праці іншим фактором виробництва; еластичності пропозиції доповнюючих факторів; частки витрат на заробітну плату в загальних витратах виробництва; часового фактору [2, с. 359].

Залежність попиту на працю від заробітної плати визначають для чинника – «ефект масштабу» та «ефект заміщення». Ефект масштабу можна описати наступним чином: якщо відбулося зростання заробітної плати, то наслідком буде зростання залишків виробництва, зростання ціни продукції і скорочення попиту на неї. Останнє викликає скорочення масштабів виробництва, і відповідно, скорочення попиту на працю.

Сутність ефекту заміщення полягає у тому, що зростання заробітної плати дає імпульси до заміни відносно більш дороговартісного фактора – праці відносно дешевшим – капіталом. В результаті відбувається скорочення попиту на працю. Зниження заробітної плати в силу цих самих причин призводить до збільшення попиту на працю. Обидва ці ефекти працюють в одному напрямку та обумовлюють обернену залежність попиту на працю від оплати і кількості праці [2, с. 360].

Пропозиція праці – це загальна кількість робочої сили, яка характеризується чисельністю і складом населення (стать, вік, освіта, професія, кваліфікація). Пропозиція робочої сили залежить від таких факторів як: кількості кваліфікованих працівників; умов праці (статус, престиж, соцзабезпечення); рівня заробітної плати й умов праці на альтернативних робочих місцях; рівня життя працівника; зміни демографічної ситуації в країні; витрат, пов'язаних зі зміною роботи; діяльності профспілок; державного регулювання на ринку праці; часового чинника [1, с. 451].

Дія ринкового механізму полягає в регулюванні попиту і пропозиції праці, встановленні домінуючої (рівноважної) ціни праці, яка сприяє повній зайнятості. Ціна праці в економічній теорії характеризує рівень зарплати, при якому попит на працю дорівнює пропозиції. Точка перетину кривих попиту і пропозиції визначає ціну робочої сили і чисельність працівників, які будуть зайняті у виробництві благ. Ця взаємодія попиту і пропозиції на ринку праці показана на рис. 1.

Крива пропозиції праці (S) спрямована вгору (зростає), так як працівники готові жертвувати вільним часом і працювати більше при підвищенні заробітної плати. Ця залежність виражає дію закону пропозиції праці. Крива попиту (D) спрямована вниз, так як при зростанні витрат виробництва (підвищення ціни праці – W) збільшується вартість продукції, створюваної додатковими трудовими затратами, і зменшується прибуток. Роботодавцям така ситуація не вигідна, і вони скорочують наймання працівників. Ця зворотна залежність виражає дію закону попиту на працю [2, с. 463].

У ситуації, коли ціна праці може влаштувати і роботодавця, і продавців робочої сили, кажуть, що ринок праці перебуває у рівновазі. Перетин кривих попиту і

пропозиції показує, що існує лише одна ціна, при якій інтереси продавців і покупців збігаються, – це рівноважна ціна праці W_E ; при ній обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції робочої сили. При ціні W_E роботодавці можуть заповнити усі наявні робочі місця, а особи, які бажають отримати роботу, знаходять її.

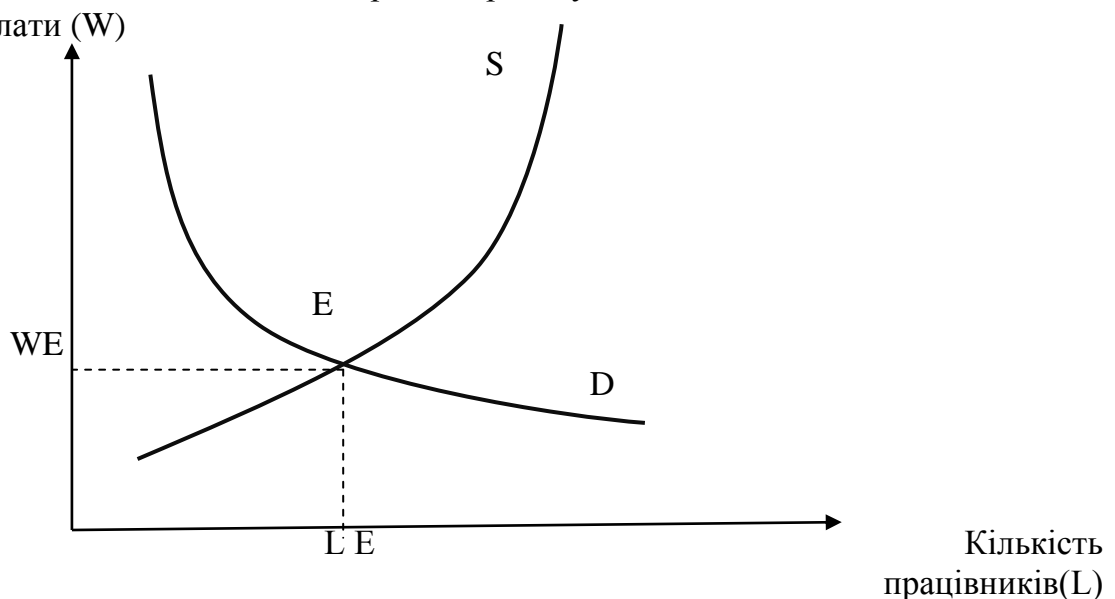


Рисунок 1 – Попит, пропозиція та їх взаємодія на ринку праці

Оцінюючи стан вітчизняного ринку праці слід розглянути декілька основних тенденцій його розвитку:

1) безробіття – це явище, коли частина активного населення, не має змоги застосувати свою робочу силу на благо суспільства, тобто стає зайвою. Рівень безробіття в Україні у 2019 році склав 9,1 %, а у 2018 – 8,6 % [3];

2) значний відтік робочої сили до інших країн світу – 3,2 млн осіб. Це 18 % всього економічно-активного населення країни [3];

3) невідповідність попиту пропозиції на ринку праці. На вітчизняному ринку праці спостерігається дефіцит претендентів на робітничі спеціальності при перевищенні кількості фахівців економічного та юридичного напрямів;

4) високий рівень неформальної зайнятості, тобто це будь-які види трудових відносин, які ґрунтуються не на основі трудового договору, а на усній домовленості;

5) вплив демографічних процесів на ринок праці тощо.

Висновки. Сьогодні ринок праці в Україні перебуває у стані трансформації, що супроводжується окремими негативними наслідками, пов'язаними із зниженням продуктивності праці, погіршенням умов зайнятості, поширенням сегменту нестандартної зайнятості, відтоком робочої сили, низьким рівнем оплати праці тощо. Суттєвими є прояви професійно-кваліфікаційного дисбалансу попиту та пропозиції на ринку праці, збільшення навантаження на регіональні ринки праці, постійне зростання рівня безробіття.

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Д. Мікроекономіка: навч. посіб. / 2-ге вид., перероб. та доп. К.: Знання, 2008. 679 с.

2. Менкью Н., Тейлор М. Экономикс: учеб. изд. / 2-е изд., доп. СПб: Питер, 2013. 656 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 35.08

Саєнко І.Г.

3 курс, група ПУА-178, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Одінцов О.М.**,
д.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління

ЕТИКА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

Від ціннісних основ державно-управлінської діяльності, етичної обґрунтованості прийняття управлінських рішень, моральних якостей державних службовців, рівня їх етичної культури залежить ступінь довіри до владних структур, націленість діяльності органів державної управління на побудову демократичної держави, реалізацію принципів гуманізму, соціальної справедливості, прозорості, дотримання прав людини.

Важливими аспектами морального життя професійної групи, що розглядає етика державної служби є:

- ставлення професійної групи і кожного спеціаліста до суспільства в цілому, його інтересів;
- визначення моральних якостей особистості представника державної служби, які забезпечуватимуть найкраще виконання ним професійного обов'язку;
- обґрунтування професіоналізму як моральнісної якості державного службовця;
- усвідомлення специфіки моральних відносин кадрового корпусу державної служби і громадян, які є безпосередніми об'єктами їх професійної діяльності;
- розкриття сутності взаємовідносин всередині професійних колективів органів державного управління, специфічних моральних норм, які виражають ці відносини;
- виявлення особливостей, мети, завдань та методів професійного етичного навчання державно-управлінського персоналу.

Зміст етики державного управління полягає в тому, що вона регулює модель моральної орієнтації в професійній поведінці особи, уповноваженої на здійснення функцій держави, сприяючи захисту інтересів суспільства та держави, впливає на ефективність, якість та компетентність державного управління та його авторитет.

Розгляд відносин державних службовців і громадян вимагає виокремлення та аналізу моральних засад взаємодій між фахівцями та тими, на кого цілеспрямована державно-управлінська діяльність.

Взаємовідносини представників державної влади і громадян мають ґрунтуватися на правилах гуманізму та пріоритету прав і свобод людини і громадянина.

Влада мусить бути уважною до справ кожної людини. Права людини описують свободи, які, перш за все, має поважати, оберігати та захищати держава.

Висновок. Таким чином, етика державного службовця заснована на усвідомленні професійного призначення, це система професійно-етичних цінностей, принципів і норм, які відображаються у свідомості державних службовців, орієнтують і регулюють їх відносини, діяльність у сфері державної служби та механізми підтримки професійно-етичної складової державної служби.

Список використаних джерел

1. Етика як наука. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10192/>.
2. Енциклопедія сучасної України (Етика). URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18041
3. Етика державного управління. URL: <http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/02/Etika-derzhavnogo-sluzhbovtsya.pdf>

УДК 65.012

Федоренко Ю.Р.

2 курс, група ЕП-184, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Кошеленко С.В.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія – довгостроковий, якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її ринкових позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей, основним завданням якого є забезпечення впровадження інновацій та змін в організації шляхом розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та передбачення майбутніх змін у діяльності.

Процес вибору стратегії проходить за допомогою аналізу усіх сторін економічної діяльності підприємства, ринку на перспективу (аналіз попиту і пропозиції), можливостей організації, бюджетно-податкової політики, впливу господарських тенденцій на економіку підприємства.

Усі відомі на сьогодні стратегії підприємств можна об'єднати у певні групи, але слід зауважувати, що будь-яка стратегія, обрана конкретним підприємством, завжди має індивідуальний характер, бо вона формується і впроваджується під впливом багатьох чинників. Незважаючи на те що двох абсолютно однакових стратегій не може бути, у менеджменті підприємства часто визначають загальні стратегії [1].

Термін «стратегія» до середини 50-х років ХХ сторіччя зазвичай використовувався у військовій галузі для характеристики генеральних напрямів ведення бойових дій і в економіці не вживався.

Згаданий післявоєнний період можна охарактеризувати як період посилення конкурентної боротьби між підприємствами всіх галузей коли за час, що минув після закінчення другої світової війни підприємствам вдалось не лише наростили свою фінансову і виробничу міць, а й зберегти її та примножити здобутки у всіх сферах

діяльності. Гострота конкурентної боротьби спонукала до пошуку таких шляхів розвитку і функціонування на ринку, які змогли би у довгостроковій перспективі забезпечити підприємствам перевагу над конкурентами. Дії підприємств та їхніх конкурентів стали мало схожими на джентльменські і стали скоріше нагадувати військові зведення з місця бойових дій. Вперше термін «стратегія» стосовно дій підприємств вжив англійський вчений А. Чандлер-молодший, який відокремив три основних положення, що є характерними для стратегії підприємств, і без яких будь-яка стратегія приречена на провал. Ці три положення можна звести до наступного:

- прийняття довгострокових цілей і задач підприємства;
- визначення основних етапів реалізації стратегії;
- розподіл ресурсів між основними напрямками реалізації стратегії.

Усі відомі на сьогодні стратегії підприємств можна об'єднати у певні групи, але не дивлячись на це, слід зауважити, що будь-яка стратегія, обрана конкретним підприємством, завжди буде носити індивідуальний характер, так як вона формується і впроваджується під впливом багатьох чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Можна упевнено стверджувати, що двох абсолютно однакових стратегій не може бути, так само, як не може бути двох абсолютно однакових людей [2].

Незважаючи на різноманітність визначень і трактувань стратегії, мета її полягає в тому, щоб досягти довгострокових конкурентних переваг, які забезпечували б корпорації високу прибутковість.

Стратегія складається з багатьох конкурентоспроможних дій та підходів, від яких залежить успішне управління підприємством. Менеджери (керівники) розробляють стратегії для того, щоб визначити, в якому напрямі буде розвиватися підприємство і як воно буде діяти. Вибір конкретної стратегії означає, що з множини шляхів розвитку і способів дій, які відкриваються перед підприємством, приймається рішення вибрати один, у якому воно буде розвиватися. Без стратегії у керівництва немає продуманого плану дій, немає єдиної програми досягнення бажаних результатів.

Зробити стратегічний вибір означає об'єднати бізнес-рішення і конкурентні дії в єдине ціле. Єдність дій і підходів буде відображати поточну стратегію підприємства. Обговорення нових дій і підходів відкриває можливі шляхи зміни поточної стратегії.

Добре продумане стратегічне бачення готує підприємство до майбутнього, дає змогу правильно вибрати довгострокові напрями розвитку та визначає наміри вищого керівництва стати на конкретні ділові позиції. Розробка стратегії є однією з важливих функцій менеджменту підприємства.

Ефективність управління підприємством сьогодні залежить від того, наскільки добре менеджери розробляють і виконують стратегію. Деякі менеджери розробляють сильні стратегії, але не можуть перетворити їх у практику. Інші – створюють посередні стратегії, але блискуче здійснюють їх. Для того, щоб підприємство досягло максимальних успіхів, менеджери повинні поєднувати добру розробку стратегії з вдалими її здійсненням. Чим краще продумана стратегія і чим уміліше її виконано, тим більше у підприємства шансів на сильну ринкову позицію [3].

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 вересня 2016 р. Одеса, Атлант, 2016. 426 с.

2. Василюк С. М. Поняття стратегії розвитку підприємства // Економіка та держава. 2020. № 1. С. 121–125.

3. Клівець П. Г. Стратегія розвитку підприємства: навч. посіб. К.: Академвидав, 2007. 320 с.

УДК 332.055

Цюрмаста О.С.

1 курс, група ЕПм-019, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Льченко Н.В.**,

к.н.держ.упр., доцент, доцент кафедри економіки та управління

ЕЛЕМЕНТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ХХ-ХХІ СТОЛІТТЯХ

Кінець ХХ ст. – початок ХХІ ст. відзначився вагомим впливом глобалізаційних та інтеграційних наслідків, які позначилися на позитивних та негативних факторах концепції сталого розвитку. Функціонування сучасної національної системи сприяє стрімкому зникненню економічних, правових та політичних перешкод між країнами, що у свою чергу впливає на виникнення важливих питань в концепції сталого розвитку ХХ ст. – початку ХХІ ст. Як наслідок, наприкінці ХХ ст. світ орієнтувався на сталий прогресивний ріст, що певним чином спричиняло та регулювало необхідність пошуку шляхів радикального світового впливу на сталий та безпечний розвиток держав [1, с. 203].

Елементи концепції сталого розвитку активно набули значного впливу та піднесення в багатьох державах, але одночасно впровадження даної концепції ускладнюється її всеохоплюючим характером. Сфера дискурсу підтримується колосальною підтримкою учасників процесу реалізації та створення домінантної ідеології у третьому тисячолітті і можливістю вийти на новий рівень розвитку суспільних відносин.

Аналізуючи елементи концепцій сталого розвитку, можна виявити, що тенденції постійно оновлюються та розширюються з метою вирішення новітніх викликів в країнах та розвитку людства загалом. Як виявилось, вони базуються на працях багатьох вчених. Наприклад, підґрунтям концепції є праці українського вченого Володимира Вернадського, котрий ще на початку ХХ ст. говорив про важливість усвідомлення зв'язку між людиною та природою як єдиного цілого та формування нової категорії «ноосфера». Дана концепція набуває всебічної актуальності шляхом залучення до обговорень на рівні міжнародних організацій, що свідчать про актуальність та нагальність даної вагової парадигми. Тривалий час затребуваним вважається та зростає потреба у вирішенні питання не тільки про реалізацію цілей сталого розвитку, а й про формування концепції чинних факторів, що дотримуються визначеної стратегії. Це модернізує концепцію з ідейного виміру в реальну площину [2, с. 113].

Можна сказати, що концепція сталого розвитку в наш час має певну модифікацію та відбувається в форматі міжнародних конференцій, публічних консультацій з фахівцями у певній сфері, нарад з фахівцями тощо. Основою для заключних офіційних документів являються висновки науковців, які почали набувати неабиякого поширення серед країн. Вирішальний внесок у вивчення проблем сталого розвитку запропонували

вітчизняні та закордонні науковці, такі як: О. М. Бородіна, Б. В. Буркинський, З. В. Герасимчук, Б. Г. Данилишин, Ю. М. Лопатинський, Н. А. Мікула та інші.

В різних інформаційних джерелах існує безліч дефініцій концепції сталого розвитку, але важливою та загальноприйнятою вважається визначена Всесвітньою комісією з навколишнього середовища та розвитку ООН, а саме: «сталий розвиток – це розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби» [3, с. 278]. Поняття «сталий розвиток» стає синонімом до таких категорій, як «зелена» економіка, «розумне всеохоплююче зростання», «промислова безпека» тощо. Хибно припускати концепцію сталого розвитку лише з точки зору наукового формату. Визначено твердження, що дана концепція здобула всесвітнього визнання світовим товариством та була проголошена Всесвітніми самітами як шлях до розвитку багатьох країн.

В період ХХ – ХХІ ст. на міжнаціональних конференціях, публічних консультаціях та нарадах з фахівцями були запропоновані шляхи встановлення концепції сталого розвитку. Насамперед домінувала екологічна складова, але деякі науковці стверджували, навпаки, про пагубний антропогенний вплив на оточення та навколишнє середовище. Велика кількість проголошених ідей стосувалася встановленню гармонії між суспільством та природою. Проте, з плином часу, додавалися нові, не менш актуальні погляди, зосереджуючи увагу на економічних та соціальних факторах.

Важливість даної концепції визначається тим, що світове співтовариство, незважаючи на ускладнення реалізації проголошених принципів, постійно вирішує та впроваджує корективи до плану дій надалі. Свідченням того, можемо спостерігати прийняту у 2010 році в Брюсселі стратегію «Європа – 2020», яка повідомляє напрям руху до розумного, сталого та всеохоплюючого зростання. У підсумковому документі було визнано, що економіки країн членів Європейського Союзу тісно пов'язані між собою і це вимагає від урядів окремих країн спільних дій. Ситуація в Європі погіршується на фоні екологічних викликів та старіння населення. У зв'язку з цим «Європа – 2020» пропонує три пріоритети розумного зростання: зростання економіки, що базується на знаннях та інноваціях; стале зростання (сприяння більш ефективному використанню ресурсів, розвитку більш екологічної та конкурентоспроможної економіки); всеохоплююче зростання (стимулювання економіки з високим рівнем зайнятості, що сприятиме соціальній та територіальній згуртованості) [4] (рис. 1).

Варто зазначити, що стан сталого розвитку в Україні є відносно несприятливим. Це зумовлено рядом важливих факторів, а саме: економічною обмеженістю; соціальною нерівністю; екологічними проблемами; інституційною недосконалістю [5, с. 18]. Визначення таких пріоритетів розвитку свідчить про те, що погляди на поняття сталого розвитку перетворюються під впливом неспинних змін зовнішнього середовища, а також загострення проблем, які потребують моментального впливу та зосереджують увагу на сучасних аспектах та результаті подальших цілей.

Можна визначити позитивний момент, що Україна перебуває в центрі світових нововведень та переймає досвід передових країн світу. 12 січня 2015 року Президент України, прийняв Стратегію сталого розвитку «Україна 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та її вихід на провідні позиції у світі. Метою діяльності роботи стала розробка, організація та виконання відповідних завдань, а також важливим являється контроль за досягненням міжнародних зобов'язань у зовнішніх відносинах. Вектор руху здійснюватиметься за такими принципами: вектор розвитку, вектор безпеки, вектор відповідальності [8].

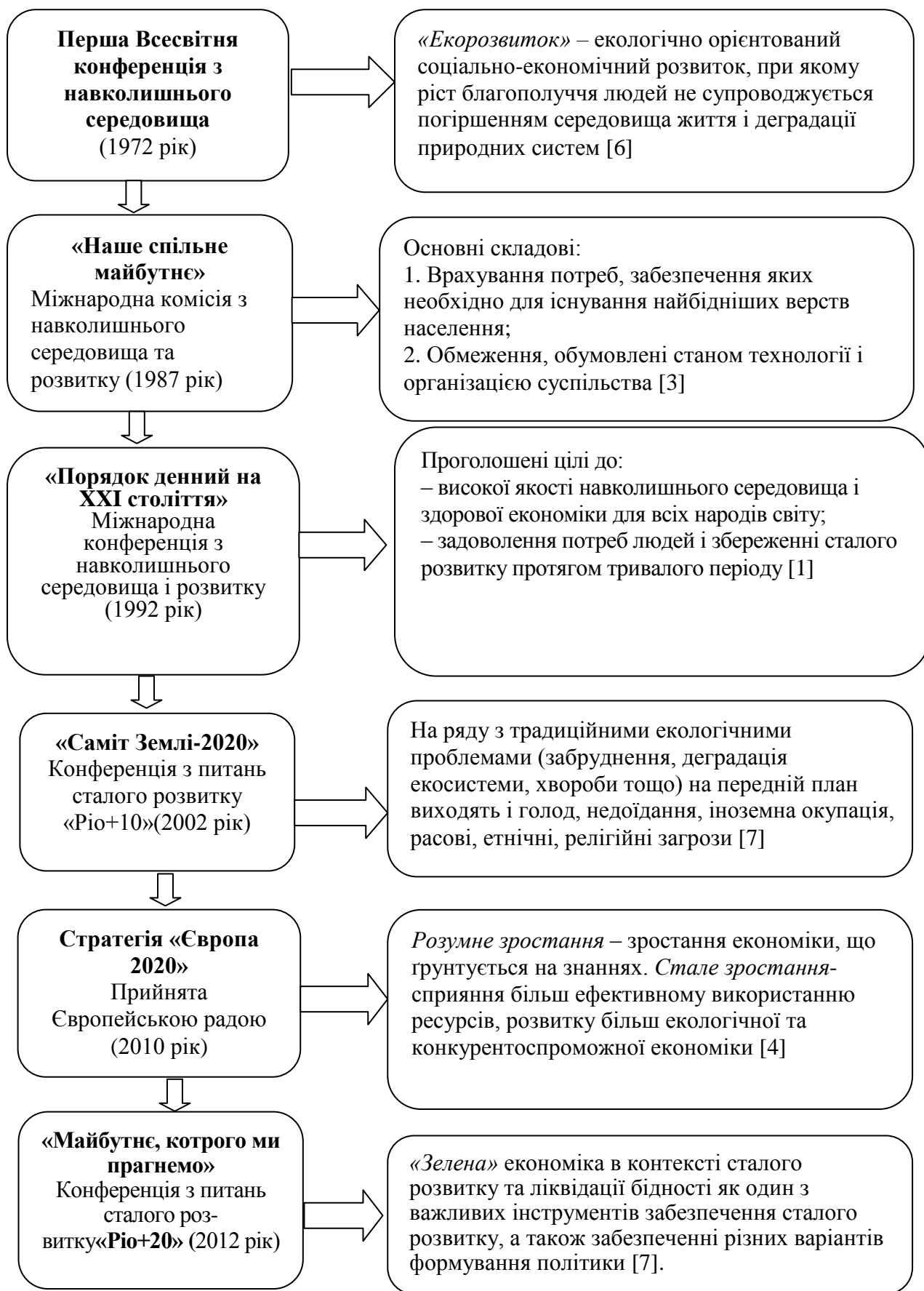


Рисунок 1 – Аспекти концепції сталого розвитку в міжнародних документах

Таким чином, сукупність даних факторів концепції створює небезпечну та несприятливу ситуацію, що потребує подальших втручань та прийняття рішень на етапі забезпечення сталого розвитку в Україні. Важливим етапом є формування необхідної законодавчої бази, створення відповідного механізму у владі. В цілому, Україна дотримується загальноприйнятих світових тенденцій у дотриманні положень концепції сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Соціологічна теорія: традиція та сучасність: навч. посіб. / за ред. А. Ручки. Київ, 2007. 363 с.
2. Вернадский В. И. Научная мысль как планетарное явление. Москва: Наука, 1991. 270 с.
3. Наше общее будущее: доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР): пер. с англ. Москва: Прогресс, 1989. 376 с.
4. Європа 2020: стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання. Федерація роботодавців автомобільної галузі України. Київ, 2014. 21 с.
5. Лопатинський Ю. М. Сталий розвиток аграрного сектора національної економіки у контексті євроінтеграції. Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. Вип. 730-731. 2015. 20 с.
6. Report of the United Nations Conference on the Human Environment, A/CONF.48/14/Rev.1, Stockholm, 5-16 June 1972. URL: [http://www.undocuments.net/aconf48» 14r1.pdf](http://www.undocuments.net/aconf48%2014r1.pdf)
7. Report of the World Summit on Sustainable Development Johannesburg, South Africa 26 August – 4 September 2002. URL: http://www.un.org/jsummit/html/documents/summit_docs/131302_wssd_report_reissued.pdf
8. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», схвалено Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

УДК 346.5

Цюрмаста О.С.

1 курс, група ЕПМ-019, факультет економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Плесюк К.Д.**,
викладач кафедри економіки та управління

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ УТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СТАРТАП-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Зважаючи на стрімкий технологічний розвиток сучасного світу, сучасна людина не в змозі уявити своє теперішнє, сучасне життя без технологічних інновацій та нововведень. Тому, ведення бізнесу постає водночас і цікавою, і надто ризикованою діяльністю, особливо, якщо цей процес пов'язаний зі створенням та існуванням абсолютно нового продукту та послуг.

Нові проекти та ідеї часто не трансформуються у стадію втілення, не говорячи вже про стадію прибутковості та розвитку (зростання). Водночас із новими напрямками бізнесу з'являється нова термінологія, яка точно і чітко відображає поточний стан за умови грамотного її використання. Таким відносно новим, сучасним та інноваційним явищем в українській бізнес-культурі є дефініція «стартап».

Незважаючи на різноманітність поглядів на пояснення терміну «стартап» – єдине розуміння відсутнє. Наприклад, відомий американський підприємець, творець восьми успішних стартапів, «Хрещений батько Кремнієвої долини», Стів Бланк вважає, що «стартап – це організація, сформована для пошуку повторюваної і масштабованої бізнес-моделі» [1]. Експерт венчурної діяльності Пол Грем, засновник Y Combinator, творець Yahoo! Store і автор книги «Хакери та Художники» стверджує, що «стартап – це компанія, спроектована з метою швидкого зростання». Американський підприємець, засновник руху «Ощадливий стартап», відомий блогер в сфері бізнесу високих технологій Ерік Ріс зазначає, що «стартап – це людський інститут, спроектований для створення нового продукту або сервісу в умовах критичної невизначеності» [2].

Таким чином, спостерігаємо таку ситуацію, що єдиного визначення «стартапу» немає навіть серед людей, які працюють у цій сфері. Проте, існують чіткі, не розмиті етапи створення стартапу, єдині за спрямованістю ствердження його властивостей, а також види фінансування та юридичного супроводу стартапів. Розкриття даних аспектів надасть можливість більшого розуміння суті, функціонування та розвитку стартап-тенденції в Україні.

За багатьма показниками 2017 рік виявився фінансово кращим за попередній. Наприклад, 2016 року українським стартапам вдалося залучити всього лише 80 млн \$. Окрім цього, у 2017 р. закордонні інвестиції сягнули 96 %. 2016 року цей показник був на рівні 58 %. Зросла й середня сума інвестицій. На первинній стадії, коли стартапи збирають гроші на розвиток, вона склала 490 тис \$ (проти 450 тис. \$). А на стадії, коли стартапи шукають гроші вже для виходу на ринок, вітчизняні компанії в середньому залучили 4,78 млн \$ (проти 1,5 млн \$). Єдиний показник, що суттєво зменшився торік, – це кількість угод. Попри приплив інвестицій, 2017 року відповідних контрактів підписали майже вдвічі менше, ніж 2016 року – 44 угоди проти 78. Цікаво, що гірше було лише 2011 року. Тоді уклали 29 угод.

Проаналізувавши дані світового рейтингу стартапів сервісу Startup Ranking, було виявлено, що Україна посідає 33 місце поміж 150 країн. За результатами аналізу в Україні у 2015 р. було зареєстровано щонайменше 141 стартап-компанію. Парадоксально, але, наприклад, в Австрії, де реалізуються ініціативи з підтримки стартапів, створено необхідні передумови і бізнес- середовище є набагато кращим, ніж в Україні, було зареєстровано лише 132 стартап-компанії. Згідно з рейтингом дослідницького центру стартап-екосистем світу StartupBlink 2019, Україна в рейтингу стартапів піднялася на 4 позиції і посіла 31-ше місце [3].

В Україні завдяки сучасним технологіям запроваджуються конкурси стартапів на базі державних інститутів, наприклад, у КНТЕУ 5 грудня 2018 р. відбувся фінал Всеукраїнського конкурсу стартапів «Tour System Ukr Challenge» серед студентів закладів вищої освіти, який вперше проводився у нашому університеті за напрямками «Start-up.Tour», «Hotel. Start-up», «Restaurant. Start-up». Організаторами конкурсу виступили: Київський національний торговельно-економічний університет, Туристичний оператор «TPG» (Travel Professional Group) та партнери-стейкхолдери

від закладів готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Основною метою проведення конкурсу стартапів є підтримки обдарованої студентської молоді, створення умов для її творчого зростання, активізації науково-дослідної роботи студентів, розвиток і посилення підприємницького духу студентської молоді [4].

Зважаючи на відсутність державної програми, зазначені ініціативи є лише одиничним випадками підтримки стартапів, бо започаткування будь-яких заходів вимагає попередньої оцінки масштабу проблеми та обґрунтування шляхів її розв'язання. Саме тому, у травні 2019 р. ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України вперше ініціював опитування стартапів як найбільш динамічних агентів національної інноваційної системи. Усвідомлюючи, що репрезентативність вибірки є основним критерієм для визначення меж генералізації, був використаний метод, що дозволяє отримати достатню для дослідження репрезентативність вибірки, – простий, рандомізований відбір.

За результатами опитування можна сказати, що «рушійною силою» розбудови стартап-екосистеми в Україні є інноватори з наукового середовища, організації наукових працівників (їх частка становила майже 9 %), працівники промислового середовища (11,4 %) та працівники сервісного середовища (20 %) національної економіки. Водночас у цей бізнес активно інтегруються стартапи освітньої сфери, організовані студентами, викладачами та науковцями; цей показник становить майже 29 % опитаних.

На шляху здійснення науково-технічної та інноваційної діяльності, безумовно, стартапи мають безліч перешкод, головна з яких – несприятливий бізнес-клімат, макроекономічна нестабільність та юридичні аспекти здійснення інноваційної стартап діяльності. Це підтверджується й міжнародним рейтингом Doing Business-2019, де Україна посіла 83-тє місце за легкістю ведення бізнесу. Очевидно, що незбалансованість доходів і витрат державного бюджету, дефіцит якого стрімко зростає; високі темпи інфляції; зміни валютного курсу в комплексі створюють несприятливі фінансові умови для ухвалення приватним сектором рішень про інвестиції та інновації.

Серед негативних факторів, що перешкоджають інноваційній діяльності в Україні є недосконалість судової системи, брак коштів (як власних, так і запозичених) та труднощі із захистом прав інтелектуальної власності. Варто зазначити, що компанії, де працює понад 10 осіб, щорічний дохід вище 100 тис. дол., а ключові ринки збуту – країни ЄС та США, до кола перешкод включили також брак кадрів належної кваліфікації [5, с. 22-23].

Важливим етапом переходу стартапу від «ідеї» до реального бізнесу, який у майбутньому може стати відомою та прибутковою компанією, є *юридичне оформлення* такого проекту його засновниками. Перш за все, необхідно визначити організаційно-правову форму, яка на певному етапі найбільш підходить даному проекту. Організаційна (організаційно-правова) форма передбачає класифікацію підприємств залежно від форм власності та способів розмежування прав на управління майном. Враховуючи, що стартап, зазвичай, на початку об'єднує спільною ідеєю невелике коло зацікавлених у реалізації осіб, як початковий варіант його юридичного оформлення можна запропонувати такі форми: фізична особа-підприємець (ФОП); приватне підприємство (ПП); товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ).

Висновок. Таким чином, динамічний розвиток ринку стартапів в Україні, особливо в ІТ-секторі (який є найпоширенішою сферою серед стартап-компаній), зумовлює необхідність у визначенні особливостей правового регулювання їх діяльності та питань охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності. Необхідність формального визначення терміна «стартап» у законодавстві та вибір організаційно-правової форми є важливим завданням національної економіки України.

Список використаних джерел

1. AVentures Capital. Венчурний фонд AVentures Capital. URL: https://inventure.com.ua/tools/investors/aventures_capital
2. Steve Blank. What Founders Need to Know: You Were Funded for a Liquidity Event. 1 квітня 2020 р. URL: <https://steveblank.com/category/venture-capital>
3. Україна увійшла в ТОП-40 країн за кількістю стартапів. Front news international. 16 квітня 2020 р. URL: <http://frontnews.eu/news/ua/48651/Україна-увійшла-в-ТОП40-країн-за-кількістю-стартапів>
4. Європейська мережа стартапів. ESN. URL: <http://europeanstartupnetwork.eu/vision/>
5. Березовська Н. Я не люблю слово «стартап» // Forbes WOMAN. 2016. № 5. С. 22-23.

УДК 338.2

Цюрмаста О.С.

1 курс, факультет економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ВИКЛИКІВ

Сучасні напрями розвитку економіки України повинні забезпечити структурну перебудову та технологічне оновлення реального сектору національної економіки. Сьогодні важливою проблемою є пошук нових теоретичних та методологічних підходів до управління інноваційною діяльністю. Адже інноваційна детермінанта економічного зростання уособлює у собі синтез нових економічних, організаційних та управлінських рішень, здатних надати інноваційній політиці статус генератора попиту на інновації, забезпечити стійке економічне зростання національної економіки.

В сучасних умовах економічна політика України повинна ґрунтуватися на чинниках, які гарантуватимуть стратегічні орієнтири стабільного розвитку із необхідним запасом резистентності від негативних впливів бізнесових циклів і політичних потрясінь. Ці чинники зможуть забезпечити ефективне використання існуючого потужного науково-технічного і виробничого потенціалу, забезпечувати єдність зростання і розвитку. Усі ці вимоги можуть бути реалізованими лише за умов розробки і впровадження національної інноваційної моделі економічного розвитку.

Найпотужнішим гальмом інноваційного розвитку в Україні є вкрай низький обсяг сукупного попиту. Загрозливим є розрив між фактичним і природним рівнями реальної заробітної плати. Неприпустимо низькою є частка національного доходу, яка розподіляється на користь найманих працівників. Це зумовлює вузькість внутрішнього ринку та експортну орієнтацію економіки.

Характерною рисою сучасної глобальної економіки є міжнародна високотехнологічна конкуренція. Конкурентоспроможність країни в сучасному глобалізованому середовищі залежить від того місця, яке вона займає на світовому ринку високотехнологічної продукції. М. Кастельс зазначав, що «світ вибірково підходить до включення країн до процесів глобалізації: до неї не залучають ті народи, території та індустрії, які не мають для неї цінностей, хоч її вплив відчувається скрізь. Залучають не всіх, але відмовитися від глобалізаційної асиміляції не може собі дозволити жодна країна, щоб не бути відкинутою на узбіччя всесвітнього прогресу» [3].

Сьогодні Україна стоїть перед вибором оптимальної моделі інтеграції вітчизняного бізнесу у світовий простір для забезпечення сталого економічного зростання. Здійснити це можливо лише за допомогою інноваційної економіки.

Як відомо, міжнародна конкурентна перевага у виробництві й продажі високотехнологічних товарів досягається через високу технологічну інноваційність, яка ґрунтується на сучасному механізмі стимулювання та застосування новітніх знань. Технологія виступає як ресурсний потенціал розвитку суспільства, який пропонує різні варіанти соціальних змін.

Головною ознакою сучасного розподілу сил на світовій арені є суттєвий розрив між країнами інноваційними лідерами, які активно формують нові глобальні ринки та менш потужними країнами, які є фактично залежними від провідних країн. Наукомісткі та високотехнологічні виробництва є не лише підставою для формування конкурентоспроможності країн та регіонів, а й визначають їх місце у світовій ієрархії.

На думку відомого американського економіста Дж. Сакса, сьогодні світ розділений не ідеологічно, а технологічно. Вчений за цією ознакою поділяв світ на три частини: технологічні новатори, технологічні послідовники та технологічні аутсайтери [4]. Застосовуючи термінологію Дж. Сакса, до технологічних новаторів можна віднести провідні високорозвинені країни Західної та Північної Європи (Скандинавські країни), США, Японію, Канаду, Австралію, країни Азійсько-Тихоокеанського регіону та ін., в яких зосереджено близько 15 % відсотків населення планети. В цих країнах частка нових або вдосконалених технологій, продукції або обладнання, в які вкладено нові знання становить від 70 до 85 % приросту ВВП [4]. Саме тут розробляються інновації та нові технології, які відтак розповсюджуються по світу. Виробництво і споживання інформаційних ресурсів та знань, дало можливість цим країнам нагромадити величезний обсяг інноваційних технологій, який було покладено в основу економічного зростання.

Друга частина, яка складає близько половини населення, здатна закуповувати та впроваджувати технологічні інновації у власне виробництво. І, нарешті, третя частина є фактично відірваною від світового технологічного розвитку: тут і не виробляють, і не впроваджують інновацій. Спочатку передові технології з'являються в провідних країнах – інноваційних лідерах, потім в країнах, що інтенсивно розвиваються, а вже потім – в решті країн.

До технологічних аутсайдерів можна віднести країни з екстенсивним економічним розвитком та країни з транзитивною економікою, які переходять від стадії екстенсивного до інтенсивного економічного розвитку. Неспроможність цих країн вчасно здійснити структурну перебудову економіки відповідно до нового технологічного укладу не просто гальмує їх розвиток, але й призводить до економічної деградації і висуває їх на периферію світових економічних процесів. Країни, що знаходяться в межах так званої периферійної зони сучасного глобального простору дуже важко долають процеси міграції від індустріальної до постіндустріальної стадії розвитку технологічного способу виробництва.

Важливо зазначити, що більшість високорозвинених країн світу прийшли до інноваційної моделі розвитку економіки природнім еволюційним шляхом, як квінтесенція бізнесової діяльності, лідируючи ще на індустріальній фазі розвитку. Японія та Південна Корея, а згодом – країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, так звані «молоді тигри» (Сінгапур, Гонконг, Тайвань, Малайзія та ін.) вийшли на передові позиції у світі більш революційним шляхом, здійснивши своєрідне стрибкоподібне піднесення, створивши за короткі строки індустрію масового виробництва сучасної продукції.

У 2019 році, за даними щорічного рейтингу конкурентоспроможності країн світу (The Global Competitiveness Report всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF), із 141 країни до першої десятки ввійшли наступні: Сінгапур (1-е), США (2-е), Гонконг (3-е), Нідерланди (4-е), Швейцарія (5-е), Японія (6-е), Німеччина (7-е), Швейцарія (8-е), Великобританія (9-е), Данія (10-е). У 2019 році Україна у рейтингу конкурентоспроможності країн світу зайняла 85-е місце, Молдова – 86-е [5].

Зростання міжнародної конкуренції спонукає уряди багатьох високорозвинених країн підтримувати розвиток інноваційної діяльності національних компаній, шляхом впровадження прямих та непрямих регуляторів впливу на стимулювання інвестицій у високотехнологічні галузі економіки. Посилення глобальної економічної активності в сфері високих технологій призводить до активної інтеграції науки та промисловості, яка супроводжується створенням наукових та технологічних парків, збільшення обсягів фінансування ТНК інноваційних проектів та державних витрат на НДДКР. Уряди цих країн вдало позиціонують власний науково-технічний потенціал та розвинену систему науково-технологічного інформування та прогнозування світового технологічного розвитку та кон'юнктури ринку.

Таким чином, країни, які успішно реалізують стратегію інноваційного розвитку мають декілька суттєвих спільних ознак: ефективно діючі національні інноваційні системи, державні механізми регулювання інноваційної діяльності суб'єктів ринку, високий рівень концентрації високорентабельних видів бізнесу, високотехнологічна структура національного виробництва і зосередження найбільших фінансових потоків у високотехнологічних галузях та секторах економіки.

Саме інноваційна модель розвитку є фундаментом, який забезпечує економічний потенціал країни та її конкурентоспроможність на світовому ринку. Технологічні інновації, як результат творчої діяльності наукових, дослідних інститутів та виробничих структур, забезпечують економічне зростання та виступають основою підвищення добробуту людей. Лідерами впровадження передових технологій є Сінгапур, США, Японія, Німеччина, Швеція, Фінляндія та інші. Населення цих країн

становить близько 15 % від загальної кількості людей, що населяють планету. Однак, на світовому ринку високотехнологічної продукції частка цих країн сягає майже 80 %. При цьому частка України становить лише 0,1 % [5].

Сінгапур і Фінляндія, населення яких становить відповідно 4,5 і 5,2 млн осіб, виробляють вдвічі більший валовий національний продукт, ніж Україна [5]. І це при тому, що кількість населення України на порядок більше, ніж у згаданих країнах. Саме тому в Україні стратегічним курсом державної політики обрано інвестиційно-інноваційну модель розвитку економіки. Ключовим джерелом стійкого економічного зростання України повинні стати сучасні наукові знання та їх комерційне застосування.

Для того, щоб наповнити реальним змістом інноваційну детермінанту економічного розвитку України необхідно прийняти низку економічних, організаційних та управлінських рішень. Перш за все, необхідно розробити і прийняти державні програми стратегічного розвитку за пріоритетними напрямками. Для їх розробки необхідно здійснити маркетингові дослідження, на основі яких стане можливим знайти власні ніші і розвивати ті напрями, де є перспектива успішного позиціонування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Відсутність прогнозно-маркетингової структури в Україні призводить до того, що основні суб'єкти інноваційної діяльності не можуть оперативно реагувати на вимоги світового ринку інноваційних розробок. Слід зазначити, що для країни такого масштабу як Україна пріоритетів повинно бути не більше десяти. На них і потрібно сконцентрувати кадровий потенціал, фінансові ресурси, менеджмент високого рівня. Лише таким чином можна досягти реальних інноваційних проривів.

Пріоритети України у розробці і впровадженню нових технологій повинні здійснюватися в рамках державних програм і проектів як у традиційних галузях (металургія, енергетика, хімічна промисловість, сільське господарство), так і у нових високотехнологічних напрямках: освоєння космосу, розвиток авіації, біотехнологій, створення інформаційних і телекомунікаційних систем, нових матеріалів і речовин, а також засобів охорони здоров'я. Україна, володіючи значним науково-технічним потенціалом, пропонує міжнародному співтовариству співпрацю у галузі авіакосмічних технологій, ресурсо- та енергозбереження, розробки нових речовин і матеріалів, захист природних екосистем і покращення життя населення тощо [2].

Одним із важливих аспектів, державної підтримки пріоритетних наукомістких галузей є законодавче забезпечення стратегії їх інноваційного розвитку. Державну підтримку отримало літакобудування. Україна - одна із шести країн світу, що мають повний цикл виробництва літаків та гелікоптерів. Оцінюючи прогноз розвитку перспективних технологій в Україні, доцільно враховувати необхідність розвитку взаємодії з європейськими структурами, перш за все в реалізації програм міждержавного та регіонального масштабу.

В Україні необхідно сформувати мережу розробників та впроваджувачів нових розробок та перспективні організаційні та науково-технологічні структури типу технопарків, бізнес-інкубаторів, кластерів, регіональних інноваційних центрів, концернів тощо. Світовий досвід роботи нових інноваційних структур свідчить про їх значні можливості у вирішенні проблем впровадження інноваційних розробок у виробництво. Сьогодні більшість виробленої в Україні інноваційної продукції не має сучасного науково-технічного забезпечення, що відбивається на

конкурентоспроможності і рентабельності більшості вітчизняних товарів. Фінансовий стан більшості виробництв не дозволяє впроваджувати нові технології, утримувати висококваліфікованих спеціалістів.

Світовий досвід засвідчує, що технопарки відіграють значну роль у бізнесовому становленні молодих інноваційних фірм. Основним недоліком існуючих в Україні технопарків є те, що ні в одному з них техніко-економічним обґрунтуванням не передбачено функціонування бізнес-інкубаторів. Важливим напрямом державної протекціоністської політики щодо створення технопарків має бути розробка механізму функціонування в їх осередку бізнес-інкубаторів малого інноваційного бізнесу, здатних створювати умови «вирощування» малих динамічних інноваційних фірм з високим рівнем окупності капіталу.

Розширення мережі технополісів може сприяти єднанню інтересів міжнародного співробітництва, налагодженню належного сервісу, формуванню культурного середовища. Їх створення могло б надати нового імпульсу структурним змінам у традиційних промислових регіонах.

Україна потребує розробки механізму фінансування інноваційної та науково-технологічної діяльності шляхом оптимального використання державних і недержавних коштів через застосування програмно-цільового методу. За умов дефіциту фінансових засобів необхідні нові джерела фінансування інновацій. Одним із високоефективних шляхів вирішення цієї проблеми, як свідчить зарубіжний досвід, є венчурне фінансування. Його здійснюють зі спеціальних венчурних фондів, капітал яких може утворюватися за рахунок коштів великих підприємств, страхових компаній, банків, приватних інвесторів та ін.

Для забезпечення стійкого економічного зростання в Україні потрібно вдосконалити сучасну систему науки і освіти, таким чином, щоб існував безперервний, саморегулюючий цикл для окремої галузі через створення комплексів типу: академії або вищі технічні заклади – науково-дослідні центри – конкретні підприємства.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Забезпечення підвищення ефективності національної економіки: колективна монографія / за заг. ред. В. І. Хомякова. Черкаси: видавець Чабаненко Ю. А., 2013. 442 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: монографія. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 420 с.
4. Нова карта світу за Джефрі Саксом // Дзеркало тижня. 2000. № 29. С. 11.
5. The Global Competitiveness report, 2019 URL: <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>

Черства Д.М.

1 курс, група ЕП-194, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління

АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Для аналізу поведінки споживача важливо не лише оцінити його індивідуальні смаки та вподобання, але й врахувати фактор обмеженості ресурсів, який обмежує купівельні можливості споживача. У ринковій економіці споживач є найвищою цінністю організації. Адже саме споживач, вирішує, які продукти йому обрати. Цим він опосередковано впливає на формування асортименту товарів і послуг, які пропонують компанії на ринку.

Однак кожна людина має свої особливі потреби й уподобання. Компанії повинні ефективно здійснювати сегментування ринку з метою збільшення своєї частки. Фахівці з маркетингу вивчають вплив різних чинників на поведінку споживача при прийнятті рішення про покупку.

Поведінка споживача суттєво залежить від того, який продукт він купує. Чим суттєвішим є товар, тим серйознішими є підходи споживача до прийняття рішення про купівлю. Розрізняють такі типи поведінки споживача: складний, невизначений, звичайний та очевидний [3, с. 314].

Складний тип поведінки споживача відбувається за таких умов, коли високий рівень споживацької взаємодії поєднується із значними відмінностями між брендами товарів. Це відбувається, тоді коли ціна товару є досить високою і купівля його супроводжується ризиком. Споживачі прагнуть мати максимум інформації про характеристики товару цієї категорії. Споживач повинен сформулювати свою власну думку про товар. І лише тоді він зможе зробити остаточний вибір. Перед маркетологами постає завдання сформулювати сприятливий імідж товару для даного сегменту ринку. Необхідно розуміти потреби споживача і розрізняти властивості кожного бренду на основі їх потреб. Важливо пояснити споживачеві, які вигоди він отримає, якщо придбає товар цієї компанії, і переконати його у правильному виборі [2, с. 215].

Невизначений тип поведінки споживача відбувається у досить високому ціновому сегменті. Купівля продукту є ризикованою й різниця між товарами різних брендів є незначною. При прийнятті рішення про купівлю споживач спирається на власну думку. Ціна продукту відіграє ключову роль. У зв'язку з тим, що немає явних відмінностей між товарами певної категорії, покупець може відчувати невдоволеність покупкою, якщо він помічає будь-які недоліки товару або чує позитивні відгуки про товар іншого бренду. У таких ситуаціях маркетолог повинен надати інформацію, що підтверджує правильність вибору після здійснення покупки [3, с. 316].

Звичайний тип поведінки споживача при купівлі продукту проявляється в умовах низького залучення споживача та незначної різниці між товарами. Купуючи повсякденні товари за низькою вартістю, споживач не завжди думає про те, яку марку обрати. Це пояснюється тим, що споживач отримує інформацію про продукт

пасивним шляхом. Через відсутність сильної прихильності покупців до певної марки, основними методами стимулювання попиту є зниження цін на товар. Маркетологи компанії повинні створити образ бренду та пов'язати його з різними життєвими ситуаціями (реклама здорового способу життя та позиціонування свого продукту як невід'ємну його частину).

Поведінка споживача є очевидною у ситуаціях, коли існує відчутна відмінність між різними марками товару за умов низького залучення споживачів. У цьому випадку споживачі зазвичай легко і часто замінюють бренди. Споживачі йдуть на цей крок заради різноманітності. Реклама компаній повинна переконати споживачів спробувати щось нове.

Також слід зазначити, що у маркетингу існує низка зовнішніх чинників, які мають безпосередній вплив на поведінку споживача, такі як: релігійні, культурні, кліматичні, тип економічної системи тощо.

Релігійні чинники можуть відігравати певну роль у споживчій поведінці. В Україні деякі виробники орієнтуються на православних християн, виготовляючи продукти із рослинної сировини та пропонуючи їх у періоди постів. Споживачі, для яких релігійні норми є домінуючою цінністю, підпорядковують їм свою поведінку. Вони меншою мірою залежать від маркетингових маніпуляцій, моди, реклами тощо.

Культура, яку часто визначають як матеріальні та нематеріальні цінності суспільства також чинить істотний вплив на споживачів. До культурних чинників можна віднести суспільні цінності, моду, традиції, звичаї тощо. Вплив цінностей суспільства на поведінку споживачів є досить помітним. Прагнення не відставати від інших, демонструвати свої успіхи сприяє збуту сучасних дорогих гаджетів серед українців. Різним країнам властиві свої специфічні звичаї, правила, заборони. Важливим культурним чинником впливу на споживчу поведінку є мода. Мода включає у себе смаки, уподобання споживачів. Вважається, що однією із основних причин розвитку моди є потреба у стимулюванні збуту [1, с. 42].

Клімат багато у чому визначає не лише особливості споживання, а й ментальність споживачів. Природно-кліматичні умови впливають на раціон, одяг, архітектуру, предмети побуту тощо. Залежно від зміни сезонів змінюється рівень попиту на певні товари та послуги. На ринку існують товари та послуги, при створенні яких обов'язково враховують природно-кліматичні умови, наприклад, тканини, будівельні матеріали, засоби пересування, деякі пристрої. Хоча більшість продукції на сьогодні є універсальною і не залежить від природних умов.

Тип політико-економічної системи, яка склалась у тій чи іншій країні суттєво впливає на поведінку учасників ринку. Споживча поведінка у ринковій та командно-адміністративній системах дуже відрізняється. Загалом як капіталістична, так і соціалістична системи зводять людину до виконуваних нею економічних функцій. Споживач в умовах капіталізму стає об'єктом маркетингових маніпуляцій, посиленої уваги з боку виробників. Найчастіше він має вибір у споживанні і основна мета маркетологів вплинути на цей вибір. За таких умов активно розвивається статусне споживання, слідування моді, перебірливість і формування штучних потреб [1, с. 43].

В умовах командно-адміністративної системи споживання є другорядним, побічним ефектом життєдіяльності, адже споживач живе в умовах дефіциту. Його поведінка визначається базовими, об'єктивними потребами, за таких обставин розвиваються «чорні» ринки, де можна придбати необхідну продукцію. Поведінка

таких покупців часто є більш раціональною через суворість економічних і політичних обмежень. Проте навіть при плановій системі може мати місце статусне споживання, купівля предметів розкоші, примхливість та придбання непотрібних товарів. Втім, у основному це стосується політичних еліт, а не звичайних громадян [4, с. 17].

Основним економічним фактором впливу на поведінку споживачів є рівень їхніх доходів. Умовно споживачів можна поділити на осіб з низьким, середнім і високим рівнями доходів. Поведінка таких покупців відрізнятиметься не лише обсягами придбаної продукції. Рівень доходів часто впливає на психологічний стан людини та визначає її діяльність на ринку.

До ситуаційних чинників, які впливають на поведінку споживача можуть належати: раптова зміна погоди, виникнення конфліктної ситуації в торговельному центрі або навпаки прихильне ставлення до покупця, раптова зміна настрою також може впливати на споживчу поведінку. Наявність у магазині чи торговельному центрі скриньок для збору благодійних внесків може привертати увагу покупців, дотепні написи чи вислови відомих осіб на торговельних ятках або на вітринах допомагають залучати потенційних клієнтів [3, с. 134].

На поведінку споживача впливають й внутрішні чинники, які залежать від внутрішніх мотивів людини. Адже виховання, світогляд, характер, світогляд споживача також відіграють значну роль на процес прийняття рішення про купівлю продукту.

Висновки. Поведінка споживача формується під впливом значної кількості чинників. Споживачі часто стають об'єктом маніпуляцій, подекуди вони забувають не лише про власні права, але й про свої обов'язки як покупців. Для вдосконалення процесу споживання покупець повинен дотримуватись таких рекомендацій: чітко обдумувати, що він хоче купити перед тим, як зайти до магазину чи торговельного центру; при купівлі товарів обмірковувати для чого здійснює покупку; не піддаватися маніпуляціям на кшталт агромаркетингу, ефекту «дивних» цін, нав'язливої реклами тощо.

Список використаних джерел

1. Зозульов О. Критерії ефективного ринкового позиціонування товарів на споживчому ринку // Маркетинг в Україні. 2015. № 2. С. 39-45.
2. Котлер Ф., Амстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основи маркетингу: монографія. К.: Основи, 2005. 1056 с.
3. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження: практичний аспект: підручник. К.: Кондор, 2009. 262 с.
4. Царьова Т. О. Підходи до аналізу поведінки промислових споживачів // Маркетинг в Україні. 2016. № 3. С. 16-19.

Чеснова М.К.

1 курс, факультет економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Березюк-Рибак І.Р.**,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва

СОЦІАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ ТА ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕС-СИСТЕМІ ВІДНОСИН

Впровадження інновацій у виробничий процес та систему управління, пропозиція високотехнологічної продукції, що відповідає принципам екологічності, енергозбереження та рентабельності потенціалу покупців, є необхідною умовою для того, щоб компанія здобула високі конкурентні позиції на ринку.

Глобальне партнерство для сталого розвитку передбачає трансформацію нестійких моделей споживання та виробництва через інвестиції, інновації, створення робочих місць, врахування вимог до міжнародних прав людини, екологічні та санітарні стандарти. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що стимулює формування інноваційної культури громади на основі інтересів зацікавлених сторін та принципи сталого розвитку добре вписуються в цю модель.

Керівники та службовці все більше усвідомлюють, що КСВ може надати захист прав людини, праці та охорони навколишнього середовища для громад, в яких вони живуть і людям, в яких вони працюють. Впровадження принципів КСВ у підприємство стимулює наступні процеси: управління ризиками; захист і посилення репутації та власний бренд; побудова довіри та «ліцензія на діяльність»; поліпшення ефективності використання ресурсів та доступ до капіталу; відповідальність або припинення правил; встановлення ефективних відносин із нинішніми та майбутніми працівниками, клієнтами, діловими партнерами, соціально-відповідальними інвесторами [1, с. 207].

Нині деякі корпоративні лідери розглядають КСВ як частину свого стратегічного управління, а інші – як джерело інновацій.

Вчені Портер М. Е. і Крамер М. Р. стверджують, що «КСВ може бути набагато більше, ніж вартість, обмеження чи благодійна справа – це може бути джерелом можливостей, інновації та конкурентна перевага» [2, с. 86].

Дослідник П. Бансал зосередив увагу на зв'язку між практиками КСВ та інноваціями стратегії. Це обумовлено тим, що компанії повинні застосовувати принципи корпоративного права і відповідальності за свою продукцію, виробничі процеси, які вимагають зміни у застосованій технології, що може спричинити витрати на НДДКР.

КСВ може надати можливості для інновацій, а також те, що практики КСВ можуть призвести до інновацій через використання соціальних, екологічних чи рушійних ресурсів для створення нових способів роботи, нових продуктів, послуг, процесів та новий ринковий простір [4, с. 202].

Поняття соціальних інновацій, інноваційних корпоративних соціальних відповідальностей та корпоративні соціальні інновації є основою як науково-дослідної так і практичної діяльності. Поєднання двох ключових принципів соціального розвитку – інновацій та соціальних інтересів призводить до змін і рівня організації бізнес-процесів та формування стратегій розвитку.

Глобальний договір ООН пропонує наступні бізнес-інновації та ініціативи щодо вирішення суспільних викликів: підписання відкритого листа з прав людини, вивчення прав людини включити до освітянських програм; інтегрування міжнародної корпоративної стійкості у навчальні плани та дослідження; запровадження програми Global Compact Board для компаній; підписання відкритого листа про охорону клімату тощо [4].

Вчений-дослідник Уорхерст А. створив модель, яка забезпечує основу для інноваційної корпоративно-соціальної відповідальності. Вплив промисловості на довкілля та суспільство дослідник пропонує класифікувати за біофізичною, економічною та соціальною сферами.

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність – це основний чинник формування корпоративної стратегії, яка охоплює сферу діяльності корпоративних структур, пов'язану із добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому.

При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні:

- включати стратегічні заходи КСВ у стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства у майбутньому з урахуванням принципів соціальної відповідальності;

- впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників, підтримувати та розвивати позицію активного громадянства, навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес-цілями, в системі оцінки персоналу ввести компетенцію «корпоративна соціальна відповідальність працівника»;

- започаткувати діалог із групами впливу як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства. Виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;

- створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких було б віднесений напрям діяльності з управління КСВ, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності;

- впровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування;

- збільшити бюджети організацій на заходи з КСВ.

Основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії підвищувати корпоративну соціальну відповідальність можуть бути такі:

- розвиток персоналу компанії, що не лише запобігає плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів на ринку праці;

- зростання продуктивності праці у компанії;

- покращення іміджу компанії та зростання репутації;

- реклама товарів і послуг;

- висвітлення діяльності компанії у засобах масової інформації;

- стабільність та стійкий розвиток компанії у довгостроковій перспективі;

- можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних компаній;

- збереження соціальної стабільності у суспільстві;
- існування податкових пільг для компаній.

Висновки. Партнерство держави та КСВ підприємства можна розглядати як інструмент економічного зростання, що сприятиме впровадженню ринкових та соціальних принципів в управлінні компаніями. Одним із шляхів розв'язання важливих стратегічних завдань є прогнозування можливостей взаємовідносин у системі «наука – інновація – соціально відповідальне підприємство – держава».

В Україні майбутнє соціальної відповідальності бізнесу залежить від того, наскільки важливими будуть соціальні питання у компаніях. Посилення ролі держави в інноваційній сфері української економіки повинно бути спрямоване на підвищення ефективності державної інвестиційної політики при стимулюванні корпоративних інвестицій.

Список використаних джерел

1. Геррман К. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток // Журнал глобальних соціологічних досліджень. 2004. С. 205–232.
2. Портер М. Е. Стратегія та суспільство: зв'язок між конкурентною перевагою та корпоративною соціальною відповідальністю // Гарвардський огляд бізнесу. 2006. № 12. С. 78-92.
3. Бансал П. Сталий розвиток: довготривале дослідження корпоративного стійкого розвитку // Журнал стратегічного управління. 2005. № 3. С. 197-218.
4. Візьміть на себе зобов'язання на наступний рівень. Глобальний договір ООН. 2016. URL: <https://www.unglobalcompact.org>
5. Уорхерст А. Корпоративна соціальна відповідальність та гірничя промисловість // Науково-дослідний бюлетень MERN & бюлетень. 2008. № 13. С. 81–97.

УДК 330.341.1

Шаповал М.Ю.

4 курс, група ЕП-164, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: **Скорик О.О.**,
к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва

ВПЛИВ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Успішні підприємства XXI століття вказали людству на те, що розвиватись в наявних умовах не маючи вагомих конкурентних переваг не можливо. Ці підприємства являють собою не тільки значні виробничі потужності чи розвинені відділи маркетингу, а й прогресивні дослідницькі лабораторії та випробувальні центри, де й проводиться освоєння інновацій. Саме завдяки постійному оновленню технологій та впровадження інновацій компаніям вдається розвиватись та бути лідерами на ринку та отримувати прибутки, що перевищують всі витрати на виробництво та дослідження. Саме тому доцільно дослідити вплив впровадження інновацій на прибуток підприємства [1].

Більшість перспективних інновацій для бізнесу на сьогодні – це інновації в сфері ІТ технологій, а саме: машинне навчання і штучний інтелект, доповнена і віртуальна реальність, цифрові двійники об'єктів, блокчейн, системи чат-спілкування, адаптивні системи безпеки, додатки і мережева сервісна архітектура, платформи цифрових технологій. Для вибору конкретної технології в яку необхідно реінвестувати кошти, компанія має провести необхідні дослідження та сформувані стратегію росту. За дослідженнями порталу PwC, значення має саме розумний підхід до вибору необхідного напрямку інновацій, а не сума яку компанія на це витратить. Щодо самого процесу впровадження інновацій, то тут варто виділити такі складові: вибір напрямку, визначення тенденцій, підготовка організації до впровадження інновації, масштабування зміненої частини бізнесу, максимальна кооперація, мобілізація співробітників компанії на інноваційну діяльність [1, 2].

Якщо компанії вдається вдало впровадити інновацію, то отримується ціла низка переваг, основною з яких є прибуток. Розглянемо це більш детально. Перша перевага яку отримає підприємство – це розширення номенклатури реалізованої продукції (відкриття нових позицій чи товарних груп, або вдосконалення продукції що вже випускається) [3].

Друга, але не менш важлива перевага – це максимізація ціни реалізації продукції. Ця перевага є залежною від попиту на товар, а саме інновації на ринку цінуються найвище. В випадку впровадження абсолютно нового продукту (або виготовлення старого за новою технологією) виробник займає позицію тимчасової монополії. В такому випадку ціну збільшують задля максимізації прибутку. Надалі частину прибутку необхідно буде реінвестувати на впровадження інновацій [3].

Третя перевага – це мінімізація витрат на виробництво. Досягається це або за рахунок мобілізації резервів наявної технології, або за рахунок впровадження нових інноваційних технологій, методів організації і управління виробництвом та збутом продукції. В цьому випадку також відбувається збільшення прибутку за рахунок збільшення різниці між вартістю виробництва та ціною реалізації. Чим більше різниця, тим успішніше було впроваджено інновацію [3, 4].

Четверта перевага – це збільшення обсягів реалізації продукції, за рахунок посиленого попиту на інноваційну продукцію. Це також дозволяє розгорнути більш масштабне виробництво та проникнути на нові ринки [3, 4].

Отже, інноваційна діяльність для підприємств в сучасних умовах є не просто способом покращити становище, а обов'язковою умовою виживання. Підприємства що вводять нові технології завойовують більшу частку ринку та мають такі конкурентні переваги: розширення номенклатури реалізованої продукції, максимізація ціни реалізованої продукції, мінімізація витрат на виробництво, збільшення обсягів реалізованої продукції. Саме ці переваги дозволяють максимізувати прибуток на підприємстві.

Список використаних джерел

1. 10 основних трендів високих технологій у 2019 році. URL: <https://www.prostir.ua/?blogs=10-osnovnyh-trendiv-vysokyh-tehnolohij-u-2019-rotsi> (дата звернення 10.04.2020).
2. Жмеренецкий Алексей. Инновации или смерть: как выжить бизнесу на тонущем корабле «Украина». URL: www.epravda.com.ua/rus/publications/2017/08/16/628080/ (дата звернення 12.04.2020).

3. Іжевський В. В. Вплив інноваційної діяльності на економічну ефективність підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/67707.doc.htm (дата звернення 12.04.2020).

4. Сербенівська А. Ю. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємств // Електронний журнал «Ефективна економіка». 2012. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1690>.

УДК 65.01

Шляховий В.В.

2 курс, група ЕП-184, факультет економіки та управління,
Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: **Плесюк К.Д.**,
викладач кафедри економіки та управління

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є концепцією, згідно якої організації усіх форм власності враховують інтереси суспільства, беруть відповідальність за вплив результатів їх діяльності на усіх учасників суспільної сфери. Дана концепція припускає, що організації вживають відповідні додаткові заходи з метою покращення якості життя працівників та їх сімей, місцевої спільноти та суспільства в цілому.

У класичному розумінні КСВ є засобом приватного регулювання неринкових відносин між організаціями та їх стейкхолдерами. Для її впровадження у вітчизняних реаліях до цієї моделі доцільно додати третю силу (регіональну владу). Даному союзу працівників, роботодавців і влади під силу збалансувати інтереси та соціальні ризики в регіоні [1, с. 67].

Класична модель КСВ ґрунтується на тому, що раціональні інтереси економіки орієнтують підприємство на поліпшення власних сфер, зокрема, політичної, екологічної, соціальної шляхом власних інвестицій отриманих коштів у відповідні інститути, а не тільки на отримання максимального прибутку.

Продуктивність класичної моделі КСВ визначена відкритістю того суспільства, для якого вона слугує. Зокрема, вельми важлива наявність реального ринку праці, для вирішення соціальних проблем та можливості оперативного та економічно результативного перерозподілу робочої сили. Дійсно, якщо працівники мають перед собою можливість вибору, вони звернуть увагу на соціально відповідального працедавця. Отже, роботодавець, який має інтерес у лояльних і кваліфікованих працівниках, повинен бути привабливим для них.

Неодноразово нехтування інтересами працівників приводило підприємців до соціальних змін різної сили – від страйків до революцій, що трансформують суспільний устрій держав. Ці умови і призвели до еволюції ключових принципів суспільного устрою в напрямок відкритості, та визначення стандартів взаємної відповідальності бізнесу та суспільства в цілому.

Насамперед, прийняття підприємством відповідальності за свій вплив на суспільство значить, що компанія повинна доповідати за свої діяння, проводити їх облік. Таким чином, концепція, яка описує взаємозв'язок соціального та екологічного впливів економічної діяльності компанії на певні групи за інтересами і на суспільство в цілому, є важливим елементом КСВ.

Критики і прихильники КСВ дискутують щодо ряду пов'язаних з нею питань, враховуючи взаємозалежність КСО до основної мети і характеру діяльності, спірні причини участі в КСВ, в тому числі занепокоєння щодо нещирості та лукавства.

Корпорації існують для виробництва продуктів і (або) надання послуг, які приносять прибуток їх акціонерам. Мілтон Фрідман і інші розглядають це питання глибше, стверджуючи, що метою корпорації є максимізація доходів акціонерів, і тому (на їхню думку) тільки люди можуть нести соціальну відповідальність, корпорації відповідають тільки перед своїми акціонерами, а не перед суспільством в цілому. Хоча вони визнають, що корпорації повинні підкорятися законодавству країн, в яких вони працюють, вони стверджують, що корпорації не мають зобов'язань перед суспільством.

Деякі люди сприймають КСВ як протиріччя самому характеру і мети бізнесу, а також як втручання у вільну торгівлю. Ті, хто стверджують, що КСВ суперечить капіталізму, і виступають на користь неолібералізму, кажуть, що поліпшення здоров'я, збільшення довголіття і зменшення дитячої смертності було результатом економічного зростання, пов'язаного з вільним підприємництвом. Критики цього твердження сприймають неолібералізм як протилежність добробуту суспільства і втручання в свободу людини. Вони заявляють, що тип капіталізму, що практикується в багатьох країнах, які розвиваються, є формою економічного і культурного імперіалізму, відзначаючи, що ці країни зазвичай мали менший ступінь охорони праці та, отже, їх громадяни схильні до вищого ризику експлуатації мультинаціональними корпораціями.

Безліч осіб і організацій знаходиться між цими полярними думками. Наприклад, REALeadership Alliance стверджує, що лідери в бізнесі (корпоративні або інші) повинні змінити світ на краще. Багато релігійні та культурні традиції припускають, що економіка існує для служби людині, тому економічні підприємства мають зобов'язання перед суспільством (наприклад, заклик «Економічна справедливість для всіх»). Більш того, як обговорювалося вище, багато захисники концепції КСВ вказують на те, що КСВ може значно поліпшити прибутковість корпорації в довгостроковому плані, оскільки вона скорочує ризики і неефективність, при цьому створюючи основу для потенційних переваг, таких, як репутація торгової марки і залученість працівника [2, с. 19, 74-80].

Висновки. Отже, формування взаємовигідних механізмів соціальних вкладень суб'єктів підприємництва у суспільство стає важливим елементом їх господарської діяльності. Однією з найбільш перспективних є взаємна відповідальність бізнесу та влади перед суспільством та врахування інтересів бізнесу як у економічній, так і у соціальній сферах. Ці соціальні вкладення мають бути зосереджені на вирішенні найбільш актуальних соціальних питань, зокрема щодо зайнятості, освіти, охорони здоров'я, інформаційної безпеки. Разом з тим, необхідно створити механізми суспільного контролю за дотриманням умов виконання державою та суспільством власних соціальних зобов'язань.

Список використаних джерел

1. Кульгук Т. І. Сучасний стан та перспективи розвитку проектів корпоративної соціальної відповідальності в Україні // Магістеріум. Економічні студії. 2014. Вип. 56. С. 66-69.
2. Орлова Н. С., Харламова А. О. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: монографія. Донецьк, 2014. 250 с.

ЗМІСТ

Баранов Г.О. (кер. Манн Р.В.) ЦИКЛІЧНІСТЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ	3
Даценко А.О. (кер. Ільченко Н.В.) СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	7
Деркач К.В. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) ПІДВИЩЕ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	10
Долініна Т.В. (кер. Потапенко Т.П.) ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
Іванова Т.С. (кер. Манн Р.В.) ІНТЕГРАЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСАМИ	14
Іляшенко К.Р. (кер. Ільченко Н.В.) ЕФЕКТИВНІСТЬ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	17
Коваль А.І. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) МІСЦЕ І РОЛЬ БАНКІВ В СИСТЕМІ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	20
Костенко А.Ю. (кер. Скорик О.О.) ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ	22
Кривішкіна Ю.А. (кер. Слинько М.Ю.) ВЛАДА ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ	24
Леонов С.В., Махно С.В. (кер. Слинько М.Ю.) ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	27
Леонов С.В. (кер. Скорик О.О.) ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ЯК ВЕКТОР СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....	30
Лисенко Т.А. (кер. Ільченко Н.В.) СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	32
Малашок Ю.І. (кер. Ільченко Н.В.) АСПЕКТИ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	35
Мироненко Д.Ю., Скорина В.О. (кер. Плесюк К.Д.) СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ	38

Михалко Л.В. (кер. Кошеленко С. В.) РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	39
Побережна К. В. (кер. Кошеленко С. В.) ОЦІНКА РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	41
Попудрібко М.В. (кер. Кошеленко С.В.) ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	44
Присяжнюк Є.В. (кер. Слинько М.Ю.) ОЗНАКИ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ (ОТГ) ЯК СУБ'ЄКТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....	46
Прокопенко Т.О. (кер. Ільченко Н.В.) НАПРЯМИ ВИРШЕННЯ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	49
Ромашко І.Є. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) ВЗАЄМОДІЯ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ	52
Саєнко І.Г. (кер. Одінцов О.М.) ЕТИКА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ	55
Федоренко Ю.Р. (кер. Кошеленко С. В.) СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	56
Цюрмаста О.С. (кер. Ільченко Н.В.) ЕЛЕМЕНТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ХХ-ХХІ СТОЛІТТЯХ..	58
Цюрмаста О.С. (кер. Плесюк К.Д.) ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ УТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СТАРТАП-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	61
Цюрмаста О.С. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ВИКЛИКІВ	64
Черства Д.М. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА.....	69
Чеснова М.К. (кер. Березюк-Рибак І.Р.) СОЦІАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ ТА ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕС-СИСТЕМІ ВІДНОСИН	72
Шаповал М.Ю. (кер. Скорик О.О.) ВПЛИВ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	74
Шляховий В.В. (кер. Плесюк К.Д.) КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	76

Науково-популярне електронне видання

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ДЕРЖАВИ

МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

28-29 квітня 2020 р.

В авторській редакції

Комп'ютерна обробка: Вознюк Т.І., Василюга І.І.

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 4,9.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002 р.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.

Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ
red_vidav@chdtu.edu.ua